

Fortalecimiento de los Procesos Organizativos y Comunicacionales de Asoemprendedores
Chaparral

Julián Camilo Clavijo Enciso

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

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

Comunicación Social

2025

Resumen

El presente trabajo se desarrolló en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, con el propósito de comprender cómo se vivió la el desarrollo de la propuesta en la Organización Social de Participación (OSP) Asoemprendedores, ubicada en Chaparral, Tolima. Aplicando análisis de investigación, revisión bibliográfica y otra acciones que finalmente conllevaron a la generación de la estrategia para mejorar procesos de comunicación en la organización.

El proceso metodológico incluyó la formulación de preguntas cualitativas, una entrevista aplicada y una observación participante en una feria comunitaria. Estas actividades permitieron identificar cómo la asociación genera vínculos sólidos de confianza y apoyo mutuo, consolidando una red social viva más allá de lo digital. Según Fresno (2014) y Chadi de Yorio (2007), las redes sociales se sustentan en la interacción humana y la reciprocidad, aspectos que se manifestaron en el diálogo constante entre las integrantes.

A partir del análisis, se formuló una propuesta de fortalecimiento comunicacional y organizativo centrada en la comunicación participativa, la identidad institucional y la dinamización de redes digitales. El estudio concluye que la sociopraxis permite comprender cómo la acción colectiva, el diálogo y el trabajo comunitario potencian la sostenibilidad y el empoderamiento femenino dentro de la OSP.

Palabras clave: Sociopraxis, Red social, Comunicación participativa, Comunidad, Empoderamiento femenino.

Abstract

This work was developed within the framework of the Diploma in Construction of Social Communication Networks, with the purpose of understanding how the development of the proposal was experienced in the Social Participation Organization (OSP) Asoemprededores, located in Chaparral, Tolima. Applying research analysis, literature review and other actions that ultimately led to the generation of the strategy to improve communication processes in the organization.

The methodological process included the formulation of qualitative questions, an applied interview, and participant observation at a community fair. These activities allowed for the identification of how the association generates strong bonds of trust and mutual support, consolidating a vibrant social network that extends beyond the digital realm. According to Fresno (2014) and Chadi de Yorio (2007), social networks are based on human interaction and reciprocity, aspects that were manifested in the constant dialogue among the members.

Based on the analysis, a proposal for strengthening communication and organization was formulated, focusing on participatory communication, institutional identity, and the revitalization of digital networks. The study concludes that sociopraxis allows for an understanding of how collective action, dialogue, and community work enhance sustainability and women's empowerment within the OSP.

Keywords: Sociopraxis, Social network, Participatory communication, Community, Women's empowerment.

Tabla de Contenido

Introducción	9
Aprestamiento.....	10
Justificación de la Escogencia de la OSP.....	10
Conceptualización.....	14
Informe de Identificación	16
Implicación	17
Informe Sociopráxico.....	19
Construcción.....	21
Informe de Investigación.....	25
Proyección.....	28
Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia.....	28
Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional.....	28
Conclusiones.....	33
Referencias Bibliográficas	35

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Información General</i>	10
Tabla 2 <i>Ficha Descriptiva</i>	14
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	17
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	22
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	23
Tabla 6 <i>Cronograma de Actividades</i>	32

Lista de Figuras

Figura 1 *Sociograma*..... 21

Figura 2 *Conjuntos de Acción*... .. 21

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	37
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	38
Apéndice C <i>Preguntas de la Entrevista Inicial</i>	36
Apéndice D <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	39
Apéndice E <i>Preguntas Cualitativas</i>	40
Apéndice F <i>Enlace Entrevista Cualitativa</i>	41
Apéndice G <i>Registro Fotografico</i>	42
Apéndice H <i>Enlace Vídeo de Devolución-Exposición</i>	43
Apéndice I <i>Registro Fotográfico Jornada Devolución-Exposición</i>	44

Introducción

Las redes sociales en la actualidad juegan un papel muy importante para conectar personas y organizaciones, fortalecer espacios de interacción tanto digitales como presenciales no solo facilitan el intercambio de información sino que además promueven la colaboración y la confianza de vínculos sociales sostenibles. El presente informe tiene como propósito identificar y analizar la Organización Social de Participación (OSP) seleccionada en el marco del Diplomado en Redes Sociales de Comunicación. Se trabajó con la asociación Asoemprendedores Chaparral, una entidad conformada principalmente por mujeres cabeza de hogar dedicadas a la confección y a la formación comunitaria.

La elección de esta OSP responde a su relevancia social en el fortalecimiento del tejido comunitario, así como a la necesidad de consolidar estrategias de comunicación que le permitan visibilizar su trabajo. En este sentido, el desarrollo de redes sociales de comunicación se convierte en un elemento clave para la asociación, ya que ofrece la posibilidad de visibilizar sus productos y proyectos en espacios digitales, accediendo a un público más amplio dentro y fuera del municipio, fortalecer su identidad organizacional, mostrando a la comunidad y a aliados estratégicos el impacto social de su labor, ampliar sus redes de colaboración, estableciendo contacto con instituciones, potenciales clientes y otras asociaciones que compartan objetivos comunes y por supuesto generar empoderamiento digital, brindando a las mujeres herramientas para comunicar su voz y su experiencia en escenarios que trascienden lo local.

El análisis que se desarrolla en este informe busca aportar insumos para comprender cómo la comunicación puede potenciar el alcance de la asociación y consolidar su papel como agente de transformación comunitaria.

Aprestamiento

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
OSP 1 Casa del Adulto Mayor de Chaparral Tolima	Espacio comunitario liderado por el apoyo de la comunidad donaciones y aportes de la Alcaldía Municipal que promueve el bienestar, integración y participación de las personas mayores a través de actividades recreativas, culturales y de apoyo social, son aproximadamente 67 adultos mayores internos los cuales reciben atención medica alimentación y dormitorio, también se realizan actividades de integración y salud mental y física por parte de entidades privadas y	Es una organización social participativa que atiende a población vulnerable como los adultos mayores, promoviendo la inclusión social y la calidad de vida. En muchas visitas a este lugar se puede ver una gran preocupación porque como son internos muy poca atención reciben casi todo es de donaciones, la escojo porque pienso que es una población muy importante que necesita de apoyo y acompañamiento	Desarrollar un proyecto aquí puede fortalecer la participación de los adultos mayores, visibilizar sus necesidades y generar programas de apoyo intergeneracional . Con el fin de elevar su moral y bienestar posibles trabajos de salud mental y física y manejo de emociones	La limitación de recursos económicos y la dependencia de programas institucionales pueden afectar la continuidad de las iniciativas. También sus limitaciones físicas y mentales en algunos

