

**Estrategia de comunicación organizacional interna y externa de la fundación sembradores
de paz y amor para el crecimiento del proyecto comunitario**

Leidy Tatiana Zabala Ramos

Asesora

María Estefanía Orozco García

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH

Comunicación social

2025

Resumen

La comunicación organizacional tiene un valor muy importante en las diferentes empresas sean con o sin ánimo de lucro y más cuando la era digital indica que si una organización no cuenta con una vitrina digital es como si no existiese entonces aquí en el siguiente documento se encuentra la investigación acción sobre la comunicación interna y externa de la fundación sembradores de paz y amor, donde se logró identificar las falencias y fortalezas de la comunicación y procesos comunicativos de manera interna y externa, para así poder plantear una estrategia de comunicación completa y acertada a sus necesidades empresariales, estrategia que puede ser aplicada a otras entidades de manera parcial según sus necesidades u objetivos.

Palabras clave: Comunicación, marca, organizaciones, estrategia, redes sociales.

Abstract

Organizational communication has a very important value in different companies, whether for-profit or non-profit, and even more so when the digital era indicates that if an organization does not have a digital showcase, it is as if it does not exist. Therefore, in the following document, you will find the action research on the internal and external communication of the Fundación Sembradores de Paz y Amor, where the weaknesses and strengths of communication and communicative processes were identified both internally and externally, in order to propose a comprehensive and accurate communication strategy tailored to their business needs, a strategy that can be partially applied to other entities depending on their needs or objectives.

Keywords: Communication, branding, organizations, strategy, social media.

Tabla de Contenido

Introducción.....	8
Justificación.....	11
Descripción de la Organización Social Participativa Informe de Identificación y	
Conceptualización	12
Informe Socio-práxico	17
Análisis Sociograma FSPA	19
Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y	
Comunicacional.....	29
Objetivo	31
Conclusiones.....	36
Referencias Bibliográficas	37
Apéndices	41

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Identificación y conceptualización de la OSP</i>	9
Tabla 2 <i>Ficha de información descriptiva</i>	15
Tabla 3 <i>Diario de campo</i>	20
Tabla 4 <i>Matriz de posicionamiento</i>	26
Tabla 5 <i>Matriz comparativa</i>	30
Tabla 6 <i>Estrategia de comunicación</i>	35
Tabla 7 <i>Parrilla de programación para redes sociales</i>	38

Lista de Figuras

Figura 1 *Sociograma (Fundación sembradores de paz y amor)*..... 23

Figura 2 *Conjuntos de acción*..... 25

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	41
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	42
Apéndice C <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	43
Apéndice D <i>Preguntas Cualitativas</i>	44
Apéndice E <i>Enlace video de devolución</i>	46
Apéndice F <i>Material gráfico diario de campo</i>	47

Introducción

Este documento es un informe presentado como evaluación del diplomado en construcción de redes sociales de comunicación de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia el cual es la opción de grado para el programa de comunicación social.

La fundación sembradores de paz y amor se caracteriza por ser una organización con un destacado e importante objeto social, dedicada desde el 2017 a brindar salud mental a las personas más vulnerables de la ciudad de Bogotá de manera gratuita y gracias a la labor de los practicantes de psicología de la UNAD la fundación ha crecido impactando fuertemente a las comunidades intervenidas con actividades y apoyo personalizado en todo lo relacionado con salud mental. Esta parte de la fundación referente a los practicantes de psicología le ha permitido a la comunidad contar con un equipo constante de apoyo quienes garantizan actividades semanales de promoción y prevención en temas relacionados a salud mental para adulto mayor, primera infancia, jóvenes con problemas de adicciones y madres cabeza de hogar; ahora bien, la fundación requiere que su proyecto crezca, necesitan recibir más donaciones y más en fechas tan emocionales como las fiestas navideñas, a su vez requieren hacer uso objetivo de las redes sociales para generar más visualización sobre las obras sociales y todas las actividades que realizan en pro de las comunidades impactadas para que estas herramientas también les ayude a crecer como proyecto comunitario y para ayudar a más personas. Es por esto por lo que después de realizar una investigación acción se plantea una estrategia de comunicación completa y acorde a las necesidades de la fundación la cual se presentará a continuación.

Tabla 1*Identificación y conceptualización de la OSP*

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla.	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
OSP 1 fundación guerreros sobre ruedas	Es una agrupación motera formada principalmente por mujeres, su líder es una mujer Diana Cristiano, quienes realizan obras sociales de diferentes índoles, hacen ferias de emprendimiento s en diferentes localidades de Bogotá, hacen obras sociales regalando kits escolares a niños de escasos recursos, donan alimentos a fundaciones de animales rescatados y apoyan jornadas de adopción, recaudan mercados para familias de escasos recursos y pertenecen a las chicas púrpura quienes son veedoras y protectoras de la mujer y rechazan la violencia de género. Entre muchas actividades sociales más. Son políticamente activos y reciben el apoyo de diferentes agrupaciones moteras, animalistas y policiales.	La investigadora conoce la fundación, ya que es una de las participantes en la feria de emprendimiento, ha apoyado de manera activa con algunas de las obras sociales de la fundación y conoce a su fundadora y los objetivos que tiene para crecer y así mismo poder aportar más a la sociedad ayudando a disminuir la pobreza, la marginalidad y el maltrato animal entre otras problemáticas sociales. Por lo cual, le es posible tener un gran acercamiento a la fundación, a sus actividades y a sus gestores lo que la hace susceptible de ser objeto de estudio para este diplomado.	La investigadora tiene cercanía con la fundadora y sus integrantes. Es participante y beneficiaria activa de algunas de obras sociales que esta fundación realiza.	Tiempo de atención y Ejecución de parte del personal de la fundación.

