

Estrategia de Comunicación desde la Organización Social Participativa “Proyecto Vida”

Maria de los Angeles Acosta Papamija

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Comunicación Social

2024

Resumen

El propósito de este trabajo es destacar las acciones sociales realizadas por la organización social participativa (OSP) seleccionada, en este caso, la Fundación Proyecto Vida. El objetivo es dar a conocer este importante proyecto social, que se dedica a mejorar la calidad de vida de las personas en aspectos físicos, psicológicos y humanos. El estudio busca identificar los factores que pueden fortalecerse dentro de la organización para presentar de manera más efectiva sus labores sociales. Esto se lograría mediante la difusión y replicación de sus buenas prácticas, con el fin de unir esfuerzos y tener un impacto aún mayor en diversas comunidades, contribuyendo así a mejorar su calidad de vida.

Este trabajo se ha desarrollado a través de investigación, observación, participación y entrevistas, lo que ha permitido conocer más de cerca los vínculos sociales internos, la participación externa, las formas de comunicación, los planes, metas y proyectos a largo plazo, como la consolidación de proyectos productivos. El objetivo es ayudar a las personas a construir su propio proyecto de vida y continuar ofreciendo servicios de salud gratuitos, especialmente donde el gobierno no cubre todas las necesidades de la población, lo que a menudo resulta en el deterioro físico, mental y dental por falta de tratamiento.

Se busca mejorar la calidad de vida y dignificar a las personas, contribuyendo así a la construcción de una sociedad más justa y colaborativa. Esto se ha logrado mediante una comunicación horizontal basada en escuchar a todos los involucrados, reconociendo acciones que a veces pasan desapercibidas. Estas acciones también se replican a través de las redes digitales de la Fundación para compartir con la comunidad todas las iniciativas en curso, con el firme propósito de ofrecer contenido valioso y comunitario en las redes sociales. El objetivo es mostrar una perspectiva diferente de la sociedad actual, destacando la importancia de la

solidaridad y la colaboración, para motivar a más voluntarios y donaciones, resaltando el arte de servir.

Por lo cual durante este diplomado se recopiló información para analizar las necesidades de comunicación de la OSP La Fundación Proyecto Vida, ya que este recorrido tiene como propósito la creación de una estrategia de comunicación de acuerdo a las necesidades de la Fundación, lo primero fue un estudio dentro de la OSP, que determino el estado de su red social y luego analizamos toda la información recopilada y desarrollamos un plan de comunicación adaptado a las necesidades de la organización, las cuales se planean llevar a cabo de través de una serie de actividades planificadas y destinadas a fortalecer la red de la fundación y ganar reconocimiento como una organización líder e integral.

Palabras clave: Organización social, Labor social, Investigación, Red social, Comunidad.

Abstract

The purpose of this work is to highlight the social actions carried out by the selected participatory social organization (PSO), in this case, the Proyecto Vida Foundation. The objective is to publicize this important social project, which is dedicated to improving the quality of life of people in physical, psychological and human aspects. The study seeks to identify the factors that can be strengthened within the organization to present its social work more effectively. This would be achieved through the dissemination and replication of its good practices, in order to join forces and have an even greater impact on various communities, thus contributing to improving their quality of life.

This work has been developed through research, observation, participation and interviews, which has allowed us to learn more about internal social ties, external participation, forms of communication, plans, goals and long-term projects, such as consolidation of productive projects. The objective is to help people build their own life project and continue to offer free health services, especially where the government does not cover all the needs of the population, which often results in physical, mental and dental deterioration due to lack of treatment.

It seeks to improve the quality of life and dignify people, thus contributing to the construction of a more just and collaborative society. This has been achieved through horizontal communication based on listening to all those involved, recognizing actions that sometimes go unnoticed. These actions are also replicated through the Foundation's digital networks to share all ongoing initiatives with the community, with the firm purpose of offering valuable and community content on social networks. The objective is to show a different perspective of

today's society, highlighting the importance of solidarity and collaboration, to motivate more volunteers and donations, highlighting the art of service.

Therefore, during this diploma, information was collected to analyze the communication needs of the OSP The Proyecto Vida Foundation, since the purpose of this journey is to create a communication strategy according to the needs of the Foundation, the first thing was a study within the OSP, which determined the status of its social network and then we analyzed all the information collected and developed a communication plan adapted to the needs of the organization, which are planned to be carried out through a series of planned activities and aimed at strengthening the foundation's network and gaining recognition as a leading and comprehensive organization.

Keywords: Social organization, Social work, Research, Social network, Community.

Tabla de Contenido

Introducción	10
Aprestamiento	12
Conceptualización.....	13
Informe de Identificación y Conceptualización.....	16
Implicación.....	18
Informe Sociopráxico	21
Construcción	25
Informe de Investigación.....	31
Proyección.....	34
Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia Comunicacional.....	34
Conclusiones	37
Referencias Bibliográficas	39

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Información de la OSP</i>	12
Tabla 2 <i>Ficha Descriptiva de la OSP</i>	13
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	18
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	26
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	27

Lista de Figuras

Figura 1 *Sociograma Fundación Proyecto Vida* 25

Figura 2 *Conjuntos de Acción Fundación Proyecto Vida*..... 25

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	42
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	43
Apéndice C <i>Preguntas Entrevista Inicial</i>	44
Apéndice D <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	45
Apéndice E <i>Preguntas Cualitativas</i>	46
Apéndice F <i>Enlace Entrevista Cualitativa</i>	47
Apéndice G <i>Registro Fotográfico</i>	48
Apéndice H <i>Enlace Video de la Jornada de Devolución-Validación</i>	49
Apéndice I <i>Registro Fotográfico de la Jornada de Devolución-Validación</i>	50

Introducción

En este trabajo, nuestro objetivo es brindar al lector un mayor conocimiento sobre la Fundación Proyecto Vida, una organización social participativa que se ha dedicado a acompañar de manera integral el desarrollo humano, social y económico de individuos que buscan ser los protagonistas de sus propios proyectos de vida. Esta organización ofrece apoyo a través de programas de salud y cursos de emprendimiento.

De hecho, mediante entrevistas, visitas y participaciones presenciales realizadas, exploramos diversos aspectos relacionados con la creación, funcionamiento e implementación de los cursos y servicios de salud de la fundación, así como su lema de "hacer el bien, sin mirar a quién", el cual merece ser destacado. Sin embargo, para empoderar verdaderamente a la comunidad como protagonista en su propia transformación, es fundamental implementar estrategias de comunicación efectivas dentro de la misma.

Ahora bien, se ha identificado que al interior de la Fundación la organización es de estructura circular la cual se utiliza normalmente en equipos pequeños, esto con el firme propósito de que la comunicación entre emisor y receptor sea mucho más fluida, lo que además genera un ambiente de trabajo muy familiar y que se refuerza con los comités que se hacen de manera periódica. Por otro lado en cuanto a la comunicación externa de la fundación que busca encontrar una forma de contenido en redes que incentiven la interacción de los internautas y no la simple recepción de información, esto con el ánimo de incentivar a que más personas se sumen a este proyecto y también para la visibilización de la Fundación, pues esto repercutiría de manera positiva en cuanto a donaciones de insumos para poder brindar más atención, al igual que personal profesional que ayude con sus conocimientos y voluntarios que hacen posible este proceso.

Del mismo modo en que se ha podido hacer posible muchos proyectos productivos que nacen en la fundación, fruto de las herramientas dadas en los cursos y de los esfuerzos de los beneficiarios, casos reales que demuestran el éxito de incentivar a la comunidad a que creen sus propios ingresos y ser protagonistas de sus vidas.