	<p>gubernamentales como el ejército nacional en sus visitas para conmemorar diferentes días acompaña a los adultos mayores con psicólogos y otras actividades con el fin de aportar en el desarrollo de esta comunidad</p> <p>Información recolectada por la enfermera jefe la señora Claudia milena armero quien en diferentes actividades con los adultos mayores me ha suministrado la información</p>			
OSP 2 Junta de Acción Comunal del barrio santofimio	<p>Organización comunitaria que representa a los habitantes del barrio santofimio con la presidenta de la junta la señora luz mary, impulsando iniciativas de convivencia, seguridad, mejoramiento del entorno y recientemente proyectos de cámaras de seguridad para el barrio.</p> <p>Información</p>	<p>Fue seleccionada porque es una OSP constituida, con impacto en la vida comunitaria y en procesos de autogestión vecinal. También creo que es un barrio de los más vulnerables en un municipio priorizado como lo es chaparral Tolima</p>	<p>Posibilita trabajar directamente con familias y madres cabeza de hogar, fortalecer el tejido comunitario y promover prácticas sostenibles como la agricultura urbana. Como la seguridad comunitaria y alimentaria, y el bienestar de todos como comunidad</p>	<p>La baja participación de algunos residentes su indiferencia con temas de importancia en las misma comunidad y la falta de apoyo institucional constante pueden dificultar la implementación de proyectos.</p>

<p>OSP 3 Asociación de mujeres emprendedoras (asoemprendedoras)</p>	<p>recolectaba en diferentes reuniones y visitas a la comunidad</p> <p>Asoemprendedoras es una asociación de mujeres las cuales se han reunido con el fin de capacitarse para lograr sacar adelante sus familias esto lo han logrado poco a poco por medio de capacitación en difuntees materias como lo es modistería y preparación de granizados y café entre otras., Esta asociación tiene como objetivo social, realizar actividades de interés utilidad común, el mejoramiento de la calidad de vida el desarrollo social de sus asociados relacionados con gestionar, ejecutar, y administrar proyectos productivos, ambientales, emprendimiento, educativos y programas sociales de emprendimiento</p>	<p>Cumple con el criterio de OSP porque es un medio alternativo que fomenta la comunicación participativa y la conciencia ambiental. También esta legalmente constituida con todos los papeles de ley aunque este no sea un requisito para ser un a OSP, también n por su gran labor logrando educar mujeres con el fin de que cumplan muchas metas y puedan generar una mejor calidad de vida para ellas y sus familias y al mismo tiempo lograr un impacto de desarrollo social en su comunidad</p>	<p>Permite diseñar estrategias comunicativas con gran alcance en jóvenes y comunidades rurales, fortaleciendo la educación ambiental y cultural. Cuenta con requisitos de ley para manejar diferentes proyectos, también tiene maquinaria para lograr realizar actividades de forma continua y productiva</p>	<p>La consistencia de las mujeres, una de las dificultades es que estas logren completar su preparación, los compromisos con las actividades algunas por la religión no participan los días domingos.</p>
--	---	---	---	---

orientados a
buscar el bienestar
social de sus
asociados y
mejorar la calidad
de vida de la
comunidad del
área de influencia.
Información
suministrada por
documentos de
cámara de
comercio
prestados por la
presidenta la
señora Eliana
Restrepo.

Nota. Elaboración propia, de acuerdo con la información suministrada por la OSP.

Justificación de la Escogencia de la OSP

Para la elección se la OSP, se tuvo en cuenta las actividades de enfoque social, sus acercamientos con la comunidad, la estructura que maneja esta organización, al ser una asociación que cuenta con una junta directiva, un enfoque de productividad que tiene que manejar redes de comunicaciones permite poder aplicar cada una de las fases que se preveen en el curso. Además de la disposición que tienen los miembros de esta organización a la hora su suministrar las herramientas de información que se requieran para el avance. Es importante tener en cuenta que se postularon 3 organizaciones con este enfoque, sin embargo la mas opcionada es la de assoemprededores, siendo esta la OSP con su estructura legamente constituida y la red de personas que haven parte del proceso.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha Descriptiva

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	Asoemprendedoras es una asociación conformada mayoritariamente por mujeres cabeza de hogar, dedicada a la confección de prendas y productos textiles. Su práctica se centra en la capacitación en confección y en la transmisión de conocimientos entre sus integrantes, quienes luego enseñan a otras mujeres, fortaleciendo el tejido social y económico de la comunidad. Asoemprendedores Chaparral realiza actividades enfocadas en el mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados y de la comunidad a través de proyectos sociales, educativos, ambientales y productivos. Se dedica a procesos de confección como estrategia de emprendimiento, al tiempo que gestiona programas y alianzas para el desarrollo comunitario.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	Promover el empoderamiento económico y social de mujeres cabeza de hogar, mediante la formación en confección, la generación de ingresos y el fortalecimiento de la autonomía personal y colectiva. Fortalecer la autonomía de sus integrantes y mejorar las condiciones de vida mediante formación en confección, desarrollo de proyectos productivos y gestión de oportunidades laborales y educativas.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	Las reuniones se realizan de forma periódica, principalmente para coordinar talleres de capacitación, revisar avances de proyectos y evaluar resultados. Estas prácticas fomentan la solidaridad y la construcción de redes de apoyo entre las integrantes.
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	Las participantes son en su mayoría mujeres cabeza de hogar, algunas con experiencia previa en confección y otras en proceso de formación. Se caracterizan por un fuerte rol social en sus comunidades y su participación activa en el desarrollo de proyectos colectivos. Ejercen roles sociales de liderazgo comunitario y se vinculan activamente en actividades de aprendizaje y enseñanza.
Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)	La organización está compuesta por un número reducido pero significativo de mujeres (aproximadamente entre 20 y 30 integrantes), con cobertura local, principalmente en Chaparral Tolima, aunque con potencial de expandirse a nivel regional.
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	La asociación cuenta con una estructura básica: junta directiva, equipos de trabajo para talleres de confección, responsables de capacitación y un área incipiente de comunicación encargada de las redes sociales.
Características de los	Los vínculos se basan en la confianza, la sororidad y la solidaridad.