OSP 2 Fundación Sembrador Es de paz y Amor	La fundación sembradores de paz y amor enfoca su objeto social a la salud mental de todas las personas y sobre todo, de las más vulnerables de la ciudad de Bogotá.	La investigadora actualmente se encuentra realizando su práctica profesional en esta fundación por lo cual es muy fácil realizar la investigación acción con está OSP.	Cercanía con la OSP con sus actividades, colaboradores y fundadores, además, que tienen una gran necesidad de incluir un equipo de comunicación para elaborar una estrategia	Son personas en Constante movimiento lo que puede dificultar la Actividad, y no cuentan con sedes físicas más que la sede principal en villa del prado Bogotá.
OSP 3 Fine fundación para niños con discapacidad múltiple y permanente.	Esta fundación se especializa en la atención y terapia a niños con discapacidad cognitiva y física, ubicada en la ciudad de Bogotá. En ocasiones realizan ferias de emprendimientos entre las mismas familias afiliadas a la fundación. Reciben donaciones que usan para una mejor atención de sus estudiantes.	La fundación tiene una labor muy bonita es que además de cuidar de los niños con discapacidades múltiples, también realizan actividades de capacitación y apoyo a las familias aportando positivamente a la sociedad.	De comunicación para sus redes sociales. Es una fundación pequeña lo que facilita el trabajo a realizar, además, que requieren de ayudas en muchos aspectos lo que implica una responsabilidad muy bonita poder construir una red social de comunicación. Que les permita crecer y poder ayudar a más familias con niños en condiciones de discapacidad.	Son muy selectivos y en ocasiones cerrados a este tipo de actividades educativas, pero es posible, sin embargo, expresarles las intenciones del trabajo para que sean más asequibles a colaborar.

Nota. En la tabla se muestra la comparación entre tres organizaciones sociales participativas, para justificar la elección de una de ellas en este documento., la información fue tomada de diferentes indagaciones con personas cercanas o directivos de cada OSP.

Justificación

La Fundación Sembradores de paz y amor es la mejor opción para realizar la actividad de Investigación – Acción por su cercanía a la investigadora y por su interés de incorporar un equipo de comunicación que les permita tener mayor visibilidad de manera interna y externa, desea facilitar su comunicación y organización a nivel comunicacional para crecer como proyecto comunitario desde esta área, además ven la comunicación como una oportunidad de crecimiento para su proyecto comunitario, por lo cual se encuentran en total disposición para otorgar información para lograr entender las redes sociales de comunicación que maneja esta OSP.

La salud mental es un derecho fundamental, especialmente para poblaciones vulnerables social, económica y educativamente. Al apoyar una fundación de salud mental para estas comunidades (OMS, 2025) se contribuye a reducir el impacto del estrés, ansiedad y depresión en contextos de vulnerabilidad también Fomenta la resiliencia y el bienestar en personas con acceso limitado a recursos, se apoya la inclusión social y la igualdad de oportunidades y según OMS La inversión en salud mental en poblaciones vulnerables puede mejorar significativamente la calidad de vida y reducir desigualdades en salud.

Descripción de la Organización Social Participativa Informe de Identificación y Conceptualización

Se escoge esta OSP, puesto que ante todo cumple con los requerimientos legales y formales para realizar correctamente una investigación completa y su posterior acción frente a lo encontrado. La fundación sembradores de paz y amor, aunque existen desde el 2017, han crecido al punto de contar con 10 puntos de atención a nivel distrital en la ciudad de Bogotá. La directora Luz y su fundador El padre Blass se han encargado de mantener al día la fundación y de expandirla para poder atender a más personas que necesitan atención psicológica así mismo brindar herramientas a las personas para entender y manejar sus emociones y traumas.

Colombia es un país con muchas necesidades y problemáticas en el área de la salud, entre todas, la corrupción ha impedido un real avance en la atención de enfermedades a nivel general en todos los pacientes colombianos, un sistema de salud deficiente donde no entregan medicamentos importantes y a tiempo, las citas médicas se tardan para ser asignadas y los profesionales de salud están colapsados de pacientes ya que les acortan el tiempo de atención por paciente y les llenan su agenda (transparenciacolombia, 2025).

La salud mental es una de las áreas que, aunque hoy día se le ha prestado más atención, sigue teniendo dificultades y es poco priorizada, existen clínicas psiquiátricas y se brindan citas de psicología y psiquiatría, pero no existe una atención oportuna o de promoción y prevención. Es por esto por lo que la Fundación sembradores de paz y amor cuenta con un objeto social enfocado en la salud mental, promoción y prevención y llega a las personas más vulnerables de la ciudad de Bogotá.

La salud mental no significa estar loco o cuerdo, es poder entender que los seres humanos guardan muchos traumas, que la soledad absoluta afecta y que los sentimientos pueden sentirse físicamente, que existen muchos duelos que a lo largo de la vida se deben superar, sanar. Que el amor propio debe ser primordial en la vida de todos para saber poner límites, además de comprender que es el abuso, como prevenirlo y entender cuando lo están sufriendo.