Por tanto, a medida que avanza el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación (DCRSC), hemos identificado puntos a mejorar a través de las entrevistas, diario de campo, matriz de posicionamiento, matriz comparativa y demás ejercicios realizados. Estas investigaciones con el propósito de identificar acciones que pueden ser implementadas para alcanzar un mayor conocimiento y apoyo a esta labor social.

Posteriormente con la recopilación de la información que se ha venido realizando en el transcurso de este Diplomado, se obtuvo más claridad sobre cuáles son las insuficiencias de la organización y a través de pasos secuenciales se diseñó la estrategia de comunicación, de acorde a sus necesidades y objetivos entre los cuales esta potencializar las redes de la Fundación y lograr ser reconocida como una organización líder y consolidada , ratificando una de sus más grandes fortalezas que es sus más de 8 años de funcionamiento continuó, lo que la hace una Fundación confiable y reconocida, con el fin de llegar a obtener más inversión que le ayude a continuar con esta gran labor.

Aprestamiento

Tabla 1

Ficha de Información de la OSP

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social, acciones relevantes que desarrolla	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
OSP Fundación Proyecto Vida	Es una organización no lucrativa en asocio de voluntades que con sus capacidades profesionales busca promover, asistir y acompañar de manera integral el desarrollo humano, social y económico de los grupos poblacionales en especial el de la comunidad más vulnerable, proporcionando oportunidades a través de iniciativas que desarrollen sus capacidades para ser protagonistas de sus propios proyectos de vida.	El criterio por el cual seleccionaría esta fundación, es por su alto contenido social con la comunidad en general, debido a que entre sus pilares esta “hacer el bien sin mirar a quien”, pero por esta misma razón muchas de las personas que asisten, se vuelven visitantes constantes que no le dan la oportunidad a nuevas personas ,por lo anterior se cumple el criterio 1 y 2 ,la fundación que está constituida legalmente y fomenta los espacios de salud, recreación, cultura y educación motivo que hace cumplir también el criterio 3.Para el criterio 4 se me daría muy fácilmente ya que he hecho parte de esta comunidad. Si cumple con el criterio 5 porque no lucrativa en asocio de voluntades que con sus capacidades profesionales busca promover, asistir y acompañar de manera integral el desarrollo humano, social y económico de la comunidad.	Una de las posibles oportunidades más importantes es que he hecho parte de esta comunidad como voluntaria, lo que me permite tener cercanía con la misma y poder realizar de manera más consiente mi trabajo ya que conozco su metodología, personal que ayuda y buena relación con la encargada de la fundación. Al igual de que está ubicada en mi lugar de residencia.	Al ser una organización sin fines de lucro, una de las dificultades sería adaptar una forma de trabajar a comunidades tan diversas, por lo que es necesario analizar detalladamente en qué tipo de trabajo se puede enfocar, para obtener resultados positivos

Nota. Elaboración propia, con base a la información suministrada por las OSP.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha Descriptiva de la OSP

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	La fundación Proyecto Vida realiza se autodenomina como una O.N.G (organización no gubernamental), donde a través de su asocio de voluntades sin ánimo de lucro ha querido complementar la capacidad del Estado a la hora de atender las necesidades de los ciudadanos en la parte de la salud y de programas de formación para el emprendimiento, lo cual la hace una organización social participativa.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	Entre sus objetivos e intenciones en el ámbito social está el promover, asistir y acompañar de manera integral el desarrollo humano, social y económico de los grupos poblacionales en especial el de la comunidad más vulnerable, proporcionando oportunidades a través de iniciativas que desarrollen sus capacidades para ser protagonistas de sus propios proyectos de vida.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	La regularidad de la fundación proyecto vida es constante, pues atienden de lunes a viernes, en los cuales tienen horarios destinados para realizar las diferentes actividades y que así los participantes de la fundación tengan lugar donde se sientan partícipes y seguros.
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	Las características de los participantes de la fundación son amplias, pues encontramos desde líderes sociales, líderes comunitarios, profesionales de la salud, docentes, instructores de manualidades, madres y padres de familia.
Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)	<p>En cuanto al tamaño de la organización social participativa, podríamos hacer una semejanza de acuerdo a los tamaños de empresas:</p> <p>Microempresa: tiene hasta 5 trabajadores.</p> <p>Pequeña empresa: cuando su planta de personal es de 6 a 50 trabajadores.</p> <p>Mediana empresa: cuando su planta laboral tiene entre 50 y 200 trabajadores.</p> <p>Empresa grande: tiene más de 200 trabajadores.</p> <p>Por lo cual podemos decir que de acuerdo con su número de aproximadamente unos 10 de integrantes fijos, la fundación es una pequeña empresa y actualmente su cobertura esta únicamente centrada en el municipio de Yumbo (valle), pero anteriormente y cuando los recursos lo permiten han realizado jornadas de salud gratuitas en diferentes municipios de Valle del Cauca y Colombia.</p>
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	La forma de la organización es de estructura circular la cual se utiliza normalmente en equipos pequeños en los que se quieren incentivar las comunicaciones fluidas, la cual se funciona bien en trabajos donde

Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	<p>una de las partes o ambas trabajan de manera remota, esta estrategia moderna puede funcionar bien para las organizaciones con trabajo remoto que necesitan que las comunicaciones entre los líderes y los demás miembros del equipo sean efectivas.</p> <p>Las características de los vínculos sociales al interior de la Organización Social Participativa, son positivos en su mayor parte del tiempo, puesto que son como una pequeña familia que trabaja de manera constante y ardua y los cuales han demostrado tener resistencia en los momentos difíciles, que es la capacidad de recuperarse después de situaciones estresantes , sin embargo se identifica que cuando se enfrentan a dichas situaciones estresantes se puede llegar a irrumpir la armonía del entorno.</p>
Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.	<p>Entre las formas de participación al interior de la fundación, están los comités que se hacen para revisar las nuevas noticias, sugerencias o directrices de la misma, las celebraciones de cumpleaños y los compartir en fechas especiales, por otro lado, la forma de participación de la fundación hacia el exterior, es con las jornadas de salud gratuitas, los cursos de manualidades, los cursos del Sena, los bingos que se hacen con el grupo de adultos mayores y las celebraciones de fechas especiales.</p>
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	<p>La forma de comunicación interna de la Fundación Proyecto Vida es una comunicación horizontal, la cual tiene múltiples ventajas pero entre las más destacadas es que disminuye los malos entendidos que se pueden presentar en la generación de mensajes y directrices, esta comunicación directa entre los actores del mensaje (Emisor , receptor y mensaje o entre los comunicadores y el acceso al dialogo) facilita el trabajo en equipo al aumentar la satisfacción laboral y la motivación de los involucrados , sin embargo hay que tener en cuenta que para el líder encargado del proceso puede ser una carga bastante pesada el recibir tanta información a través de los canales de comunicación de teléfono y la red social WhatsApp y deber gestionar una solución ante cada situación a través de la combinación de la comunicación horizontal y circular que busca simplificar los procesos.</p>
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	<p>La comunicación externa de la Fundación Proyecto Vida es la Comunicación externa de notoriedad la cual centra sus esfuerzos en que las conozcan sus fortalezas, los beneficios de sus productos y servicios para mejorar su imagen ante el público en general y para ello utilizan los canales de las redes sociales lo que permite establecer una relación de más cercanía con los interesados y muestra a través de un formato más dinámico y ágil la información de interés, además de mostrar de manera visual lo que se realiza dentro de la misma con el ánimo de incentivar a que más personas se sumen a estos proyectos, la fundación utiliza principalmente la red social de Facebook e Instagram en un segundo plano.</p>
Planes, cronogramas,	<p>La fundación quiere ser vista en el 2026 como una organización líder</p>

