

Banco de Alimentos de Bogotá BAB OSP

Junior Heferson Mesa Neisa

Asesor

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades ECSAH

Programa de Filosofía

2024

Resumen

En este trabajo se busca demostrar la eficacia de las redes sociales de comunicación, creando conciencia y sensibilidad social que derive en tejido social, donde la solidaridad por el no desperdicio de comida y el hambre cero sea una realidad en el distrito capital de Colombia y que dicho proceso al realizarse sea de manera práctica, coherente y funcional. Así, El Banco de Alimentos de Bogotá, busca fortalecer, diversificar y reinventar su trabajo de campo en el área de recolección y consecución de recursos comestibles especialmente, ya que por ejemplo en la central de abastos aún se desperdicia casi el ochenta por ciento de la comida que aún puede ser rescatada para el consumo humano siendo este uno de los principales objetivos pendientes y no consolidados en su totalidad. Muchas veces la comida se pierde por ignorancia o porque aún todavía hay desconocimiento de este canal de salvamento de alimentos, otras veces porque también a los comerciantes y ciudadanos en general les falta el sentido de la solidaridad y pertenencia. Con el trabajo de campo y la investigación realizada se propone un plan de recolección de alimentos, donde se da prueba del trabajo de campo mediante entrevistas de audio, podcasts entre otros.

Palabras clave: Alimentos, vulnerabilidad, empresarios, redes sociales, sociedad civil, tejido social, conciencia social, solidaridad, voluntarios.

Abstract

This work seeks to demonstrate the effectiveness of social communication networks, creating awareness and social sensitivity that results in social fabric, where solidarity for no food waste and zero hunger is a reality in the capital district of Colombia and that When this process is carried out, it is practical, coherent and functional. Thus, the Bogota Food Bank seeks to strengthen, diversify and reinvent its field work in the ares of collecting and obtaining edible resources especially, since for example in the supply center almost eighty percent of the food is still wasted. It can still rescued for human consumption, this being one the main pending and not fully consolidated objectives. Many times food is lost due to ignorance or because there is still lack of knowledge of this food rescue channel, other times because merchants and citizens in general also lack the sense of solidarity and belonging. Whit the field work and the research carried out, where proof of field work is given through audio interviews, podcast among others.

Keywords: Food, vulnerability, entrepreneurs, social networks, civil society, social fabric, social awareness, solidarity, volunteers.

Tabla de Contenido

Introducción	8
Conceptos de Comunicación Participativa.....	9
Acopio Organizativo y Comunicacional	14
Informe Sociopraxico	15
Procesamiento y Análisis de Datos	21
Información Investigativa.....	22
Características de Socialidad y Comunidad.....	24
Comunicaciones Consensuales	25
Comunicacionales que Generan Conflicto.....	26
Sugerencias para fortalecer la red.....	27
Comunicar el conocimiento	36
Estrategias	42
Resultados esperados.....	43
Conclusiones	44
Referencias Bibliográficas.	45
Apéndices.....	50

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de información general</i>	13
Tabla 2 <i>Ficha de información descriptiva</i>	18
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	31
Tabla 4 <i>Matriz Comparativa</i>	34

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Sociograma</i>	29
Figura 2 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	30

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Solicitud</i>	50
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	51
Apéndice C <i>Preguntas Cualitativas</i>	52
Apéndice D <i>Enlace de Video</i>	53
Apéndice E <i>Histogramas</i>	54
Apéndice F <i>Enlace entrevista inicial</i>	55
Apéndice G <i>Enlace Entrevista Trabajadora Social Banco de Alimentos</i>	56
Apéndice H <i>Fotos</i>	57

Introducción

El Banco de Alimentos de Bogotá es desde ahora un instrumento muy valioso de ayuda a los más pobres y vulnerables de la ciudad de Bogotá, ya que prácticamente a hoy en día seiscientas mil personas no podrían comer a diario sino fuese gracias al Banco de Alimentos de Bogotá y su política de hambre cero. Es de vital importancia el tejido social que el Banco de Alimentos de Bogotá ha creado, siendo el articulador entre empresarios, voluntarios y comunidad en general.

El Banco de Alimentos de Bogotá aspira a ser socio estratégico de corabastos para así poder impulsar la gran hambre cero o Bogotá sin hambre ya que allí en la central nacional de alimentos de Colombia se tiran más de cien toneladas de comida al año. Es el gran objetivo final del Banco de Alimentos de Bogotá, ser el gran articulador entre empresas y comunidad para una eficiente consecución de alimentos que conlleve a una Bogotá sin hambre. Con las actividades realizadas por el Banco de Alimentos de Bogotá, se nota la construcción colectiva de la solidaridad, el servir. Estos enfoques buscan promover la creatividad social y la acción colectiva en el ámbito de las ciencias sociales. En el Banco de Alimentos de Bogotá se busca que los habitantes de la ciudad tengan lo mínimo para vivir y a la vez se superen para que ellos generen su propio sustento.