vínculos sociales al interior de la OSP.	Las integrantes se apoyan mutuamente no solo en el ámbito productivo, sino también en lo personal, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la cohesión grupal.
Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.	Internamente, la participación se da mediante asambleas y talleres colaborativos. Externamente, participan en ferias de emprendimiento, espacios comunitarios y eventos de formación, buscando dar a conocer sus productos y su labor social.
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	La comunicación interna se da de manera presencial en reuniones y talleres, y mediante el uso de grupos de mensajería instantánea (WhatsApp). La información circula de forma horizontal, favoreciendo la participación de todas las integrantes.
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	La comunicación externa es aún limitada. Cuentan con redes sociales (Facebook e Instagram), pero con baja visibilidad y escaso posicionamiento digital. Sus mensajes se enfocan en mostrar productos, talleres y logros, aunque requieren mayor planeación estratégica y constancia en publicaciones.
Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.	Entre sus proyectos actuales destacan: formación en confección para nuevas integrantes, generación de ingresos mediante ventas de productos, y talleres donde las mujeres formadas enseñan a otras por un rubro económico que permite sostener la asociación. Talleres de confección para nuevas integrantes.
	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de capacitación con aporte económico simbólico. • Proyectos de fortalecimiento del emprendimiento textil. • Búsqueda de alianzas estratégicas para ampliar mercado
Logros de proyectos exitosos.	Han logrado capacitar a varias mujeres cabeza de hogar que hoy cuentan con un oficio para generar ingresos. Además, han fortalecido la asociatividad y la confianza en el trabajo colectivo.
Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.	Las principales dificultades son la falta de recursos económicos, la limitada visibilidad en redes sociales y la ausencia de un plan de comunicación estructurado que les permita posicionar mejor su labor y productos en el mercado.
Otros aspectos para comentar.	La asociación tiene un alto potencial de crecimiento si logra fortalecer su comunicación digital y sus redes sociales, pues estas representan una herramienta clave para visibilizar sus proyectos, ampliar mercados y consolidar su impacto social.

Nota. Elaboración propia, con base a los datos identificados en la OSP elegida.

Informe de Identificación

Se eligió a Asoemprendedores Chaparral por su trayectoria en procesos comunitarios que integran formación, empoderamiento económico y participación social. La asociación representa

un escenario ideal para aplicar la metodología de investigación acción, ya que sus integrantes reconocen la importancia de mejorar su visibilidad en redes sociales.

Esta asociación tiene como objeto social el empoderamiento de las mujeres cabeza de hogar generando espacios de interacción y aprendizaje, por ende realizar con ellos el ejercicio planteado les permite fortalecer sus capacidades.

La OSP articula aspectos productivos, sociales y de comunicación, lo cual permite analizar el rol de las redes sociales como medio para fortalecer la asociatividad y visibilizar procesos comunitarios. Esta elección responde a los criterios de pertinencia, relevancia social y posibilidad de trabajo colaborativo.

Dentro de la organización se evidencian diferentes aspectos que pueden ser fortalecidos como lo son; cohesión social entre sus integrantes, liderazgo femenino y empoderamiento comunitario, experiencia en capacitación en confección y en procesos de enseñanza entre pares, potencial de crecimiento mediante alianzas con instituciones.

Analizando la información existente y la entrevista realizada, también se evidencia la existencia de limitaciones dentro de la organización siendo; escasa visibilidad en redes sociales digitales, limitaciones financieras para fortalecer su sostenibilidad, ausencia de un plan estratégico de comunicación. Esto hace que las labores que allí se desarrollen no tengan una amplia acogida a nivel regional, pues pese a que día a día su labor se enmarca en el apoyo y fortalecimiento de las capacidades de sus asociados el objeto de la asociación no es reconocido, y desde luego esto interfiere en el crecimiento como organización.

La asociación brinda un espacio para aplicar metodologías participativas, donde se construyen soluciones colectivas a partir de la reflexión y acción conjunta. En este caso, el fortalecimiento de sus redes sociales de comunicación permitirá potenciar su impacto y

sostenibilidad, teniendo en cuenta que en la actualidad los escenarios en plataformas o comunicación directa son un eje fundamental para el crecimiento de organizaciones sean grandes, medianas o pequeñas como lo es Asoemprendedores. Es importante destacar que aun cuando no sea aplicado el plan que se desarrolle en el marco del diplomado, esto sin lugar a duda amplia los horizontes en el aprendizaje de los asociados.

El análisis de Asoemprendedores evidencia la necesidad de comprender las redes sociales no solo como plataformas digitales, sino también como redes humanas de colaboración. Este ejercicio permite integrar la teoría con la práctica, reforzando la importancia de la comunicación como herramienta de desarrollo social.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

OSP: Asoemprendedores Hora inicio:08:00 hrs	Actividad: feria Hora finalización:16:00 hrs	Fecha: 01 10 2025 Lugar: instalaciones físicas de Asoemprendedores/ calle peatonal Chaparral Tolima
Participantes: asociados Asoemprendedores		Investigador: Julián Camilo Clavijo Enciso
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
<p>Durante el día de campo, se evidenció una actividad tipo feria en las instalaciones de la asociación, se tiene:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dentro de sus actividades de modistería, las mujeres que realizan estas prácticas, aprovechan el espacio de cierre de amor y amistad y ofertan sus clases, dejando ver los requisitos para quienes quieren iniciar este proceso. 2. Realizan exposiciones de productos elaborados en las diferentes áreas de la asociación. 3. Realizan talleres y charlas de los avances y pendientes en sus labores. 4. Organizan agenda de trabajo para la OSP. 	<p>Son una organización en su mayoría mujeres que muestran compromiso en sus actividades, se organizan por habilidades y productos obtenidos.</p> <p>Manejan una organización interna que les permite jerarquías para el manejo de las ideas, órdenes y actividades a realizar.</p> <p>Como medio de comunicación interno manejan dialogo, mensajera vía mail, redes sociales.</p> <p>Al organizarse de este modo generan canales de participación entre los asociados y de tal modo retroalimentan sus ideas, propuestas y/o actividades para mostrar a la comunidad o para generar espacios de participación de propios y externos.</p> <p>Estas dinámicas reflejan la existencia de una red social sólida, donde la comunicación participativa fortalece la cohesión y la confianza entre las integrantes, tal como lo plantean Villasante y</p>	<p>Como investigador la jornada me permitió sentir de cerca la fuerza del trabajo colectivo y la riqueza de los vínculos que sostienen a la asociación. Más allá de la simple exposición de productos o talleres, observé cómo cada actividad se convierte en un espacio de encuentro y diálogo entre las mujeres, donde se comparten saberes, experiencias y motivaciones. Me generó admiración ver cómo, sin depender de medios digitales, las relaciones se tejen a través de la palabra, el apoyo mutuo y la cercanía cotidiana, lo que da sentido real al concepto de red social que plantean Fresno (2014) y Chadi de Yorio (2007).</p> <p>También sentí que la comunicación participativa está presente en la manera en que todas las integrantes opinan, proponen y construyen acuerdos durante la organización de la agenda o las ferias. Esa interacción directa refleja la sociopraxis de la que habla Villasante</p>

Gutiérrez (2007) al hablar de las redes como conjuntos de acción orientados a la cooperación y al aprendizaje colectivo.