metas. Proyectos en desarrollo.	con una estructura mucho más consolidada en materia ambiental, salud y en emprendimiento Sena. También tiene en sus proyectos a desarrollar y metas a largo plazo consolidar proyectos productivos, crear la escuela de liderazgo, la escuela de estructuración de proyectos de vida, el club del buen humano, una cooperativa, escuela de valores y familia, conformar una I.P.S de salud mental y rehabilitación, todo esto con el propósito de ayudar a las personas a construir su propio proyecto de vida.
Logros de proyectos exitosos.	Uno de los proyectos que más ha impactado de manera exitosa en la fundación ha sido los cursos que dicta el Sena en las instalaciones de la fundación, ya que muchos grupos y madres cabeza de hogar q al finalizar el curso culminan este procesos formativo con su propio emprendimiento y algunos de ellos han sido beneficiarios del proyecto “Sena emprende rural” el cual selecciona uno de estos proyectos productivos y les ayuda con aporte en insumos, maquinaria e indumentaria para que continúen con sus proyectos y ayudarles a que generen ingresos .
Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.	La principal dificultad para desarrollar los objetivos sociales de la fundación es el factor económico, por ejemplo, en los cursos del Sena de gastronomía, pastelería y panadería, ellos exigen que la fundación debe contar con espacio y unos implementos idóneos para poder dictar las clases, como hornos, estufas, utensilios de cocina, entre otros elementos necesarios para poder llevar a cabo el curso tanto en su parte teórica y práctica. También en la parte de la salud, principalmente en los utensilios de odontología la fundación misma proporciona estos implementos los cuales son de alto costo y en ocasiones se queda corto el presupuesto.
Otros aspectos para comentar.	La fundación es para sus fundadores, colaboradores, voluntarios y beneficiarios, es una labor muy bonita porque ha ayudado a muchas personas que lo necesitan, se ha convertido en un segundo hogar para muchas madres que han querido emprender para poder trabajar desde sus hogares y a través de múltiples programas ha ayudado a muchas personas que lo necesitan.

Nota. Elaboración propia con información suministrada por la OSP.

Informe de Identificación y Conceptualización

Desde la fase 1, he compartido mi selección de la Organización Social Participativa (OSP) con la cual llevaré a cabo el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. Quiero reiterar mi entusiasmo por trabajar con la Organización Social Participativa La Fundación Proyecto Vida, la cual ha llevado a cabo un trabajo social maravilloso en el municipio de Yumbo (Valle) desde el año 2016. Han enfocado sus capacidades

en promover, asistir y acompañar de manera integral el desarrollo humano, creyendo firmemente en la importancia de brindar a la comunidad las herramientas y oportunidades necesarias para que cada persona pueda desarrollar sus capacidades y ser protagonista de sus propios proyectos de vida. El enfoque de incentivar el crecimiento del ser en la comunidad me parece sumamente importante, ya que se incentiva a que todos tengan acceso a la “La comunicación participativa, como práctica social y como objeto de estudio, tiene como aspecto particular el ser dinamizado por grupos sociales con propósitos de movilización de sus integrantes que, de manera organizada, gestionan mejores condiciones de vida”. (López, 2013, p. 43). Las mismas condiciones de vida que pretende mejorar la fundación en la comunidad que impacta.

En cuanto a la horizontalidad en sus relaciones en red, La Fundación Proyecto Vida tiene sus puertas abiertas para quienes deseen contribuir en su construcción a través de la igualdad y la colaboración, buscando el buen funcionamiento y la prestación de servicios a la comunidad. Por esta razón, la fundación ha adoptado, entre la representante legal, profesionales, docentes y voluntarios, una comunicación circular que se utiliza normalmente en equipos pequeños donde se desea fomentar una comunicación fluida, directa y horizontal, asegurando que las comunicaciones entre los líderes y los demás miembros del equipo sean efectivas y evitando malentendidos, dado que “El diálogo es el eje de la comunicación horizontal porque, si ha de tener lugar la genuina interacción democrática, toda persona debe contar con oportunidades similares para emitir y recibir mensajes evitando la monopolización de la palabra mediante el monólogo”. (Beltrán, 1979, p. 19). Esta práctica es propicia para las intencionalidades de la Investigación-Acción que se llevan a cabo en el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

En conclusión, la horizontalidad representa una gran oportunidad para mejorar las relaciones dentro de una organización, independientemente de su naturaleza o funcionalidad. Está basada en escuchar a todos, con el propósito de reconocer acciones que a veces pueden pasar desapercibidas desde el punto de vista de los líderes. Esto puede ayudar a mejorar los procesos, ya que el personal se sentirá cómodo expresando sus ideas, desarrollando un sentido de pertenencia y creando métodos de trabajo eficaces, permitiendo así el libre desarrollo de cada individuo.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

OSP: Fundación Proyecto Vida			Actividad: Jornada de	Fecha: 18 de mayo de 2024
Hora inicio: 7:30 Am			Salud gratuita	Lugar: Corregimiento Pedregal de Yumbo
Participantes:			Investigador: Maria de los Angeles Acosta Papamija	
Carolina González – Representante legal y odontóloga				
Fernando David Murgueitio – Fundador de la fundación y Medico				
Fernanda Alegría Diomelin – Abogada				
Octavio Londoño- Líder del Corregimiento Pedregal				
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)		
<p>La OPS elegida es la Fundación Proyecto Vida una organización no lucrativa, la cual tiene dentro de sus acciones solidarias, varias actividades en pro de la comunidad, en este caso se realizó la observación en una de las Jornadas de Salud gratuita llevada a cabo en el corregimiento el Pedregal del municipio de Yumbo.</p> <p>La directriz dada era que el punto de encuentro era en las instalaciones de la Fundación a las 7:30 de la mañana, llegue y ya se encontraba la coordinadora de la fundación la señora Marlene Roldan y ella es la encargada de comenzar a dirigir que se insumos se deben alistar y los profesionales y voluntarios comenzar a cargar en el remolque, después de alistar todo lo necesario que era</p>	<p>Durante el desarrollo de la jornada social pude comprobar el gran trabajo social que se realiza desde esta organización con todo lo que implica la realización de una jornada de salud gratuita en términos económicos de insumos, desplazamientos, imprevistos y la parte humana, puesto que es una jornada donde tanto como los profesionales y voluntarios dan una gran parte de su tiempo, prácticamente todo un día en servir a la comunidad. El imprevisto del transporte me pareció muy interesante que tanto profesionales, como voluntarios y personas de la comunidad, ayudaron a solucionar de manera ágil, con el propósito de comenzar de manera rápida la jornada y como ellos mismos lo manifestaron ya están</p>	<p>En este aspecto me parece importante expresar varios aspectos. Al estar presente desde el inicio y hasta el final de la jornada y al ver todo el esfuerzo logístico y humano que se hace para llevar a cabo estas actividades, me parece que se debe escoger con más minucia la persona líder encargada de invitar a la comunidad a la jornada social o pedirle que se haga la invitación a la misma con anticipación, dado que al preguntarles a las personas como se habían enterado de la jornada de salud, note que muchas personas de la comunidad no sabían con anticipación que la fundación iba asistir a su comunidad, si no que se dieron cuenta el mismo día por el voz a voz de sus vecinos, lo cual hace</p>		

mesas, sillas, carpa, la silla y la caja portátil de odontología, las gafas, las cajas con medicina, los implementos de odontología y demás instrumentos necesarios, procedimos a desplazarnos al punto de la jornada, el recorrido duro aproximadamente una 1 y 20 minutos, debido a que el ingreso es por un camino destapado, bastante empinado y llegando al lugar donde se iba a realizar la jornada debido a las condiciones de la carretera una de las llantas de la camioneta se pinchó, por lo cual entre los hombres de la fundación y varios de la comunidad se trasladó de forma manual el remolque al lugar que se había designado para la jornada mientras los demás se quedaban cambiando la llanta de repuesto, dando inicio a la jornada sobre las 9:40 de la mañana.