Conceptos de Comunicación Participativa

La conducta humana siempre ha estado encaminada a su entorno tanto material como interpersonal, de ahí la importancia de la colaboración en comunidad para que esta sea dinámica, integrando nuevos saberes y nuevos miembros que aporten producción e innovación donde cada uno en su individualidad aporte conocimiento. (Santos, 1989, p. 139). Las conexiones sociales han existido desde el inicio de la humanidad y ha permitido nuestra existencia desde entonces, (Gallego, 2011, p. 115). Precisamente en estos tiempos es donde la solidaridad empieza a emerger. Es aquí donde precisamente se empiezan a gestar las asociaciones comunales que trabajan por el bien de la sociedad sin esperar nada a cambio. Los cambios del ser humano como ser social empiezan a manifestarse y ya no darán marcha atrás en los procesos de consolidación y evolución que hacen parte de la naturaleza humana.

Se distinguen diferentes tipos de asociaciones: primaria, secundaria, comunal, asociativa. El conjunto inicial es donde los participantes comparten relaciones primarias, permanecen la mayor parte del tiempo juntos en actividades comunes, transcurren su tiempo de forma personal llegando a conocerse bastante bien entre sí. (Gallego, 2011, p. 115). El grupo social secundario, es un “grupo más grande y con pocas relaciones personales” (Gallego, 2011, p. 116) donde los integrantes buscan un objetivo determinado, por lo tanto este grupo es de libre elección, por lo que hay una relación “contractual y funcional” (Gallego, 2011, p. 117), por lo que los vínculos pueden cambiar con el tiempo, en este tipo de grupos existen críticas además de normativas.

En la comunicación participativa no solo ve individuos, sino seres humanos, que son vistos como iguales, interlocutores y que no solo son receptores de información sino también de conocimientos, experiencias y saberes dignos de compartir, que pueden aportar a un cambio

social, por lo cual está al servicio de las mayorías, es horizontal, de doble vía, generando un diálogo. (López, 2013, p. 47).

La comunicación alternativa está relacionada a la “resistencia y a la disidencia, a la acción comunitaria y a las nuevas sensibilidades” (López, 2013, p. 51), por lo tanto tiene la posibilidad de tener autonomía, para la comunidad formando una red con el fin de concentrarse en resolución de problemas comunitarios. La comunicación para el cambio social, se entiende como un proceso de diálogo entre los actores públicos y privados, por lo cual involucra a la sociedad a su “propio proceso de transformación”, es dinámica, participativa y autogestora (López, 2013, p. 52).

La comunicación comunitaria, “es un encuentro de seres humanos, que no se limita a los acontecimientos, sino a dinámicas de sujetos históricos que se construyen en diálogo y alteridad (López, 2013, p. 52), se establece en un territorio físico o virtual, integrando experiencias para mejorar la convivencia en comunidad, donde los actores principales y los que crean y preservan el patrimonio son los públicos, que ahora no tienen un papel solo receptiva sino activa, en la gestión de lo que desean conocer, producir, en este caso para el arte contemporáneo.

La asociación civil se encuentra dispuesta a orientarme y dejarme ver sus procesos, que están constituidos no solo por aciertos sino también por errores que son parte de la vida de una comunidad, así mismo estas debilidades pueden ser el comienzo de procesos de mejora para comunicar no solo localmente sus logros sino proyectarlas de manera internacional, donde con el objetivo de crear una red más grande pueda servir de modelo o replicar la experiencia en otras latitudes. Los procesos de las redes sociales requieren de la comunicación la cual puede ser transmisiva y participativa. La primera comunicación a la que nos referimos es el proceso de

trasladar ideas de un individuo a otro, puede ser grupal o específico, esto es lo que se ha vivido en el mundo académico, por muchos años, por ejemplo.

De acuerdo con lo anterior, elegí el Banco de Alimentos de Bogotá, porque se unen profesionales altamente capacitados y con don de gentes para ayudar a los demás, personas con un alto sentido de responsabilidad social y altruismo, no para dar talleres, sino para gestionar acciones dentro de la comunidad desde sus propios conocimientos, donde el prójimo es tratado como así mismo teniendo la oportunidad de servir a los demás.