Tabla 2*Ficha de información descripción*

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	La fundación sembradores de paz y amor tiene un enfoque en salud mental, atendiendo diferentes problemáticas psicológicas que toda la comunidad puede enfrentar según sus edades, problemáticas sociales, genero, etc. Además, tiene un amplio objeto social ya que a pesar de que su fuerte es la salud mental, también tienen comedores comunitarios, atención a la primera infancia, reciben donaciones de juguetes, ropa y comida que comparten con la comunidad y los distribuyen según necesidades de cada zona.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	Suplir las necesidades de Colombia en salud mental, con talleres de promoción y prevención y atención personalizada y profesional en casos específicos aplicada en la comunidad más vulnerable. Ser parte fundamental en la construcción de la paz y la transformación social.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	La fundación sembradores de paz y amor a nivel Bogotá cuenta con 10 sedes que, aunque no tienen punto físico propio todas se han vinculado con otras fundaciones, juntas de acción comunal, líderes sociales quienes brindan el espacio y son intermediarios entre la comunidad y las actividades que brinda la fundación sembradores de paz y amor. Estas actividades en su mayoría se llevan a cabo los fines de semana, sábado y domingo. Lo que permite que muchas personas asistan y participen sin afectar sus actividades cotidianas. Todas las actividades están enfocadas a la salud mental según la población (Adulto mayor, infancia, madres, jóvenes con adicciones, etc)
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	La comunidad que participa en las reuniones está clasificada según su edad, su género e incluso sus problemáticas sociales. Se trabaja con adulto mayor, infancia niños de 6, 7 y 8 años, adolescencia, mujeres madres cabeza de hogar, y hombres y mujeres con problemas de adicción a las drogas. Las actividades están enfocadas a la salud mental y las realizan psicólogos y practicantes de psicología de la UNAD.
Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)	La fundación cuenta con 10 sedes en la ciudad de Bogotá. Cada sede tiene 5 a más practicantes de diferentes carreras como Psicología, comunicación social, derecho, etc. 1500 participantes o beneficiarios.
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	La fundación sembradores de paz y amor está encabezada por el padre Blass Garrido fundador quien además psicólogo graduado de la UNAD y su mano derecha la Doctora Luz Muñoz, quien es la directora de la fundación actualmente. Quienes dirigen a todos los practicantes y profesionales para cumplir con el objeto social de la fundación que es la salud mental.

Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	La fundación sembradores de paz y amor cuenta con vínculos con la UNAD, geriátricos, empresas como 472. Juntas de acción comunal de las zonas donde intervienen.
Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.	Se encuentran en la creación y configuración de sus redes sociales. El resto de comunicación es directa con la comunidad y con sus líderes sociales a través de los líderes de psicología.
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	Internamente se comunican a través de correo electrónico, whatsapp y encuentros virtuales a través de meet y de teams. Tienen encuentros presenciales tanto con los practicantes de psicología bajo su mando, como con la comunidad cuando van a cada sede a entregar donaciones. Existe constante comunicación con todos los integrantes de la fundación por medio de llamadas telefónicas y grupos de whatsapp. La comunicación se lleva a cabo entre los directivos de la fundación, los practicantes de psicología, los representantes de las comunidades intervenidas como presidentes de juntas de acción comunal y líderes sociales.
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	La fundación sembradores de paz y amor cuenta con redes sociales en Facebook, Instagram y tiktok que les permite exteriorizar todas las actividades que realizan sobre la salud mental en las diferentes comunidades intervenidas que en su mayoría son adultos mayores en la ciudad de Bogotá. Las personas encargadas de realizar las actividades a la comunidad son los y las practicantes de psicología de la UNAD. Ahora bien, recientemente hicieron apertura de la página web oficial de la fundación, sin embargo, está es organización para asignarla a una persona de comunicación social para su administración.
Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.	A largo plazo la fundación busca brindar atención médica gratuita en las diferentes zonas donde intervienen, desean tener campañas de salud física y mental. Con jornadas de vacunación, de atención visual, fisioterapia, entre otros muchos más especialidades de la salud.
Logros de proyectos exitosos.	Sus principales logros es la atención a más de 1500 personas que en su mayoría son adultos mayores, con múltiples necesidades. Se encuentran registrados ante cámara y comercio. Y son importantes en la realización de las prácticas empresariales para diferentes carreras de la UNAD.
Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.	Las personas que trabajan en la fundación son temporales, lo que se puede traducir en dificultades para darle continuidad a las actividades. No existen sedes físicas en todas las localidades solo actividades lo que puede que haga que la fundación no genere un posicionamiento de marca en sus colaboradores y participantes.