El objetivo de la Jornada de Salud que se iba a llevar a cabo, era poder llevar servicios a la comunidad de este sector los cuales tienen dificultades en servicios de salud y bienestar debido a las condiciones económicas de la población de este corregimiento y el cual se dificulta aún más porque el acceso muy difícil, pues aunque es un corregimiento del municipio de Yumbo, la vía de acceso a este se encuentra por la ciudad de Cali, por la zona detrás del

acostumbrados a ser de “toderos”.

Lo cual se ratificó más al llegar al lugar donde se iba a realizar la jornada, el cual fue puesto a disposición por el Líder comunitario Octavio Londoño, este era en el antejardín de su casa al aire libre, donde funcionaba de manera simultánea una tienda y venta de almuerzo, inmediatamente los involucrados comenzaron a organizar todo para dar inicio a la jornada, mientras que otros voluntarios comenzaban a designar turnos para cada uno de los servicios, al principio no había tantas personas para atender, pero luego con el voz a voz de la comunidad llegaron muchas personas más para atender, aproximadamente sobre el medio día fue cuando más personas llegaron para acceder a los servicios de la fundación, pero ya los servicios medicina y odontología no tenían más cupo para atención, por lo que se les recomendaba visitar la sede de la fundación donde la atención también es de manera gratuita. Durante el desarrollo de la jornada es muy gratificante ver como muchas de las personas se van muy felices con los servicios prestados, en odontología se realizaron limpiezas, calzas blancas y extracciones, en medicina se atendieron desde niños hasta adultos mayores que debido a reducción de

que se pueda perder este espacio tan importante para ellos y también el esfuerzo de la fundación, profesionales y voluntarios.

Otro aspecto que me parece que se debe revisar es que hay mucho personal que se queda sin hacer alguna actividad o no tienen un rol definido dentro de la misma y esto genera como una sensación de sobre carga en otros compañeros, lo cual lo percibí nuevamente en algunos que llegaron nuevamente al finalizar la jornada a fundación y debieron descargar y acomodar nuevamente todo en su lugar, mientras los demás ya se habían regresado a sus hogares.

Por último y no menos importante, creo que él personalmente el asistir a las jornadas sociales es sumamente enriquecedor, pues te da una mirada completamente diferente de la sociedad en que vivimos, la importancia de las acciones solidarias y lo trascendental de resaltar estas mismas para que cada día puedan sumarse más voluntarios y ayudas para aportar a que la comunidad se pueda transformar de manera positiva desde el arte de servir.

centro comercial chipichape, el cual fue recientemente afectado por las fuertes lluvias del pasado 15 de mayo del 2024, lo cual dejó varios damnificados. Los servicios que se brindaron en la jornada fueron: Medicina General, odontología, examen para la presbicia, atención psicológica, asesoría jurídica. La participación de la comunidad en el espacio fue buena, por lo cual se solicitaba que solo hicieran uso de 1 o 2 de los servicios brindados, para darle la oportunidad a más personas que pudieran participar de los mismos.

Por último, aproximándome a la 1:30 pm, se finalizó la jornada, se alisto nuevamente en el remolque y nos desplazamos nuevamente a la fundación, donde se descargó todos los implementos y posteriormente se nos brindó almuerzo a cargo de la fundación.

movilidad no se habían podido desplazar a los centros médicos del municipio, dándoles las medicinas con las que se contaba, se realizó examen visual para la presbicia y se entregaron las gafas para que las personas puedan leer nuevamente de manera clara, se trataron familias con la parte de psicología y se brindó asesoría jurídica para muchas personas que tienen problemas con sus propiedades, pero no contaban con el dinero para una asesoría profesional.

A medida que avanza la jornada varios de los voluntarios toman una labor dentro de la jornada, llenar listados, ayudar con la entrega de medicamentos, entrega de gafas o a ir controlando el paso de la comunidad al servicio que se le va a prestar, pero muchos otros se van es a conocer el lugar o se ponen a conversar entre ellos.

Al finalizar la jornada social y cuando ya se retorna a la fundación muchos de los mismos profesionales y voluntarios se van quedando en el camino ya que así les queda más fácil retornar a sus casas, pero esto hace que se reduzca el grupo que llega con todos los insumos e implementos a la fundación para descargar y acomodar nuevamente en su sitio todo.

Nota. Elaboración propia, con base a la información suministrada por las OSP.

Informe Sociopráxico

Este informe sociopráxico se realizó con base a la información recolectada y suministrada de la Organización Social Participativa – OSP en la observación durante el desarrollo de las diferentes entrevistas, actividades, y análisis de redes sociales.

La Fundación Proyecto Vida en el municipio de Yumbo Valle del Cauca, se ha destacado por su vocación de “hacer el bien si mirar a quien”, a través de sus ideales de promover, asistir y acompañar de manera integral el desarrollo humano, social y económico de los distintos grupos poblaciones que se pueden llegar a impactar. Así pues, el propósito de esta fundación se acoge a: “la praxis no acaba en un diagnóstico sino en propuestas para la acción y en la acción misma y en las constantes reformulaciones que exige. Las cosas y las ideas cambian cuando se cambian las condiciones de vida”. (Villasante, 2006, p. 3).

Las mismas condiciones de vida que ha querido mejorar la Fundación con sus acciones desde la parte social y de salud de la comunidad, dado que muchas veces se exigen ciertos parámetros de vida, pero no se facilitan las herramientas, como tener un proyecto de vida ideal trazado desde muy jóvenes, que es lo que la sociedad ha tratado de imponer a través del tiempo, constantemente con preguntas como ¿Qué quieres estudiar? ¿Como ves tu vida en 5 o 10 años? ¿A qué universidad quieres matricularte? entre muchos más interrogantes, pero poco se habla de cómo se va a llevar a cabo ese plan y es que la realidad de cada persona es un mundo muy complejo, están quienes logran tener el apoyo de sus familias y pueden alcanzar de manera más sencilla sus sueños y metas, pero también estas los que deben ayudar a su familia en la parte financiera y dejar en segundo plano sus propias metas, por otro lado están las mujeres que por falta de orientación o de autocuidado quedan embarazadas a muy temprana edad y que deben dedicarse a cuidar a sus hijos y postergar sus sueños, los panoramas son múltiples y nos

podríamos quedar plasmando cientos de ellos, pero todos llegan a la misma conjetura, es muy importante armar un proyecto de vida, que no solo nos motive a soñar en grande, a creer que todo es posible, si no brinde herramientas para enfrentar la vida real, una de esas herramientas son precisamente los emprendimientos, los cuales dan la posibilidad de desarrollar productos o servicios de manera independiente, lo cual puede llevarse a cabo desde casa, manejar horarios y tener una fuente económica propia que puede ser única o combinarse con otro empleo, por lo cual la Fundación Proyecto Vida en su visualización ha querido incentivar a la comunidad a que desarrollen sus capacidades para ser protagonistas de sus propio proyectos de vida con los conocimientos adquiridos en los cursos que se ofertan, como lo es el caso de la señora Cecilia Cuero una estudiante del curso dictado en la fundación de cárnicos y embutidos del Sena, la cual ya tiene su propia línea de chorizos artesanales llamada “Oliana Delicias Caseras” o la señora Kiky Ibarra quien fue estudiante del Curso de Repostería y ahora deleita a sus clientes con “Tartamanía Yumbo”, casos reales que demuestran el éxito de incentivar a la comunidad a crear ingresos y ser protagonistas de sus vidas.