(s.f.), donde la práctica y la reflexión se combinan para fortalecer los procesos comunitarios. Concluyendo, la experiencia me produjo una sensación de pertenencia y esperanza, al evidenciar que el trabajo colaborativo y la comunicación desde lo cotidiano siguen siendo pilares fundamentales para el desarrollo comunitario y el fortalecimiento del tejido social.

Nota. Elaboración propia con base en la observación realizada en la OSP

Informe Sociopráxico

Durante la jornada observada, la asociación realizó una feria en la que se integraron diferentes áreas productivas, especialmente la de modistería, en un espacio de exposición, comercialización y encuentro. Esta actividad no solo funcionó como una vitrina de los productos elaborados, sino como un espacio de cohesión social y de intercambio de saberes, donde la comunicación verbal y el trabajo conjunto tuvieron un papel central.

Desde la perspectiva de red social, Fresno (2014) plantea que las redes están conformadas por relaciones de confianza, reciprocidad y apoyo mutuo, elementos que se reflejaron claramente en la feria. Las mujeres participantes demostraron organización interna, cooperación y liderazgo, generando vínculos que fortalecen la sostenibilidad del grupo más allá de los medios digitales. En esta red, la palabra y la presencia se convierten en los canales fundamentales de conexión.

En cuanto a la comunicación participativa, Gallego (2016) sostiene que los procesos comunicativos horizontales fomentan el empoderamiento y la toma de decisiones colectivas. Esta idea se manifestó en la manera como las integrantes discutieron avances, compartieron

pendientes y planificaron su agenda de trabajo. La participación de todas las voces permitió evidenciar un diálogo genuino, donde cada aporte fue valorado como parte del proceso de construcción colectiva.

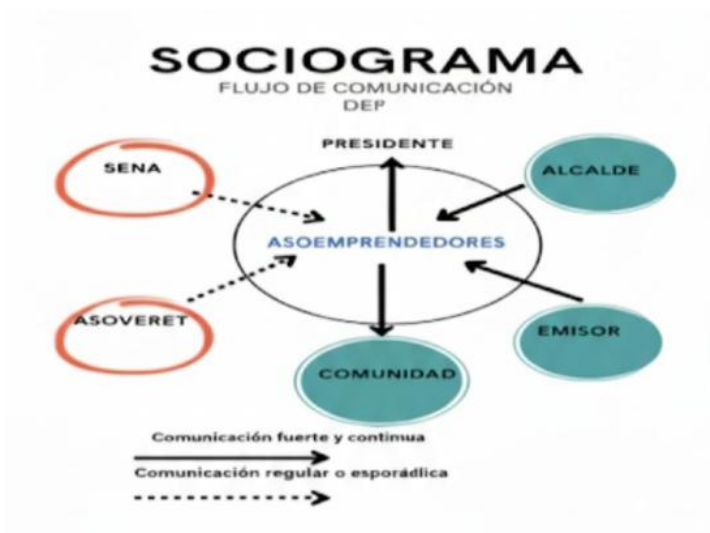
Por su parte, la comunidad, entendida según Chadi de Yorio (2007) como un entramado de relaciones humanas basadas en la solidaridad y el compromiso, se hizo visible en la interacción constante, en la disposición de las participantes para enseñar y aprender mutuamente, y en la apropiación del espacio común. El sentido de pertenencia fue evidente en la motivación con que se desarrollaron las actividades, generando un ambiente de confianza y de fortalecimiento del tejido social.

Desde la sociopraxis, la experiencia permitió comprender que la investigación no es un proceso separado de la acción, sino un espacio donde se aprende junto a los actores sociales. Al observar y participar, el investigador se convierte también en parte del proceso reflexivo y en un facilitador de aprendizaje compartido, como lo plantea Villasante y Gutiérrez (2007), al concebir las redes y conjuntos de acción como estrategias para afrontar la complejidad social desde la colaboración.

Construcción

Figura 1

Sociograma



Nota. Elaboración propia en datos suministrados por la OSP.

Figura 1

Conjunto de Acción



Nota. Elaboración propia en datos suministrados por la OSP.

Tabla 4*Matriz de Posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Asoemprendedores (Asociación de mujeres emprendedoras de chaparral)	Empoderar económicamente y social a través de la formación en confección, la confianza mutua y la autogestión igual forma cuentan con entidades como el Sena la unad o la alcaldía donde ofrecen capacitación	Las propuestas deben ser todas acordadas por un fórum el cual se aprueba por una mayoría, su baja participación, obstaculiza la consolidación de proyectos	Las propuestas deben ser con un fin de beneficiar a todos y para todos	Algunas integrantes tiene poco conocimiento de muchas actividades que se planean o se acuerdan
Asoveret (Asociación de veteranos retirados)	Defensores de derechos y promotores de la disciplina y el civismo	Sus miembros pueden compartir en las actividades pero sus objetivos no se cruzan directamente con el empoderamiento femenino	Puede estar distante de las actividades	La competitividad en coacciones compiten por los mismo recursos
Emisora comunitaria	Las emisoras son el vínculo entre la comunidad y las entidades estatales, y se benefician mutuamente de con el intercambio de información.	Sus aportes están acorde a mostrar los emprendimientos y promocionar el trabajo y las buenas acciones dentro de la comunidad	Su función no compite por recursos su misión es desarrollo y bienestar comunitario	No tiene intereses contrapuestos por lo contrario es una herramienta calve
Juntas de acción comunal	Estas trabaja en común para el beneficios de solucionar las problemáticas	Aunque sus ideales están en apoyar al desarrollo comunitario	Son actores locales y territoriales en el mismo municipio opera	La articulación con sus integrantes , se vuelve compleja y muchas veces

dentro su misma comunidad, promoviendo el desarrollo comunitario.	puede hacer parte de tener integrantes que ayudan a promocionar	la osp y comparten en el ámbito de la acción comunitaria	desorganizada porque requiere del compromiso de más actores.
---	---	--	--

Nota. Elaboración propia con datos proporcionados por la OSP.