Nota. Entrevista con la directora Luz Muñoz y el fundador Blass

Tabla 3*Diario de campo*

Diario de campo		
Fundación sembradores de paz y amor Actividad con infancia sobre el correcto uso de la tecnología. Fecha: 11 de octubre de 2025 Hora inicio: 9:00am Hora finalización: 9:30am Lugar cancha sintética, Arborizadora alta localidad Ciudad Bolivar Participantes: Practicantes de psicología y 10 niños de la escuela de futbol Investigador: Leidy Tatiana Zabala Ramos - Estudiante		
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
<p>La practicante de psicología Jeimmy Garzón preparó y realizó una actividad con los niños de la escuela de futbol la cual tenía como objetivo enseñar a los niños a usar correctamente la tecnología, como tablets, teléfonos móviles, video juegos, etc que estos, lograran identificar los peligros del uso incorrecto de la internet y que así mismo identifiquen si están siendo responsables con dicha actividad digital. Mediante una actividad lúdica que consistía en darle unas fichas con frases sobre el uso de la tecnología las cuales debían pegar en un semáforo para que clasificaran las fichas según el nivel de peligro. Había frases como “Uso la tablet mientras camino por la calle”, “Comparto mis datos personales por internet”, “Me enoja cuando me quitan mi celular o video juegos”, “Uso el celular poco tiempo durante el día” entre otras, las cuales debían clasificar entre Rojo, Amarillo y Verde, siendo el rojo el nivel más negativo y el verde el más positivo.” Los niños estuvieron muy activos y participativos lo que les permitió a las practicantes de psicología identificar alertas o banderas rojas en algunos de ellos.</p>	<p>Los niños son muy conscientes de que usar aparatos electrónicos inadecuadamente les puede generar problemas de salud físicos y mentales. Sin embargo, si no existe un control real por parte de sus padres y /o acudientes los niños no van a tener un auto control real frente a esta situación. En general los niños son bastantes participativos y receptivos con la información.</p>	<p>Estas actividades son muy importantes, ya que es necesario ser conscientes del uso de los aparatos electrónicos, no solo los niños sino también los adultos, pues como padres tenemos la responsabilidad de tener auto control para poder inculcar control. El objetivo real de esta actividad fue enseñar buenos hábitos para el bienestar de los niños y sus familias.</p>

Nota. En la tabla se cuenta detalladamente una de las actividades de la fundación donde como autora del trabajo participé activamente.

Informe Socio-práxico

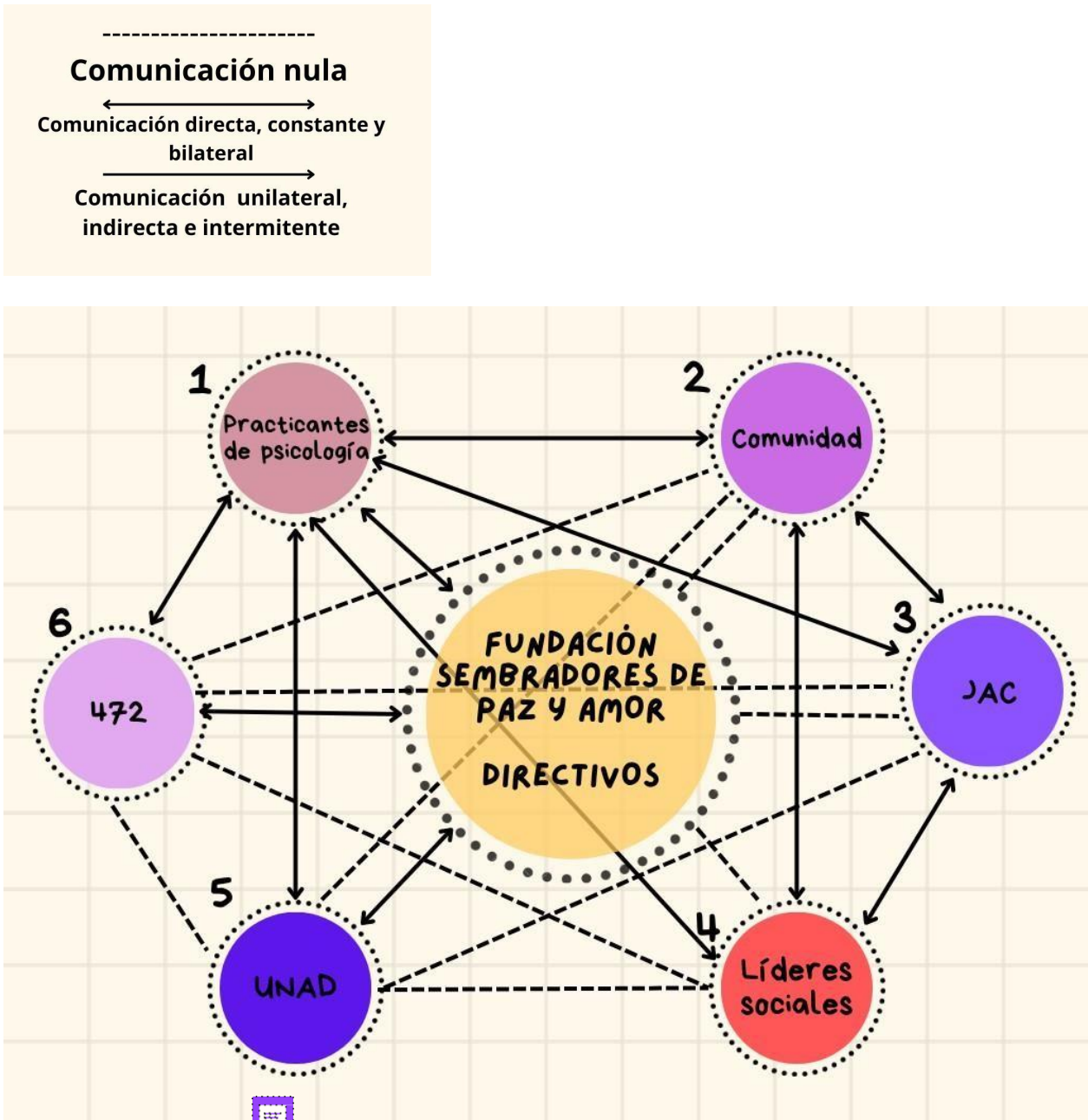
Los niños son una población difícil de abordar, por todas las implicaciones legales a que lleva esto, sin embargo, se logró realizar una excelente actividad y los niños estuvieron muy dispuestos y participativos. Es notable que los niños son muy receptivos a la información y que además son conscientes de lo que aprendieron con esta dinámica, pero son sus padres los que no aportan actividades nuevas ni ponen límites por ello los niños y niñas prefieren sumergir todo su tiempo en juegos de video, redes sociales y todo lo que la internet les puede brindar, es un mundo gigantesco al que si no se tiene un control real puede ser nocivo no solo para la salud física y mental sino para la seguridad de los niños y niñas y sus familias.