Por otro lado, está la calidad y el acceso a los servicios de salud que en varios casos son escasos o nulos, dado que el gobierno no cubre con sus servicios de salud a toda la población las cuales muchas veces sufren el deterioro de enfermedades físicas, mentales y orales a causa de la falta de tratamiento, afectando la dignificación del ser humano, lo cual no solo afecta a las poblaciones vulnerables como se podría pensar, sino que también pasa al interior de ciudades capitales como por ejemplo Cali y Bogotá que se han beneficiado de estas jornadas, por lo cual en asocio con profesionales con vocación de servicio se han realizado un sinnúmero de jornadas de salud completamente gratis, con el propósito de que todas las comunidades puedan tener un desarrollo personal digno tanto en la parte física, emocional y económica, como lo mencionado

por la doctora Carolina González en la entrevista realizada y su testimonio del impacto del programa “Sonrisas” que dono 330 prótesis dentales a adultos mayores devolviéndole la sonrisa a sus rostros o las cifras que mencionó el Medico Fernando David Murgueitio y fundador de la fundación, con la adquisición y entrega de más de 60 mil gafas o la atención de un aproximado de 10 mil personas en los servicios de medicina y odontología en los más de 8 años de funcionamiento de la fundación, lo cual se sigue fortaleciendo con las jornadas que se realizan de manera habitual una o dos veces por semana en la sede de la fundación atendiendo a la comunidad en general sin ninguna restricción y también ocasionalmente desplazándose a diferentes zonas urbanas y rurales del municipio, del departamento e incluso del país.

Actualmente la Fundación Proyecto Vida, utiliza todas sus redes digitales para compartir con la comunidad todas las acciones que se llevan a cabo desde la misma, promocionar los nuevos cursos, invitar a las jornadas de salud, convocatoria de donación de medicamentos, los avances de los cursos, todo con el firme propósito de mostrar a través de las redes sociales contenido de valor comunitario. Tal y como lo indica Vélez (2011), “En estos esfuerzos se utilizan herramientas comunicativas, pero no tomadas desde un campo conceptual formal, sino desde las construcciones provenientes de la sociología, la psicología social, la salud pública y los mismos planteamientos topológicos del Análisis de Redes Sociales”. (p. 61).

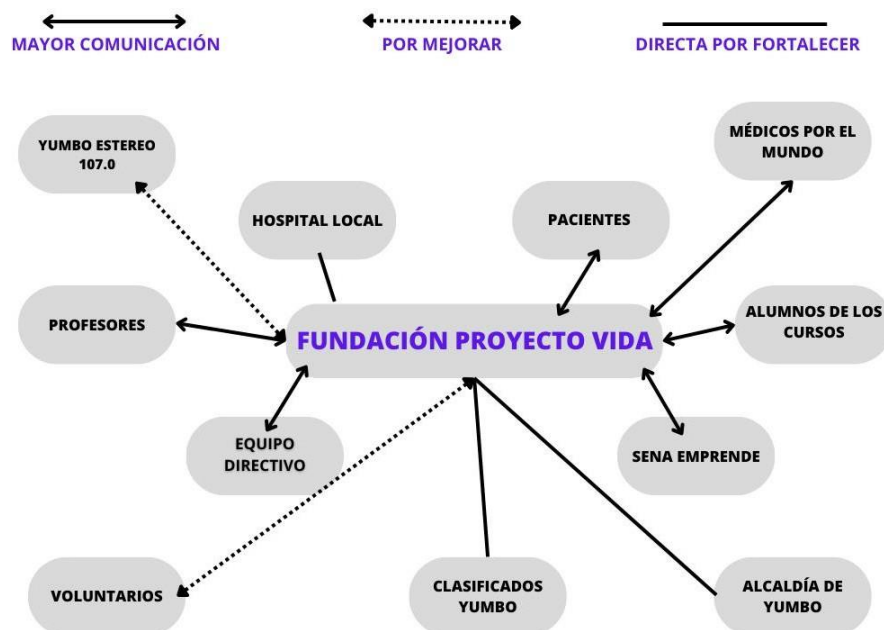
No obstante, este tipo de contenido no ha tenido el impacto esperado, pues muchas veces se queda en la simple recepción de información por parte de los internautas y no la reacción y multiplicación de este contenido de tan alto valor, por lo cual se pretende hallar un mecanismo de acción comunicativa y una herramienta idónea para divulgar las actividades para la masificación de esta y que muchas más personas conozcan, apoyen y se unan a esta gran causa.

Finalmente, se desea destacar y reconocer la labor tan ardua que ha realizado la Fundación Proyecto Vida, pues al adentrarse en sus acciones y efectos en la comunidad, se logra visualizar el trabajo hecho desde la bondad y el propósito de la dignificación del ser humano.

Construcción

Figura 1

Sociograma Fundación Proyecto Vida



Fuente. Elaboración propia, con base a la información suministrada por las OSP.

Figura 2

Conjuntos de Acción Fundación Proyecto Vida



Fuente. Elaboración propia, con base a la información suministrada por las OSP.

Tabla 4*Matriz de posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Alcaldía de Yumbo			X	
Servicio Nacional de Aprendizaje SENA	X			
Hospital Local La Buena Esperanza de Yumbo		X		
Emisora Yumbo Estéreo			X	
Iglesia Cristiana la Carismática	X			
Fundación Comedog Yumbo				X
Líderes Comunitarios	X			
Instituto Municipal de Educación para el Trabajo y Desarrollo Humano de Yumbo – IMETY		X		
Médicos por el Mundo	X			
Alcohólicos Anónimos La Luz de Yumbo				X

Nota. Elaboración propia con información suministrada 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)	Fundación Proyecto Vida: Es una fundación sin ánimo de lucro, donde a través del asocio de voluntades ha querido complementar la capacidad del estado a la hora de atender las necesidades de los ciudadanos en la parte de la salud y de programas de formación para el emprendimiento, lo cual la hace una organización social participativa. Entre sus objetivos está el promover, asistir y acompañar de manera integral el desarrollo humano, social y económico de los grupos poblacionales en especial el de la comunidad más vulnerable, proporcionando oportunidades a través de iniciativas que desarrollen sus capacidades para ser protagonistas de sus propios proyectos de vida.	Fundación Baylor Colombia: Es una fundación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo crear un futuro más saludable para todas las madres gestantes, niños y sus familias en Colombia. Misión: A través de nuestra comunidad global e intercultural proporcionamos atención médica centrada en la familia, de alta calidad, impacto con tecnología de punta, ética médica, educación en salud e investigación clínica en todo el mundo. Buscamos impactar la salud y el bienestar de las madres gestantes, niños y sus familias.	Fundación Salud Taller Funstall: Es una entidad sin ánimo de lucro (ESAL), privada, católica, con Personería Jurídica. Brinda servicios a niños de escasos recursos que además de su problemática de enfermedad, su familia presenta indicadores de pobreza y factores de exclusión social. Con esta intervención, la Fundación aporta soluciones a la problemática de desigualdad e inequidad en la atención de salud en la infancia en Colombia.	Colombia Comparte: Es una entidad sin ánimo de lucro, que desde hace 8 años son una luz de esperanza para aquellas familias de estratos 4,5 y 6 que perdieron todo debido a situaciones como el desempleo, enfermedad, quiebras o malas decisiones, que sienten vergüenza al pedir ayuda aun viviendo en la pobreza oculta. El propósito es ayudarles a recuperar su productividad y superar sus dificultades trabajando juntos para trazar un camino hacia la recuperación y lograr ingresos para sus hogares.
Localización	En el Municipio de Yumbo, Valle del Cauca.	En los municipios de Manaure y Riohacha, en La Guajira.	Está ubicada en Cl. 153 #16c-48, Bogotá, Colombia.	En el Municipio de Chía, Cundinamarca.