Tabla 5

Matriz Comparativa

OSP	OSP Escogida para el ejercicio investigativo	OSP 1	OSP 2	OSP 3
Fines u objetivos (Misión y Visión)	(ASOEMPREDADORES CHAPARRAL) Empoderamiento económico y social de mujeres cabeza de hogar a través de la formación en confección, la confianza mutua y la autogestión.	(Asociación de Veteranos Retirados) Defensa de los derechos de los miembros (salud, pensión) y promoción de la disciplina y el civismo; apoyo a viudas.	(Junta de Acción Comunal - JAC) Desarrollo y mejoramiento continuo del barrio o vereda; gestión de obras y servicios para la comunidad.	(emisora comunitaria) Informar, educar y promover la cultura local y la participación ciudadana; servir como vehículo de identidad comunitaria.
Localización	Chaparral, Tolima (Ámbito de acción local, con enfoque en el municipio).	Chaparral, Tolima (Ámbito de acción local, con enfoque en el municipio).	Chaparral, Tolima (Ámbito de acción local, con enfoque en el municipio).	Chaparral, Tolima (Ámbito de acción local, con enfoque en el municipio).
Miembros	Mujeres cabeza de hogar (núcleo pequeño y cohesionado por afinidad e interés).	Ex-militares, policías o personal de seguridad retirado (cohesión por profesión).	Todos los habitantes del territorio mayores de 14 años (cohesión por ubicación).	Periodistas comunitarios, voluntarios, miembros de la junta directiva y técnicos.
Proyectos desarrollados	Talleres de confección, participación en ferias locales y alianzas para capacitación.	Reuniones de esparcimiento, actividades cívicas, programas de	Obras de infraestructura (calles, parques), mercados	Programas radiales informativos y culturales, cuñas de servicio

		ayuda social a miembros.	comunitarios, vigilancia local.	social, eventos en vivo.
Aliados	Instituciones de formación (SENA, UNAD) y Alcaldía (gestión, donaciones).	Ministerio de Defensa, Fondos de Pensiones, y asociaciones nacionales.	Organismos de control, Secretarías de Gobierno y líderes cívicos.	Organizaciones locales, patrocinadores comerciales locales y Ministerio de las TIC.
Antigüedad	4 AÑOS	1 AÑO	entidades históricas reguladas por ley).	Media a Alta (su existencia depende de la obtención de una licencia de radiofrecuencia).
Descripción de sus redes sociales	Alta visibilidad y escaso posicionamiento digital; la comunicación principal es verbal y presencial.	Uso más formal y pragmático (informar sobre derechos, trámites).	Uso generalmente informal (grupos de WhatsApp para avisos).	Uso complementario de redes (streaming de la emisión, promoción de programas); su foco principal es el medio radial.
Tipo de comunidad ética	Comunidad de Práctica (aprendizaje de oficios) y Comunidad de Interés (emprendimiento).	Comunidad de Interés (defender un estatus y beneficios comunes).	Comunidad Territorial (basada en la ubicación geográfica) y Comunidad de Acción (gestión de mejoras).	Comunidad Mediática (creación y consumo de contenido local).
Fuentes (de dónde extrajo la información para esta matriz o tabla)	Análisis Sociopráctico de la Fase 3	Presidente yara de la asociación	Estatutos de la Ley de Acción Comunal (Ley 743 de 2002)	Regulaciones del Ministerio TIC sobre radiodifusión comunitaria.

Nota. Elaboración propia con base a información relevante de la OSP.

Informe de Investigación

Este informe recoge todo lo que encontramos en las Fases de Observación e Implicación, encontrando una visión clara de cómo funciona la osp de mujeres de Asoemprededores, sus fortalezas humanas y sus retos de comunicación.

La OSP como una Red de Vínculos y Relaciones:

Para nosotras, Asoemprededores no es solo una asociación; es una red social viva. El motor principal que une a las socias es la confianza y el apoyo mutuo, algo que va mucho más allá de cualquier herramienta digital. Las integrantes activas y las líderes somos el corazón de la red (como se ve en la Figura 1 – Sociograma). La situación que nos motiva es doble: salir adelante económicamente y darnos un apoyo emocional como mujeres cabeza de hogar, buscando esa autonomía que tanto necesitamos.

Desde la teoría, esto coincide con lo que dicen autores como Fresno (2014) y Chadi de Yorio (2007): una red solo funciona si hay reciprocidad y calidad humana en la interacción. Aquí, los vínculos son la fuerza del proyecto.

Temas, Socialidad y Comunidad

Temas que Tejen las Relaciones: Armonía o Conflicto

La armonía se construye en el día a día. Los temas que más unen y nos llevan al consenso son el aprendizaje de la confección (que es un saber práctico), y la necesidad de planificar para vender. Aquí no hay jerarquías rígidas, todas aportamos.

Ahora, los retos o el potencial conflicto vienen por dos lados. Por un lado, la inconsistencia de algunas socias que participan poco, lo que genera una carga extra al núcleo duro de la red. Por otro, la limitación más grande es lo financiero y la falta de capacidad para mostrarnos al mundo.

Características de las Relaciones: Socialidad y Comunidad

Nuestras relaciones se basan en una fuerte socialidad (lazos afectivos y personales). Somos una comunidad de práctica porque aprendemos y compartimos saberes de confección, pero también somos una comunidad de interés porque todas buscamos el mismo objetivo: emprender. La confianza es tan alta que funciona como un sistema de seguridad y apoyo, lo que Villasante (s.f.) llama la integración entre la acción y la reflexión colectiva.

El Reto de la Comunicación

Formas donde se Evidencia la Comunicación Horizontal y Participativa

La comunicación es nuestra gran fortaleza. La horizontalidad se ve claramente en:

Las Reuniones Semanales: Todas tienen voz y voto, y el diálogo es la herramienta principal para llegar a acuerdos.

Talleres de Trabajo: No hay un solo profesor; la enseñanza es bidireccional, compartiendo saberes y experiencias.