El objetivo de esta actividad era que los niños y niñas que participaron identifiquen si la cantidad de tiempo que dedican a sus aparatos electrónicos y a la internet es sana, además que conozcan los riesgos que pueden correr en diferentes plataformas virtuales.

La actividad, aunque corta fue clara, dinámica y como a los niños les gusta, divertida, los puso a pensar y con seguridad lograron captar la información que necesita para lograr el objetivo de esta.

Figura 1

Sociograma de la fundación sembradores de paz y amor



Nota. Sociograma de la fundación. FSPA.

Análisis Sociograma FSPA

Es notable la tercerización de la comunicación entre los directivos de la fundación y la comunidad intervenida, ya que esta se hace a través de los y las practicantes de psicología, siendo estos rotativos semestre a semestre lo que se puede traducir en inconvenientes con la continuidad del proyecto comunitario de la fundación.

Así mismo también es de recalcar que tienen excelente comunicación con los practicantes de psicología, la UNAD, la empresa de logística 472 y la fundación sembradores de paz y amor.

De acuerdo con estas observaciones se plantea una estrategia de comunicación acorde a las necesidades comunicativas de la fundación.

De esta misma manera, en el siguiente gráfico se evidencia mediante los conjuntos de acción como la fundación en cabeza de Blass Garrido y la directora Luz Muñoz, tienen comunicación directa con donantes y empresas, pero no con la comunidad intervenida y a la finalmente le llegan las ayudas y la atención.

Figura 2

Gráficos conjuntos de acción



Nota. En los gráficos de conjuntos de acción se visualizan los componentes. Elaborado con la información de FSPA.

Tabla 4*Matriz de posicionamiento*

Matriz de Posicionamiento de Actores Internos y Externos de la OSP				
Clases o Actores sociales	Afin	Diferente	Ajeno	Opuesto
Practicantes de psicología	Afines a la comunidad, a los líderes sociales y a los representantes del sector ya que son quienes dialogo directo con ellos, quienes proponen las actividades y los vinculan a la fundación.	Diferentes a donadores y colaboradores externos, que en muchas ocasiones se dirigen directamente a la directiva de la fundación.	Ajeno a las decisiones administrativas de la fundación sembradores de paz y amor. Ajeno a otras gestiones que líderes sociales y junta de acción realicen con la comunidad.	Opuesto al control sobre las redes sociales y comunicaciones de la fundación sembradores de paz y amor.

Comunidad

A fin a las actividades que realizan las practicantes de psicología y los líderes sociales y la junta de acción comunal en pro de mejorar su calidad de vida y alfabetizarlos.

La comunidad es diferente a las personas que son asignadas para realizar actividades de salud mental desde la fundación y la UNAD.

Ajeno a decisiones privadas de la fundación, ajeno a la asignación de practicantes de psicología por parte de la UNAD

Opuesto a las estrategias planteadas por la fundación, la UNAD y los practicantes para invitarlos a las campañas de salud mental.

Directivos de la fundación	<p>Afines a los y las practicantes de psicología y la UNAD ya que son el personal que realiza todas las actividades de salud mental en las diferentes sedes de la fundación a nivel Bogotá. Y es a través de ellos que logra contacto y activación de la comunidad.</p>	<p>A nuevas actividades que líderes sociales, juntas de acción comunal y otros representantes puedan realizan.</p>	<p>A recibir donaciones o ayudas con fines políticos o a vincularse algún personaje o lineamiento político.</p>	<p>Opuesto a lucrarse con las actividades de la fundación, ya que buscan es ayudar a la comunidad y los donativos que reciben los reparten en la comunidad según sus necesidades y prioridades.</p>
Donadores y colaboradores	<p>A fin a la fundación por medio de la cual realizan importantes donativos para la comunidad.</p>	<p>Diferente a la distribución que la fundación haga de los donativos, ya que existe una relación de confianza mutua.</p>	<p>A recibir algo a cambio, ya que todos los donativos son realizados con el deseo de ayudar a prójimo.</p>	<p>Opuesto a las administraciones o actividades internas de la fundación.</p>

UNAD

Es a fin en cuanto es la institución educativa que asigna los practicantes de diferentes profesiones para cumplir con el requisito de pasantía. Por el momento están asignando practicantes de psicología y de comunicación social	Diferente a actividades como donativos, o decisiones Administrativas que no tengan que ver con las labores de los estudiantes.	Ajeno a
--	--	---------

Nota. Entrevista con Fundadores y directivos de la fundación sembradores de paz y amor

Tabla 5*Matriz Comparativa*

Matriz de Posicionamiento de Actores Internos y Externos de la OSP				
Clases o Actores sociales	Afin	Diferente	Ajeno	Opuesto
Practicantes de psicología	Afines a la comunidad, a los líderes sociales y a los representantes del sector ya que son quienes dialogo directo con ellos, quienes proponen las actividades y los vinculan a la fundación.	Diferentes a donadores y colaboradores externos, que en muchas ocasiones se dirigen directamente a la directiva de la fundación.	Ajeno a las decisiones administrativas de la fundación sembradores de paz y amor. Ajeno a otras gestiones que líderes sociales y junta de acción realicen con la comunidad.	Opuesto al control sobre las redes sociales y comunicaciones de la fundación sembradores de paz y amor.