Miembros	<p>Carolina González – Representante legal y odontóloga. Fernando David Murgueitio – Fundador de la fundación y Medico. Marlene Roldan- Coordinadora. Maribel Bernate – Psicóloga. Fernanda Alegría Diomelin – Abogada. Profesionales de la salud rotativos. Voluntarios.</p>	<p>Michael Mizwa -Vp Sénior DeNo fue posible encontrar esta información, en Ana María Galvis -Directora Ejecutiva. ninguna página de internet, ni en sus redes sociales y James Thomas - Director tampoco a través de la línea Científico Profesionales En La telefónica. Salud como: Ginecobstetras, Odontólogos, Pediatras, Médicos Generales, Nutricionista, Enfermera Jefe, enfermeras. Personal de apoyo: Coordinadores de sitio, coordinadora contable y financiera vacunadora, promotoras de salud, regente de farmacia.</p>	<p>Alexandra González- Design thinking. Ana Sevillano- Coach. Angie Castañeda – Directora Ejecutiva. Blanca Marín – Coach. Camilo Rodríguez – Comercial. Daniel Jiménez – Plan de Negocios. Eduardo Ríos- Comunicaciones. Enrique Samper- Derecho Legal y Tributario. Enrique Ramírez – Finanzas. Jesús Tabares –Impacto Social. Johana Cerón – Mercadeo. Programas:</p>
Proyectos desarrollados	<p>Proyectos desarrollados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jornadas de Salud. 2. Sena Emprende. 3. Muñequería. 4. Bolsos Wayuu. 5. Fuentes Artesanales. 6. Decoración de Fiestas. 7. Bordado en Cinta. 8. Peinados y trenzas. 9. Maquillaje. 10. Regalando sonrisas. 	<p>Líneas de acción y programas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atención y tratamiento en salud (Consulta externa, Apoyo Diagnóstico, Detección temprana y Protección específica). 2. Educación, prevención y promoción (Educación Comunitaria y Educación <p>Temáticas Incluidas en el desarrollo de proyectos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Infancia & Juventud. 2. Discapacidad. 3. Familia. 4. Salud y Medicina. 5. Salud Mental. <p>Servicios albergue con alojamiento, apoyo</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyo a familias vergonzantes. 2. Apoyo a Emprendedores. 3. Soy empresa.

		Profesionales de la Salud).	alimentario y subsidio de transporte, así como apoyo en la gestión del tratamiento.	
		3. Investigación y desarrollo (Infancia, Familia, Mujeres Embarazadas y Nuevo modelo de Salud).		
		4. Actividades complementarias (Triple Impacto).		
Aliados	Apoyan: Médicos por el mundo, profesionales de la Salud, voluntarios, Jornadas de donación de medicamentos, el Sena regional Palmira.	Apoyan: Baylor International Pediatric, Baylor College of Medicine, Texas Children's Hospital, Chevron, Ecopetrol, Fundación Éxito, Save the Children, Preemptive Love, The Ashmore Foundation, Banco de desarrollo de América Latina, Sociedad Colombiana de Pediatría, Alcaldía de Manauere, hocol, Elecnorte, International Finance Corporation, Fundación Simon Bolívar, VenEsperanza, Nous Cims	La iglesia católica y el instituto colombiano de bienestar familiar.	Los aliados son los ciudadanos o entidades que quieran hacer donaciones a través de su página web, donde se puede donar desde \$10.000 mil pesos M/cte. en adelante.
Antigüedad	8 años aproximadamente (2016).	11 años aproximadamente (2013).	20 años aproximadamente (2004)	8 años aproximadamente (2016)
Descripción de sus redes sociales	Facebook: 3,9 mil Me gusta • 4,3 mil seguidores. Lo que se observa es que, tienen	La fundación cuenta con redes sociales como: Facebook: 2,4 mil Me gusta y 2,6 mil seguidores	La fundación cuenta con redes sociales como: Facebook: 1 mil Me gusta • 1 mil seguidores	Facebook: 852 Me gusta • 1 mil seguidores Linked in: 411 seguidores

	un gran número de seguidores en Facebook e Instagram, pero sin embargo su contenido no tiene muchas interacciones de me gustas, comentarios o repostado, como lo mencionado en la entrevista cualitativa por el médico y fundador Fernando David Murgueitio, los internautas ven las publicaciones a nivel informativo, pero no lo replican.	Instagram: 2.390 seguidores Tik Tok: 41 Seguidores y 44 Me gusta Lo que se analiza es que, aunque se tiene un gran número de seguidores en Facebook e Instagram, su contenido no tiene muchas interacciones de me gustas, comentarios o repostado.	Instagram: 658 seguidores Lo que se percibe al mirar sus redes sociales es que, aunque se tiene un gran número de seguidores en Facebook e Instagram, persiste la misma situación de la OSP expuesta anteriormente y es que el contenido no tiene muchas interacciones de me gustas, comentarios o repostado.	Instagram: 1.138 Seguidores. Esta última OSP continúa con el mismo patrón de las anteriores, en sus redes sociales se expone sus maravillosas acciones, pero no se tiene la gran cantidad de interacciones que se espera, para replicar su contenido.
Tipo de comunidad ética.	Ética social y médica.	Ética social y médica.	Ética social y médica.	Ética social.
Fuentes (de dónde extrajo la información para esta matriz o tabla)	https://n9.cl/9jk02 Información otorgada de manera física por la fundación.	https://n9.cl/al6zog https://n9.cl/1psv6 https://n9.cl/4l4po0	https://n9.cl/jwcrhm https://n9.cl/2z0jn	Nosotros - Colombia Comparte https://n9.cl/aodfc https://n9.cl/mw7pi

Nota. Elaboración propia, con base a la información suministrada por las OSP.

Informe de Investigación

Durante la investigación de la Organización Social Participativa – OSP, se ha podido entender mucho más la forma de trabajo social que llevan a cabo en la Fundación Proyecto Vida con la comunidad, y es que esta nació de la convicción de que todos los actores sociales merecemos tener oportunidades que nos ayuden a encaminar de manera correcta nuestros proyectos de vida, dado que en muchas situaciones las circunstancias no son las mejores, como la falta de recursos económicos, precariedad en los servicios de salud, poca o nula preparación académica, violencia intrafamiliar, la falta de orientación, metas, proyectos o problemas psicológicos, los cuales merecen ser reparados en pro de la dignificación del ser y lo cual sirve como aliciente para cumplir sus expectativas y sueños, ya que “cuando crecemos vamos generando una red personal concreta, referida a nosotros mismos y que varía con el paso de los años” (Noguera, 2011, p. 12).

Es precisamente esa red de apoyo en la que la Fundación Proyecto Vida, ha querido convertirse para las personas que asisten y participan en sus servicios, ya que desde la armonía que se brinda a través de sus espacios de aprendizaje no solo se impacta y se transforma la realidad social de esa persona, si no la de toda su familia o su red de apoyo, todo esto a través de “Un proceso participativo que conlleva la devolución de la información a la misma población para que, debidamente apoyada por técnicas adecuadas, sea ésta la que profundice, priorice y planifique sus propias estrategias de superación” (CIMAS, 2010, p. 35). Así como lo han sido los emprendimientos que han nacido gracias a la formación dada en la Fundación y que con el entusiasmo de sus estudiantes han sacado a flote y en los cuales ya en su etapa productiva han sido apoyados por su red más cercana y la cual también ha sido acreedores de sus frutos.

En ese orden de ideas, la Fundación ha logrado que sus participantes y voluntarios se sientan parte de una comunidad que los acoge, se preocupa por ellos y les brinda herramientas para superarse constantemente, ya que si bien todos los seres humanos tenemos casi que de manera inherente la predisposición hacer seres sociables, en ocasiones la realidad social de las poblaciones menos favorecidas generan un sesgo personal que los limita abrirse con la comunidad, lo cual se ha trabajado a través de “ dinámicas de grupo, provenientes tanto de la Educación Popular como de la Animación Sociocultural, ya que estas permiten que el grupo se conozca, se fortalezca como tal y auto organice su propio proceso” (CIMAS, 2010, p. 17).