El Liderazgo es un Facilitador: Las líderes actúan como facilitadoras, no como jefas, asegurando que el proceso de empoderamiento se dé a través de la comunicación (Gallego, 2016).

Formas Comunicacionales que Posibilitan el Consenso y la Armonía Social

El diálogo cara a cara es lo que nos permite lograr la armonía. Al vernos, la comunicación no solo es racional, sino también emocional. Esto nos permite construir acuerdos sobre la base de la confianza ya establecida. La comunicación aquí es un medio para construir consenso (Villasante y Gutiérrez, 2007).

Formas Comunicacionales que Generan Conflicto (con el entorno).

Aquí está nuestro gran "pero": la falta de estrategia en la comunicación digital. Aunque tenemos redes, son un lazo débil (Figura 1 - nodo rojo). La escasa visibilidad y no tener un plan concreto hace que no logremos posicionarnos. Esto nos crea un conflicto con el entorno, pues la gente no nos conoce y nuestro crecimiento se estanca. Necesitamos urgentemente que nuestra fuerza humana se vea reflejada también en lo digital.

Recomendaciones para Fortalecer la OSP

Recomendaciones para Fortalecer la Comunicación

Crear un Plan Estratégico Digital: Necesitamos un plan que traduzca nuestra confianza interna a contenido digital. Hay que mostrar en redes las historias de las socias y la calidad de lo que hacemos.

Aliarnos con la Emisora Comunitaria: No todo es internet. Debemos buscar a la Emisora Comunitaria (Ver Tabla 5) para que nos ayuden a difundir nuestros productos y nuestros talleres de manera masiva en Chaparral, cubriendo la debilidad de la visibilidad digital.

Recomendaciones para Fortalecer la Red

Buscar Alianzas Productivas: Necesitamos pasar de la autogestión a la gestión de alianzas fuertes con el sector privado o entidades de desarrollo que nos den sostenibilidad financiera.

Protocolo de Participación: Es necesario establecer un protocolo interno, basado en la participación activa, para asegurar que la carga de trabajo no recaiga siempre en el mismo grupo y que todas las socias se sientan motivadas a ser constantes.

Proyección

Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia

Las redes sociales, se sustentan en relaciones de confianza, reciprocidad y apoyo mutuo. En el caso de Asoemprededores, su principal red no es digital, sino humana, tejida a través del diálogo cotidiano, la cooperación y la construcción de sentido comunitario. Las plataformas digitales representan una oportunidad para ampliar la red, pero no reemplazan el entramado relacional base.

La comunicación participativa se caracteriza por la horizontalidad, la construcción colectiva y la toma de decisiones conjunta, elementos claramente visibles en las prácticas internas de Asoemprededores. La participación se convierte en un mecanismo de empoderamiento y apropiación social, fortaleciendo la identidad y la autonomía del grupo.

La sociopraxis vincula acción y reflexión desde las experiencias reales de las comunidades, permitiendo comprender y transformar su realidad mediante procesos colaborativos. En Asoemprededores, la investigación-acción permitió identificar necesidades comunicativas, comprender dinámicas internas y construir alternativas con las propias integrantes.

Una estrategia de comunicación debe partir del análisis contextual, definir objetivos claros, establecer públicos, medios, mensajes y acciones, y evaluar sus impactos. La estrategia propuesta aquí integra estos elementos y articula las necesidades del grupo con acciones realistas y sostenibles.

Fortalezas identificadas:

- Vínculos de confianza y cooperación.
- Liderazgo femenino consolidado.

- Experiencia en formación en confección y emprendimiento.
- Participación activa en ferias y actividades comunitarias.

Debilidades:

- Visibilidad limitada en redes sociales digitales.
- Ausencia de estrategia comunicacional formal.
- Uso irregular de Facebook e Instagram.
- Falta de roles definidos en comunicación.

Oportunidades:

- Aliados institucionales (SENA, Alcaldía, UNAD).
- Mayor demanda de productos textiles locales.
- Interés por ampliar mercados fuera de Chaparral.
- Potenciales alianzas con medios comunitarios.

Amenazas

- Competencia de otros emprendimientos textiles.
- Dependencia de voluntarismo y donaciones.
- Limitaciones tecnológicas de algunas integrantes.

Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional

El propósito de la estrategia es: Fortalecer los procesos organizativos y comunicacionales de Asoemprendedores Chaparral mediante acciones participativas que mejoren la visibilidad de la asociación, consoliden su identidad colectiva y amplíen su red de aliados internos y externos.

Para garantizar dicho propósito se establece el siguiente objetivo: Diseñar e implementar una estrategia de comunicación participativa que fortalezca la circulación de la información, el

posicionamiento digital y las dinámicas internas de Asoemprendedores, desde el enfoque de red social.

A su vez se proyectan los siguientes objetivos específicos:

- Estructurar un plan de comunicación interna que mejore la coordinación entre las integrantes.
- Fortalecer las capacidades digitales de la OSP mediante formación práctica.
- Crear y dinamizar contenidos estratégicos en redes sociales.
- Consolidar un comité interno de comunicación participativa.
- Establecer alianzas con actores externos para ampliar la visibilidad de la OSP.

Componentes de la estrategia:

Componente 1. Comunicación interna participativa

- A. Creación del Comité de Comunicación (4 integrantes voluntarias).
- B. Elaboración de un boletín interno mensual vía WhatsApp.
- C. Definición de roles y responsabilidades para circulación de información.

Componente 2. Identidad organizacional:

- A. Diseño colaborativo de un manual de identidad básica.
- B. Taller para definir mensajes clave, valores y narrativas de la asociación.
- C. Estandarización de formatos para publicaciones.

Componente 3. Comunicación digital y redes sociales

- A. Reactivación de Facebook e Instagram.
- B. Calendario mensual de contenidos.
- C. Publicaciones sobre:
 - a) Productos y servicios

- b) Historias de vida
- c) Testimonios
- d) Procesos formativos
- e) Participación en ferias

Componente 4. Fortalecimiento formativo

- A. Taller práctico: uso de redes sociales
- B. Taller: fotografía básica con celular
- C. Taller: escritura de mensajes breves y efectivos

Componente 5. Relaciones estratégicas y alianzas

Articulación con:

- A. Emisora comunitaria local
- B. Alcaldía (oficina de comunicaciones)
- C. SENA (programas de emprendimiento)
- D. Eventos feriales regionales

Tabla 6

Cronograma de Actividades

Actividad	Responsable	Fecha	Resultado esperado
Conformación Comité de Comunicación	Asoc.	Sem. 1	Comité formalizado
Capacitación en redes sociales	Investigador + SENA	Sem. 2	Integrantes formadas
Creación de calendario de contenidos	Comité	Sem. 3	Plan mensual
Taller de identidad	Investigador	Sem. 3	Mensajes clave
Producción de contenido	Comité	Sem. 4 en adelante	Publicaciones periódicas
Difusión en ferias	Todas	Continuo	Mayor visibilidad

Nota. Elaboración propia con datos propuestos para la OSP.