Comunidad

A fin a las actividades que realizan las practicantes de psicología y los líderes sociales y la junta de acción comunal en pro de mejorar su calidad de vida y alfabetizarlos.

La comunidad es diferente a las personas que son asignadas para realizar actividades de salud mental desde la fundación y la UNAD.

Ajeno a decisiones privadas de la fundación, ajeno a la asignación de practicantes de psicología por parte de la UNAD

Opuesto a las estrategias planteadas por la fundación, la UNAD y los practicantes para invitarlos a las campañas de salud mental.

Directivos de la fundación	<p>Afines a los y las practicantes de psicología y la UNAD ya que son el personal que realiza todas las actividades de salud mental en las diferentes sedes de la fundación a nivel Bogotá. Y es a través de ellos que logra contacto y activación de la comunidad.</p>	<p>A nuevas actividades que líderes sociales, juntas de acción comunal y otros representantes puedan realizan.</p>	<p>A recibir donaciones o ayudas con fines políticos o a vincularse algún personaje o lineamiento político.</p>	<p>Opuesto a lucrarse con las actividades de la fundación, ya que buscan es ayudar a la comunidad y los donativos que reciben los reparten en la comunidad según sus necesidades y prioridades.</p>
Donadores y colaboradores	<p>A fin a la fundación por medio de la cual realizan importantes donativos para la comunidad.</p>	<p>Diferente a la distribución que la fundación haga de los donativos, ya que existe una relación de confianza mutua.</p>	<p>A recibir algo a cambio, ya que todos los donativos son realizados con el deseo de ayudar a prójimo.</p>	<p>Opuesto a las administraciones o actividades internas de la fundación.</p>

UNAD

Es a fin en cuanto es la institución educativa que asigna los practicantes de diferentes profesiones para cumplir con el requisito de pasantía. Por el momento están asignando practicantes de psicología y de comunicación social	Diferente a actividades como donativos, o decisiones Administrativas que no tengan que ver con las labores de los estudiantes.	Ajeno a
--	--	---------

Nota. Charla informal con los directores y fundadores de las fundaciones.

Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional

La fundación sembradores de paz y amor se caracteriza por ser una organización con un destacado e importante objeto social, dedicada desde el 2017 a brindar salud mental a las personas más vulnerables de la ciudad de Bogotá y gracias a la labor de los practicantes de psicología de la UNAD la fundación se ha mantenido a flote impactando fuertemente a las comunidades intervenidas con actividades y apoyo personalizado en todo lo relacionado con salud mental.

Esta parte de la fundación referente a los practicantes de psicología le ha permitido a la comunidad contar con un equipo constante de apoyo quienes garantizan actividades semanales de promoción y prevención en temas relacionados a salud mental para adulto mayor, primera infancia, jóvenes con problemas de adicciones y madres cabeza de hogar; ahora bien, la fundación requiere que su proyecto crezca, necesitan recibir más donaciones y más en fechas tan emocionales como las fiestas navideñas, a su vez requieren hacer uso objetivo de las redes sociales para generar más visualización sobre las obras sociales y todas las actividades que realizan en pro de las comunidades impactadas para que estas herramientas también les ayude a crecer como proyecto comunitario y para ayudar a más personas.

En ese orden de ideas los directivos de la fundación en cabeza de la doctora Luz Muñoz y el padre Blass Garrido, han decidido vincular a su equipo de trabajo a practicantes de comunicación social de la UNAD con los cuales se planteó un plan de trabajo estructurado para abordar el contenido de las redes sociales, crearlo, publicarlo y generar estadísticas de visualización y crecimiento virtual.

El correcto uso de las redes sociales y del contenido que se publica puede ser la puerta a un reconocimiento real de la fundación logrando el objetivo corporativo como lo es recibir más

donaciones, ayudar a más personas y aumentar el flujo de caja incluso monetizando el contenido digital para así tal vez convertir a la fundación en una entidad auto sostenible. (Oteiro, 2013)

Objetivo

Generar un posicionamiento de marca en toda en la comunidad intervenida, personas externas y potenciales donantes como donantes activos, lograr una recordación de marca digital y otra tangible o física que sea personal y cercana a la comunidad.

Tabla 6

Estrategia de comunicación

Estrategia	
Redes sociales	
	<p>Crear y alimentar las des sociales más comunes en Colombia como Instagram, Facebook y tiktok aprovechando las herramientas que estas brindan para empresas.</p>
Acción estratégica 1. Creación y manejo de redes sociales, pagina web y telemarketing	<ul style="list-style-type: none"> • Contenido dinámico y de corto tiempo • Usar los horarios de mayor difusión que recomiendan las redes sociales según el objeto social de la fundación. • Realizar una publicación diaria por cada red social activa, reel, publicación, historia, texto, teniendo en cuenta los hastag más populares y al menos un hastag que represente el objeto social de la fundación. • Plantear una parrilla de programación para darle orden a las publicaciones, diseñar vestidos gráficos propios de cada programa o tipo de publicación y empezar a general un estilo audiovisual único para la fundación.
Acción estratégica 2. Insignias, uniformes o marquillas para trabajadores y colaboradores de la fundación.	Insignias, uniformes o marquillas para trabajadores y colaboradores de la fundación

Es necesario que los diferentes profesionales que colaboran o trabajan para fundación lleven un distintivo notable con el logo y colores de la fundación.