Un ejemplo de lo anterior, son los grupos de Emprender Sena, donde se dictan cursos con el propósito de desarrollar habilidades técnicas que permitan a los participantes incursionar en el ámbito laboral. Estos cursos son conformados por subgrupos y son coordinados por un instructor. Este instructor delega a un subgrupo responsable de coordinar con sus integrantes una práctica del curso. Lo anterior incentiva la comunicación horizontal y participativa de todos en el proceso de formación a través del dialogo, como lo mencionado por Beltrán (1979):

El diálogo es el eje de la comunicación horizontal porque, si ha de tener lugar la genuina interacción democrática, toda persona debe contar con oportunidades similares para emitir y recibir mensajes de manera que se evite la monopolización de la palabra mediante el monólogo (p. 19).

Lo anterior, fomenta que los alumnos no solo aprendan en contenido académico estipulado, sino que también puedan encontrar las formas del consenso con sus compañeros de clase y la armonía en la misma, llegando acuerdos, cumpliendo con sus responsabilidades y aprendiendo a que todos tenemos roles en cada proceso.

De este modo, se evita las formas comunicacionales que generan conflicto, como lo es la imposición, dado que la Fundación tiene un concepto más empático hacia la comunicación circular y directa, lo cual también ha fortalecido el sentimiento de empatía y agradecimiento de sus profesionales, voluntarios y beneficiarios. Agradecimiento que se puede aprovechar para fortalecer la comunicación y visualización externa de la misma, puesto que son ellos los principales replicadores de información de la fundación , lo cual se debe explotar no solo a en cuanto al voz a voz , sino también a través de las redes generando esa misma empatía en la parte digital y que los internautas puedan interactuar y replicar la información por gusto, mostrando un lado más amigable y no solo de carácter informativo, puesto que “En las redes sociales, las personas están principalmente interesadas en comunicarse con sus amigos, no buscan comprar artículos o servicios” (Villasante, 2010, p, 51).

Por último, se recomienda la presentación de este maravilloso proyecto a entidades que busquen aportar sus ayudas a fundaciones sin ánimo de lucro o los proyectos del sector privado encaminados a estas nobles causas, puesto que “un solo grupo o asociación podrían no tener todos los recursos para tratar un determinado problema de la comunidad; de allí la necesidad de trabajar en red con otras organizaciones buscando apoyo” (Kamlongera y Mafalopulos, p, 26), pues el trabajo en red fortalece el rango de acción y aumenta la posibilidad de beneficiar a más sectores de la comunidad.

Proyección

Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia Comunicacional

El objetivo de la recopilación de la información que se ha venido realizando en el transcurso de este Diplomado es analizar cuáles son las necesidades de la OSP La Fundación Proyecto Vida desde el área de las comunicaciones, ya que este recorrido ha sido una serie de pasos secuenciales para el diseño de la estrategia de comunicación, por lo cual es vital tener un objetivo claro para realizar una estrategia acorde a sus necesidades, este proceso ha consistido en hacer un ejercicio investigativo sociopráxico al interior de la OSP, donde se ha analizado cómo están sus redes sociales de comunicación tanto en la parte interna como externa. Posteriormente se procedió con el análisis de toda información recopilada y se realizó un plan comunicacional que se adapta a las necesidades de la organización, la cual debe ser “Una serie de acciones bien planificadas que se propone lograr ciertos objetivos a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación” (Kamlongera y Mafalopulos, 2008, p. 8). Objetivos entre los cuales esta potencializar las redes de la Fundación y lograr ser reconocida como una organización líder y consolidada.

Los fundamentos conceptuales son el origen teórico que sustentan de manera lógica la propuesta a realizar, con el propósito de generar unas bases de coherencia y justificación necesarias para cada decisión tomada en el proceso de crear la estrategia idónea para la organización. “El concepto de estrategia a menudo comienza con una visión de cómo la empresa quiere ser vista o, de hecho, cómo quiere verse a sí misma.” (Lukac & Frazier, 2012, p 33). En este caso en el que la Fundación quiere ser reconocida como una organización líder y consolidada, debe ampliar su espectro a nivel de redes, pero teniendo en cuenta su público potencial, para lograr que esta estrategia sea exitosa en el hacer y no solo en el papel, se deben

crear estrategias que sean sostenibles en el tiempo y de desarrollo asequible para la misma, a través de las cuales logre sus objetivos de: demostrar la importancia de las jornadas de salud gratuitas para las comunidades y en especial aquellas que no tienen acceso a los servicios de salud, los beneficios de los cursos de emprender Sena que potencializan el desarrollo humano en sus proyectos de vida y la importancia de las fundaciones en el desarrollo de comunidades.

Se dice que en comunicaciones el contexto es todo tipo de situaciones o escenarios en los cuales se origina un mensaje, éste a su vez tiene un lugar y tiempo en el espacio, lo cual permite que el emisor y el receptor finalicen esta secuencia, pero como recibe el mensaje el receptor, depende de las situaciones culturales del mismo y lo que tiene relevancia para él, por eso se importante evaluar los fundamentos contextuales de la comunidad que se quiere impactar con la estrategias y sus acciones, porque de lo contrario no se tendría una armonía entre la parte conceptual y contextual haciendo que la estrategia no sea efectiva en su totalidad, por lo cual “se pueden mezclar personas de distintos orígenes y culturas para construir una interpretación colectiva y creativa” (CIMAS, 2010, p. 47), la cual incrementa la probabilidad de aceptación y éxito de las estrategias, como la que se ha creado para la organización, teniendo en cuenta los factores anteriormente mencionados.

Objetivo de la Estrategia. El objetivo es crear una estrategia de sentido de pertenencia con la fundación con el nombre "Mi Fundación, Tu Fundación" y bajo esta estrategia trabajar con las bases que ya se tienen, creando contenido llamativo que ayude con el posicionamiento de la fundación en las redes y que sea un gancho para captar el apoyo de voluntarios, donaciones y capital semilla.

Con el propósito de llevar a cabo la estrategia de comunicación al interior de la Fundación Proyecto Vida, logrando que sea viable y duradera en el tiempo, se tiene planeadas

una serie de acciones que se deben llevar a cabo en plazos de tiempo estipulados para el cumplimiento de esta.

Fase 1. Establecer un líder del proceso para realizar la labor de investigación y preparación de la estrategia (Duración: 4-6 semanas).

Objetivo. Identificar los recursos con los cuales cuenta la Fundación y evaluar cuales hacen falta para la implementación de esta.

Actividades. Definir un Community Manager que se encargue de construir, ampliar y administrar las redes, el cual es parte fundamental para potencializar las redes de la fundación.

Fase 2. Diseñar una línea de piezas gráficas y de video para la Fundación que le den unaidentidad definida (Duración: 6 – 8 semanas).

Objetivo. Generar un vínculo emocional con el internauta, para generar fidelización.

Actividades. Revivir los videos testimoniales de las personas beneficiadas de la fundación, pero implementando el nuevo diseño y mejoras en el estilo audiovisual, además realizando mini crónicas que muestren el impacto positivo de las jornadas de salud en pacientes y los casos de éxito en los emprendimientos creados en la Fundación.

Fase 3. Acoplarse a los nuevos métodos de publicidad (Duración: 8-10 semanas).

Objetivo. Fidelizar y conseguir más seguidores activos en las redes de la Fundación.

Actividades. Los memes marketing son una estrategia para captar el interés del público, a través de imágenes o videos virales con contenido humorístico, promocionando los servicios de la fundación.

Con la planificación de cada fase se busca potencializar los factores más importantes para los objetivos de la OSP La Fundación Proyecto Vida, basándose en los fundamentos conceptual y contextual el desarrollo de la estrategia de comunicación.