Indicadores de evaluación

Cuantitativos:

- Número de publicaciones semanales: mínimo 3.
- Incremento del 30% en seguidores en 2 meses.
- Participación promedio en reuniones: +20%.

Cualitativos:

- Mejor integración de mensajes.
- Mayor reconocimiento comunitario.
- Percepción positiva sobre la comunicación interna.

Conclusiones

La OSP seleccionada presenta un gran potencial de crecimiento, sustentado en el liderazgo femenino y la asociatividad.

Las redes sociales constituyen una herramienta clave para visibilizar su labor, ampliar mercados y consolidar su impacto social.

El ejercicio permitirá aportar en la construcción de estrategias de comunicación interna y externa, fortaleciendo tanto la sostenibilidad económica como el tejido social de la comunidad.

La práctica desarrollada en Asoemprendedores permitió evidenciar que la sociopraxis se vive cuando la comunidad se convierte en protagonista de su propio proceso. El diálogo, la cooperación y la participación activa fueron los ejes que dieron sentido a la experiencia. Se constató que, aunque las redes digitales no son predominantes en esta organización, existen redes sociales sólidas sostenidas en la comunicación oral, la confianza y el compromiso. Asimismo, la jornada reafirmó que la comunicación participativa y el trabajo colectivo fortalecen no solo la productividad, sino también los lazos humanos, reafirmando la importancia de construir conocimiento desde la práctica y la interacción cotidiana.

En síntesis, la sociopraxis en esta experiencia no fue un concepto teórico, sino una vivencia tangible donde la reflexión, la acción y la comunidad se integraron para fortalecer la organización social y su papel en el desarrollo local.

Con el proceso vivido en Asoemprendedores se evidenció que las redes sociales entendidas en el sentido propuesto por Fresno (2014) y Chadi de Yorio (2007) son el motor que sostiene la cooperación, el aprendizaje y la resiliencia comunitaria. Aunque la asociación no depende de plataformas digitales, su estructura relacional está basada en la comunicación directa,

la confianza y la reciprocidad, demostrando que la verdadera fortaleza de una red reside en los lazos humanos. Del mismo modo, la comunicación participativa, en términos de Gallego (2016), se hizo visible en la horizontalidad de los espacios de diálogo y en la toma colectiva de decisiones. Ambas dimensiones, red y comunicación, confluyen en un modelo organizativo donde la comunidad se empodera, consolida identidad y proyecta sostenibilidad social a través del trabajo conjunto.

La experiencia desarrollada con Asoemprendedores Chaparral demuestra que las redes sociales de comunicación, entendidas desde la interacción humana, el diálogo participativo y el tejido comunitario, constituyen un pilar fundamental para la sostenibilidad de las organizaciones sociales. La estrategia diseñada integra elementos conceptuales y prácticos que responden a las necesidades identificadas en campo, potenciando tanto la comunicación interna como la proyección externa.

El fortalecimiento de las capacidades digitales, la organización interna y la generación de mensajes coherentes permitirá que la OSP amplíe su visibilidad y su capacidad de gestión ante nuevos aliados. Finalmente, la jornada de devolución – como espacio sociopráxico – no solo valida los resultados, sino que reafirma el valor del trabajo colaborativo y de la comunicación como eje del desarrollo comunitario.