- **Prenda:** Se recomienda un chaleco, es cómodo, ligero y puede tener bolsillos lo que lo hace versátil, de esta manera los practicantes lo pueden usar sobre el uniforme de la universidad cuando aplique.
- **Razón:** Este chaleco puede ser prestado mientras se esté activo en la fundación de esta manera se puede economizar y realizar, el medio ambiente también es importante.
- **Diseño:** Usar los colores de la fundación con bordado del logo de la fundación grande en la espalda acompañado de los números de contacto o redes sociales, en el pecho en la parte del corazón nuevamente el logo y en la parte inferior un par de bolsillos.

Como bien se sabe, los colaboradores o practicantes de la UNAD, cuentan con un periodo específico de trabajo mientras cumplen con su cantidad de horas requeridas y siempre quedan entre 2 y 3 meses sin actividades la fundación por lo que la población obtenida se dispersa y cada nuevo grupo debe volver a unirla y esto toma tiempo valioso que se puede aprovechar diferente.

Acción estratégica 3. Vínculos más estrechos - base de datos

- **Crear una base de datos de las y los presidentes de juntas de acción comunal, líderes sociales o representantes de fundaciones aliadas que estén colaborando con las actividades de la fundación, para que mantengan la población que participa en actividades de la fundación unida y expectante.**
- **Dejar una agenda de actividades autónomas para realizar mientras no se hayan asignado nuevos colaboradores de la UNAD a la fundación, con el objetivo de mantener activa a la población de cada sector intervenido.**

-
- Mantener un listado de participantes para tenerlos en cuenta a la hora de llevar las donaciones y entregarlas e integrarlos a un grupo de whatsapp para mantener comunicación constante.

Nota. Autoría propia de acuerdo a los datos encontrados durante la investigación.

Tabla 7*Parrilla de programación para redes sociales*

Día	Red social	Programa	Observaciones
Lunes	Facebook e Instagram	Noticias– tipo de gráfico, fotografía y copy. Tiempo 1 min para video. Fotografías max 10 imágenes.	Tiktok, video sobre la actividad del fin de semana anterior y copy.
Martes	Instagram, Facebook y Tiktok	Tips salud mental, tipo de gráfico – video. Tiempo del video max 1min	publicar como reel en Facebook e Instagram y como publicación en Tiktok
Miércoles	Instagram, Facebook y Tiktok	Cosechando amor, tipo de gráfico – video. video max 1min	Publicar como reel en Facebook e Instagram y como publicación en Tiktok
Jueves	Facebook	Pasos que siembran amor, crónica y/o reportaje en video + copy. Tiempo 5 minutos	Para Instagram un gráfico que invite a ver el reportaje o la crónica de igual manera en TikTok corto video que invite a ver programa.
Viernes	Instagram Y	Flayers y gráficos	N/A

Facebook

invitando a la comunidad a
participar de las actividades en
cada zona, con horarios, puntos
de encuentro y contactos.

Nota. Parrilla propuesta para la OSP de acuerdo a los datos encontrados durante la
investigación.

Conclusiones

Una comunicación interna efectiva en organizaciones sin ánimo de lucro en Colombia es clave para alinear a los equipos con la misión y objetivos, motivar a los voluntarios y empleados, y asegurar la transparencia en la gestión. Esto fortalece el compromiso y la eficiencia en el trabajo hacia las comunidades vulnerables. La comunicación externa efectiva permite a las organizaciones visibilizar su impacto, atraer donantes y aliados y generar conciencia sobre las causas que apoyan. Esto es crucial para asegurar recursos, ampliar la red de apoyo y maximizar el impacto social en poblaciones vulnerables.

Las redes sociales pueden ser una importante fuente de ingresos para el sostenimiento y para cumplir con sus objetivos sociales, por otro lado, también es importante generar un posicionamiento de marca para que las comunidades intervenidas y sus alrededores tengan presentes de donde reciben, ayudas, donaciones e incentivos y en este caso ayudas psicológicas gratuitas.

La fundación sembradores de paz y amor fue una fuente valiosa de información para la realización de una investigación de la comunicación organizacional en entidades sin ánimo de lucro, se logró identificar las fortalezas y falencias de la comunicación interna y externa de la fundación para así establecer una estrategia comunicativa que permita cumplir con los objetivos sociales de la fundación.

Referencias Bibliográficas

- Álvaro, D. (2010). Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies. En: Papeles del CEIC, (1), pp. 1-24. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Vizcaya, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76512779009>
- Balcázar, F. E. (2003). Investigación acción participativa (IAP): aspectos conceptuales y dificultades de implementación. Fundamentos En Humanidades, 7-8, 59–77. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/20765>
- Beller Taboada, W. (2018). Elementos de lógica argumentativa para la escritura académica. Bonilla Artigas Editores. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/121679>
- Beltrán, L. (1979). “Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal” Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35. <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf> Costa, C. y Piñeiro, T. (2014). Estrategias de comunicación multimedia. Pág. 143. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/57637>
- 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>
- Kamlongera, C. Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. <http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. (2010), Manual de Metodologías participativas Abrir este documento utilizando ReadSpeake docReader(p.27). <http://www.redcimas.org/wordpress/wpcontent/uploads/2012/09/manual>

[2010.pdf](#)

Chadi de Yorio, M. R. (2007). Redes sociales en el trabajo social. Espacio Editorial.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>

Fresno, M. D. Paunero, D. S. y Marqués, P. (2014). Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. Editorial UOC.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1>

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.