Conclusiones

Desde la primera fase se seleccionó a la Fundación Proyecto Vida por su evidente compromiso social, una cualidad que se ha corroborado en los ejercicios realizados, como en la participación activa en sus actividades durante la segunda, tercera fase y cuarta fase de esta investigación.

De hecho, esta organización se distingue por su firme enfoque en el servicio y un profundo sentido de solidaridad hacia el prójimo, ya sea contribuyendo a los proyectos de vida de las personas o mejorando sus condiciones de salud. El propósito esencial es aportar a la construcción de una sociedad más digna y humana, promoviendo el desarrollo individual y colectivo.

Por tanto, para asegurar la continuidad y el crecimiento de este admirable proyecto, es crucial analizar e identificar áreas de mejora internas que permitan fortalecer su impacto en la comunidad. Por ello, a través de este trabajo de investigación, se buscará desarrollar un mecanismo de comunicación efectiva y una herramienta de divulgación adecuada para ampliar el alcance de sus actividades, permitiendo que más personas conozcan, apoyen y se sumen a esta noble causa. Por consiguiente, se formuló un sociograma de relaciones comunicacionales, un gráfico de conjuntos de acción y una matriz de posicionamiento, con el propósito de identificar qué relaciones se deben mejorar y fortalecer, para ampliar las oportunidades de la fundación y esta a su vez a todos sus beneficiarios.

Por consiguiente, en la quinta fase se utilizó toda la recopilación de información de las anteriores fases para la creación de la estrategia de comunicación adecuada, teniendo en cuenta aspectos relevantes como los fundamentos conceptuales que sustentan de manera lógica la propuesta a realizar, con el propósito de generar unas bases de coherencia y justificación

necesarias para cada toma de decisiones y también los fundamentos contextuales ya que la estrategia se debe realizar de acuerdo a la comunidad o nicho que se desea impactar, dado que el mensaje se debe dar de acuerdo a las situaciones culturales del mismo y lo que tiene relevancia para él.

A partir de estos primeros pasos se creó la estrategia de comunicación, basada en el sentido de pertenencia que tienen sus directivos, voluntarios y beneficiarios, dándole el nombre de "Mi Fundación, Tu Fundación" estrategia la cual tiene como objetivo crear contenido llamativo que ayude con el posicionamiento de la fundación en las redes y que sea un gancho para que el contenido compartido llegue a más internautas, que a su vez recepcionen e interactúen con el contenido social, para llegar así al propósito de situar a la fundación, como una propuesta interesante para el sector privado, el cual se interese en invertir en capital semilla para su funcionamiento, en búsqueda de conservar, mejorar y resaltar la calidad en la oferta de los servicios que se prestan en la fundación.

Referencias Bibliográficas

- Beltrán, L. (1979). “Adiós a Aristóteles. *La comunicación horizontal*”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35.
<http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Bernal, C. Navarro, C. & Santoveña, S. (2018). *Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación*.
<https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820>
- 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>
- CIMAS. (2010). *Manual de Metodologías participativas*. Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader (p.27). http://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/manual_2010.
- Fresno, M. D. Paunero, D. S. y Marqués, P. (2014). *Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos*. Editorial UOC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1>
- Gallego, S. (2011). *Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales*, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Gallego, S. (2016). *Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI*.
 Open this document with ReadSpeaker docReader
<https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>

- 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).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93129550003>
- Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008). *Diseño participativo para una estrategia de comunicación*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- López, J. (2013). *Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica*. Open this document with ReadSpeaker docReader.
https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf
- Lukac, E. & Frazier, D. (2012). *Linking strategy to value*. *Journal of Business Strategy*
<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- Noguera Vivo, J. M. author. (2011). *Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online*. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533>
- Santos Requena, F. (1989). *El concepto de red social*. Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 48, 1989, págs. 137-152. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>
- Vélez, G. (2011). *Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación*. En *Razón y Palabra* (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>

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>

Villasante, T. R. (2010). *Redes sociales para la investigación participativa*. *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. (2013). *La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas*. Open this document with ReadSpeaker docReader

<http://www.ecosad.org/laboratoriovirtual/phocadownloadpap/METODO->

IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención

Yumbo, 24 de abril del 2024

Señores
Fundación Proyecto Vida
Dra. Carolina González
Represente Legal

E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es Maria de los Angeles Acosta identificado(a) con C.C. 1.118.306.386 del municipio de Yumbo (Valle), 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,

Maria Acosta P.
Maria de los Angeles Acosta Papamija
Cel: 321 7254291
E-mail: mdacostapa@unadvirtual.edu.co

*Recibí
25 Abril / 2024
Carolina*

Apéndice B

Carta de Aprobación



La Representante Legal de la Fundación Proyecto Vida

INFORMA QUE:

De acuerdo a la solicitud de la señorita María de los Ángeles Acosta Papamija, identificada con C.C. 1.118.306.386 de Yumbo (V), la Fundación Proyecto Vida informa que acepta que la estudiante realice dentro de la organización el trabajo académico correspondiente al Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación y esperamos poder implementar de manera frutífera la propuesta comunicacional una vez terminada dentro de nuestra fundación.

Se expide a solicitud del interesado, el día 30 de abril del 2024.

Cordialmente,

Carolina González Pérez

C.C. 31642083

Representante legal Fundación Proyecto Vida Verde

Cel: 3113733656

Apéndice C

Preguntas Entrevista Inicial

¿Cuándo nació la fundación?

¿Cuál es el objetivo o intenciones de ayuda social de la fundación?

¿Con que servicios y proyectos cuenta en estos momentos la fundación?

¿Quiénes conforman la fundación?

¿Tiene roles definidos para el funcionamiento de la fundación?

¿Realizan reuniones con el personal de la fundación para compartir información, revisar temas por mejorar o para informar de cambios?

¿Cómo se hacen conocer en la comunidad? ¿Publicidad, vos a vos o redes sociales?

¿Qué metas tiene la fundación a corto, mediano y largo plazo?

¿Han recibido reconocimiento por esta labor?

¿Cuáles han sido las dificultades para desarrollar sus objetivos sociales?

Apéndice D

Enlace Entrevista Inicial

<https://www.youtube.com/watch?v=yTIvaryD-qw>

Apéndice E

Preguntas Cualitativas

1. ¿Cómo es la estructura organizativa de la fundación Proyecto Vida? ¿Es La estructura organizativa formal o informal?
2. ¿Cómo es la comunicación interna entre los líderes de la fundación y los colaboradores o voluntarios?
3. ¿Qué impacto han tenido las redes sociales en la labor de la Fundación Proyecto Vida?
¿Qué sienten que les falta mejorar en las redes sociales?
4. ¿Cómo comenzó y como se materializo la idea de brindar espacios para ofertar cursos de bajo costo y gratuitos a la comunidad desde la fundación?
5. ¿Cómo recibe la comunidad las jornadas de salud gratuitas que ofrece la Fundación Proyecto Vida, desde su sede o cuando se desplazan algún sector en particular?
6. ¿Cuántas personas se han impactado de manera positiva con la fundación proyecto vida, con sus servicios?
7. ¿Los programas de la fundación, es decir jornadas las jornadas de salud y los cursos que se ofertan tienen alguna restricción o son libres a la comunidad en general?
8. ¿En qué programa de los que se ofertan en la fundación se identifica más la participación de la comunidad? ¿Cuál es el contenido de ese programa y la finalidad?
9. ¿Como se reciben los aportes de la comunidad para mejorar los servicios de la fundación?

Apéndice F

Enlace Entrevista Cualitativa

<https://www.youtube.com/watch?v=xuiDMyRBouo>

Apéndice G

Registro Fotográfico



Apéndice H

Enlace Vídeo de la Jornada de Devolución-Validación

<https://www.youtube.com/watch?v=add7d39paH8>

Apéndice I

Registro Fotográfico de la Jornada de Devolución-Validación