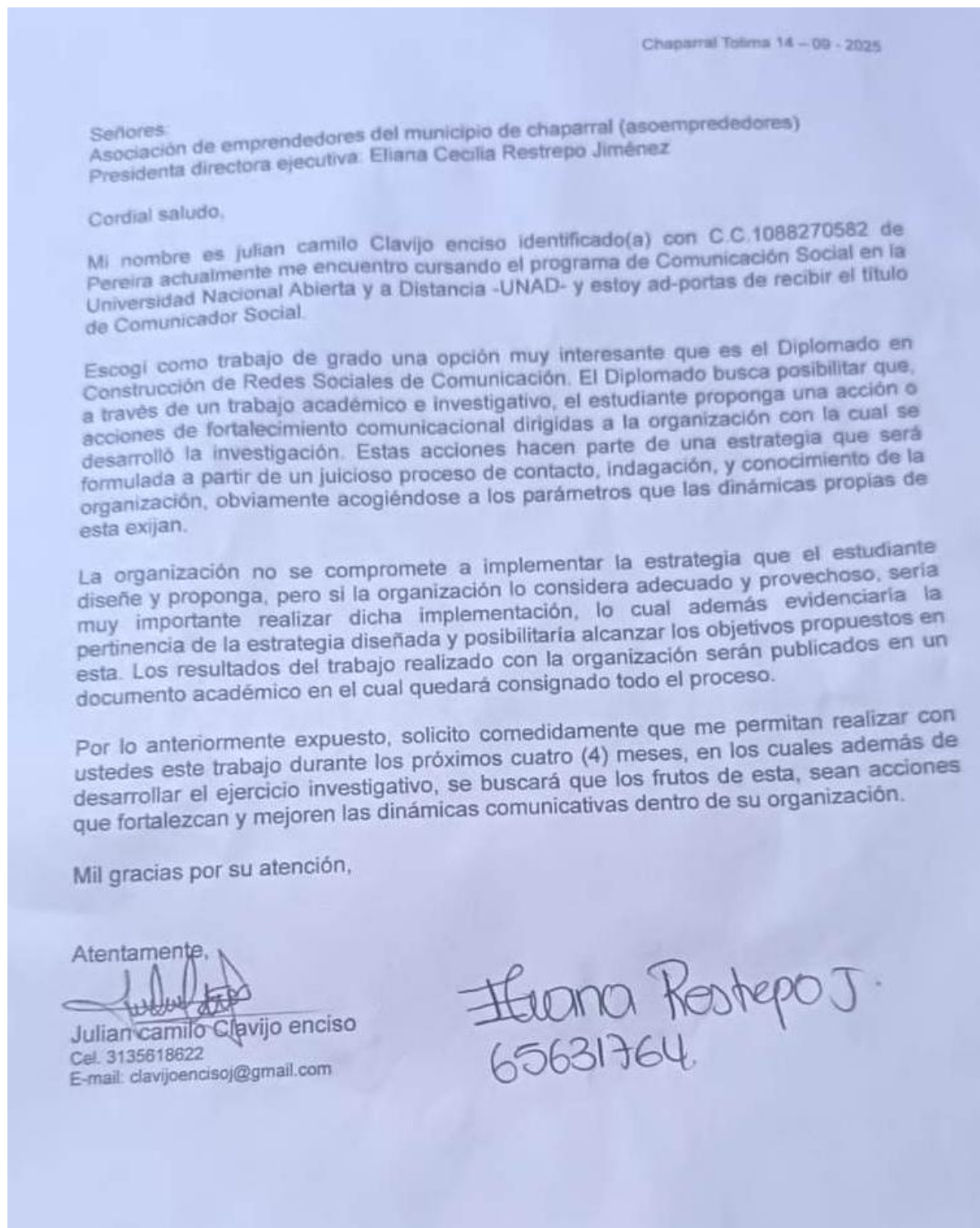
Referencias Bibliográficas

- Beltrán, L. (1979). *Un adiós a Aristóteles: La comunicación horizontal*. Comunicación y Sociedad, 6(1979), 5–35. Editorial Cortéz. <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Bernal, C., Navarro, C., & Santoveña, S. (2018). *Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación*. Ediciones Octaedro.
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820%206>
- Gallego, S. (2011). *Redes sociales y desarrollo humano*. Barataria: Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales, (12), 113–121. Asociación Castellano Manchega de Sociología.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- López, J. (2013). *Breve recorrido por la investigación en la comunicación participativa de Latinoamérica*. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD.
https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf
- Santos Requena, F. (1989). *El concepto de red social*. Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas, (48), 137–152. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>
- Villasante, T. R. (2010). *Redes sociales para la investigación participativa*. Sociedad Hoy, (18), 109–129. Universidad de Concepción.
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención



Apéndice B

Carta de Aprobación

Aso Emprendedoras
Asociación de Mujeres Emprendedoras

Chaparral, Tolima
15 de septiembre de 2025

Señor
JULIAN CAMILO CLAVIJO ENCISO
Estudiante diplomado en construcción de redes sociales de comunicación UNAD

Asunto: Autorización para el uso de información

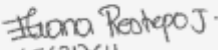
Respetado Julián Camilo

En mi calidad de **Gerente de la Asociación Asomprendedores**, me permito autorizar de manera formal el uso de la información suministrada sobre nuestra organización, en el marco de un ejercicio académico.

Dicha información tiene un carácter **exclusivamente académico y formativo**, y puede ser utilizada para efectos de análisis, desarrollo de aprendizajes en comunicación social y construcción de redes sociales, siempre en el entendido de que no se hará un uso comercial ni se afectará la buena imagen de la asociación.

Asomprendedores es una organización de mujeres cabeza de hogar que trabaja en procesos de confección y formación, con el propósito de fortalecer el empoderamiento femenino y generar alternativas de desarrollo económico y social en la región. Nos complace que nuestra experiencia pueda servir como ejemplo en el ámbito académico.

Cordialmente,


ELIANA RESTREPO
DIRECTORA EJECUTIVA
Asomprendedores

Apéndice C

Preguntas Entrevista Inicial

- ¿Cómo considera que la comunicación directa ha funcionado en la asociación?
- ¿Qué importancia tiene la comunicación verbal y las reuniones tradicionales para mantener la confianza?
- Interacción, Redes y Unión
- ¿De qué manera las interacciones personales han contribuido a crear y sostener la red social de la asociación (OSP)?
- ¿De qué forma la comunicación verbal y las prácticas tradicionales han permitido mantener la unión de la asociación y transmitir conocimiento? (Nota: Esta es la pregunta "séptima" original, pero se ha reubicado por temática.)
- Participación, Toma de Decisiones y Herramientas
- ¿Qué papel juega la comunicación participativa para la toma de decisiones en la asociación (OSP)?
- ¿Qué medios o herramientas comunicativos considera más efectivos para mostrar la participación de los miembros?
- Dificultades y Estrategias de Fortalecimiento
- ¿Cuáles serían las principales dificultades que enfrenta la comunidad para participar y que sea efectiva esta comunicación?
- ¿Qué estrategia consideran necesarias para fortalecer la asociación?

Apéndice D

Enlace Entrevista Inicial

https://youtu.be/Ky1jiP5O0PE?si=h9a_vV_BiOMh5YTm

Apéndice E

Preguntas Cualitativas

1. ¿Cómo considera que la comunicación directa con la comunidad ha fortalecido la asociación ASOEMPREENDEDORES?
2. ¿Qué importancia tiene la comunicación verbal y las reuniones tradicionales para mantener la confianza y el apoyo mutuo dentro de la organización?
3. ¿De qué manera las interacciones personales (conversaciones, visitas, reuniones) han contribuido a crear y sostener la red social de la asociación?
4. ¿Qué papel juega la comunicación participativa en la toma de decisiones dentro de la asociación?
5. ¿Qué medios o herramientas comunicativas considera más efectivas para motivar la participación de los miembros?
6. ¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta la comunidad para mantener una comunicación efectiva y participativa?
7. ¿Cómo percibe la comunicación que desempeña la asociación hacia la comunidad actualmente?
8. ¿Qué experiencias comunitarias han surgido a partir del trabajo colaborativo en la asociación ASOEMPREENDEDORES?
9. ¿Qué estrategias considera necesarias para que la comunidad mantenga y fortalezca sus lazos en el futuro?

Apéndice F

Enlace Entrevista Cualitativa

<https://youtu.be/o5rPEyZsaJE?si=gN3BoKMbMaajDFrq>

Apéndice G

Registro Fotográfico



Nota: Integración de mujeres/intercambio de productos



Nota: evidencia punto de información actividad modistería en la feria

Apéndice H

Enlace del Vídeo de Devolución-Exposición con la OSP

<https://youtu.be/SHwK2xCG9-Q?si=9iIoA2tI7hjo06cV>

Apéndice I

Registro Fotográfico de la Jornada de Devolución-Exposición