<https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>

Hein, K., Cárdenas, A., Henríquez, K., Valenzuela, S. (2013). Aproximación al análisis cualitativo de redes sociales. Experiencias en el estudio de redes personales mediante Ego.Net.QF . Revista hispana para el análisis de redes sociales. (24).

<http://revistes.uab.cat/redes/article/view/v24-n2-hein-tomazic-henriquez-etal>

Lerma González, H. D. (2011). Presentación de informes: el documento final de investigación Vol. 3a. ed. ECOE Ediciones Ltda.

<https://viewerebscohostcom.bibliotecavirtual.unad.edu.co/EbscoViewerService/ebook?an=519634&callbackUrl=https%3a%2f%2fresearch.ebsco.com&db=e000xww&format=EB&proofId=eds&lpid=&ppid=&lang=es&location=https%3a%2f%2fresearchebscocom.bibliotecavirtual.unad.edu.co%2fc%2fcagk4%2fsearch%2fdetails%2flftqhd64zv%3fdb%3de000xww&isPLink=False&requestContext=&profileIdentifier=qcagk4&recordId=1ftqhd64zv>

López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de

Latinoamérica Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader. 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](https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf)

López, J., y Salgado, D. (2012). Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de
investigación en el trabajo de grado. <http://hdl.handle.net/10596/10861>

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 comunicación: 50 ideas
para comprender el escenario online.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533%208>

Ramos Ramos, P. (2016). Técnicas para hablar en público. [https://elibro-
net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/105382](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/105382)

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>

Rodríguez Fiquitiva, F. A., Noreña Gil, P. A., & Acosta Sánchez, C. A. (2024). Apuesta
educativa por la comunicación transformadora: Retos emergentes de la innovación. Sello
Editorial UNAD.

<https://libros.unad.edu.co/index.php/selloeditorial/catalog/view/271/247/4349>

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>

Villalobos, O. (2012). Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales. Quórum Académico, Vol. 9, No. 1, 2012.

<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>

Villasante, T. R. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy, núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>

Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader. <https://ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf>

Villasante, T., Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. En: Política y Sociedad, (44), pp 125-140. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención

Bogotá 14 de octubre de 2025

Señores
Fundación sembrando paz y amor
Atn. Doctora Luz Muñoz – Padre Blass Garrido
E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es **Leidy Tatiana Zabala Ramos** identificado(a) con C.C. **1012394511** del municipio de Bogotá, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad-pertas de recibir el título de Comunicador Social.

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

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

Por lo anteriormente expuesto, solicito comedidamente que me permitan realizar con ustedes este trabajo durante los próximos 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,

Leidy Tatiana Zabala R.

Leidy Tatiana Zabala Ramos
Cel. 3142932984
E-mail: tatianazmstv@gmail.com
ltzabalara@unadvirtual.edu.co

Powered by  CamScanner

Nota. Carta enviada a la OSP relacionada para solicitar autorización de la realización de esta investigación

Apéndice B

Carta de Aceptación

Bogotá 14 de octubre de 2025

Señores
Fundación sembrando paz y amor
Atn. Doctora Luz Muñoz – Padre Blass Garrido
E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es **Leidy Tatiana Zabala Ramos** identificado(a) con C.C. 1012394511 del municipio de Bogotá, 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 acogiéndose a los parámetros que las dinámicas propias de esta exijan.

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

Por lo anteriormente expuesto, solicito comedidamente que me permitan realizar con ustedes este trabajo durante los próximos 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,

Leidy Tatiana Zabala Ramos
Leidy Tatiana Zabala Ramos
Cel. 3142932984
E-mail: tatianazmstv@gmail.com
lzabalara@unadvirtual.edu.co


Recibido

Powered by  CamScanner

Nota. Misma carta con la firma del director y fundador de la OSP y su respectivo recibido.

Apéndice C

Enlace de la Entrevista Inicial

https://youtu.be/kf1xLM_1e4k

Apéndice D

Preguntas Cualitativas

Comunidad

1. ¿Qué necesidades específicas de la comunidad de Bogotá los llevó a crear una fundación enfocada en salud mental? (Versión modificada de la P1).
2. ¿Qué necesidades creen que se suplen al pertenecer o participar en la fundación y sus actividades?
3. ¿Cómo logran atraer a la comunidad para que participen en las actividades de la fundación?
4. ¿Han medido el impacto en la comunidad? Si es así, ¿cuáles han sido los resultados o testimonios más significativos?

Comunicación Participativa

1. ¿Quiénes toman las decisiones importantes y cómo incorporan la opinión de los beneficiarios, voluntarios o el equipo en estas decisiones?
2. ¿Existen canales para que la comunidad proponga ideas? ¿Podrían darnos un ejemplo de una actividad que haya surgido de ellos?
3. ¿Qué estrategias utilizan para mantener la unidad y el enfoque común entre todos los integrantes de la fundación?

Redes Sociales (no virtuales)

1. ¿Con qué tipos de organizaciones (gobierno, empresas, colegios, otras fundaciones) han construido alianzas y cómo funcionan esas redes de colaboración?

2. ¿Qué actividades de sensibilización realizan directamente en barrios o espacios comunitarios para enfrentar el desconocimiento y el rechazo hacia la salud mental?

Apéndice E

Enlace video de devolución

<https://youtu.be/70Q-300QnpA?si=aBrhDX-ihfTIJyD9>

Apéndice F

Material gráfico diario de campo



Nota. Fotografías tomadas para el diario de campo con las actividades realizadas en la FSPA.