La comunicación participativa es interactiva, es decir, es recíproca, se retroalimenta de forma simultánea, donde todos sus participantes son vistos de forma igualitaria; son a la vez receptores de conocimiento y a la vez emisores del mismo; la solidaridad y la cooperación son fundamentales en la labor del Banco de Alimentos de Bogotá y por ende su objetivo es ayudar a reimplantar estos valores en la sociedad bogotana y por extensión a todo el país. (López, 2013, p. 49).

La colaboración popular es fundamental en los procesos que se requieren para generar el impacto social requerido, por ejemplo, se puede originar de la organización de un barrio o comuna, o entre los comerciantes de los productos de la canasta familiar básica, como en el caso de corabastos. (López, 2013, p. 50).

La comunicación alternativa, está relacionada a la “resistencia y a la disidencia, a la acción comunitaria y a las nuevas sensibilidades” (López, 2013, p. 51), por lo tanto tiene la posibilidad de tener autonomía, para la comunidad formando una red con el fin de concentrarse en resolución de problemas comunitarios. El Banco de Alimentos de Bogotá cumple con su parte de generar impacto social positivo mediante la recolección, clasificación, conservación y distribución de alimentos entre las personas más vulnerables de la sociedad bogotana. La

comunicación para el cambio social, se entiende como un proceso de diálogo entre los actores públicos y privados, por lo cual involucra a la sociedad a su “propio proceso de transformación”, es dinámica, participativa y autogestora (López, 2013, p. 52).

Es menester que la sociedad colombiana tome la conciencia social que se necesita de manera ecuánime y efectiva para que no haya más desperfectos en el proceso de recolección, conservación y entrega de los alimentos, como lo es en este caso en el Banco de Alimentos de Bogotá. En una ciudad donde solo logra aprovecharse un veinte por ciento de la capacidad total de sus alimentos nos indica que los procesos de recolección, conservación y distribución al consumidor vulnerable final están muy defectuosos aun.

Tabla 1*Ficha de Información General*

OSP Banco de Alimentos de Bogotá			
Descripción del objetivo social y/o acciones relevantes que desarrollan.	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
Es una organización sin ánimo de lucro que crea tejido social a través de la consecución de alimentos en buen estado para ayudar en su nutrición a los más pobres y vulnerables de la ciudad capital.	Se ayuda a los más pobres y vulnerables que están en riesgo de desnutrición crónica, también ancianos, orfanatos, etc.	Capacitar a las personas dándoles las herramientas de la toma de conciencia para llegar a resultados de una alimentación permanente y equilibrada.	La indiferencia y la falta de conciencia social por parte de algunos sectores de la población que ignoran o no tienen conocimiento del Banco de Alimentos de Bogotá.

Fuente. Elaboración propia.

Acopio Organizativo y Comunicacional

Diariamente un grupo de 12 colaboradores, apoyados por voluntarios, recorren los más de 6,300 locales que esta plaza alberga en busca de productos que puedan ser salvados. Frutas, verduras y hortalizas encuentran una segunda oportunidad, terminando no en la basura, sino en la mesa de las personas en situación de vulnerabilidad de nuestra ciudad. En estos 6 años de recorrido ininterrumpido hemos logrado rescatar más de 15,000 toneladas de alimentos, que antes terminaban en un contenedor de basura. Adicionalmente nuestro ejercicio nos permite seguir respondiendo a los objetivos de Desarrollo Sostenible 12 y 13, sobre la producción de consumo responsable, disminución de desperdicios, contaminación y acción por el clima.

Los métodos de investigación en las ciencias sociales han evolucionado en la última década. Actualmente las técnicas e investigaciones sociales avanzan con los movimientos populares, en lugar de ser herramientas externas para estudiarlos. Para llevar a cabo la metodología participativa son de suma importancia las redes de movimientos sociales como lo propone Vélez, la investigación-acción-participativa, la praxeología y el psicoanálisis como tradiciones metodológicas de referencia, así como otras contribuciones científicas y sociales, como la teoría de redes y la complejidad, que influyen en estas metodologías participativas.

El ejercicio socio práctico de esta unidad es consolidado, debido al acercamiento a través de la una entrevista con preguntas cualitativas al director de la organización de la sociedad civil, así mismo se complementa, con el trabajo de campo, viendo en acción a la comunidad, desde la descripción, la interpretación y el sentimiento (desahogo) de lo que el investigador percibe en la comunidad, hace que el análisis sea cercano, entonces, si la actividad nos conmovió quiere decir que está integrada a los valores humanos.

Informe Sociopráxico

Entre las propuestas metodológicas propuestas en las lecturas que se han construido en las redes de movimientos sociales y organizaciones a lo largo de una década (Vélez, 2012, p. 67) Estas propuestas se basan en la idea de que las técnicas e investigaciones sociales avanzan en colaboración con los movimientos populares y se destacan por su enfoque participativo y crítico, son las siguientes por su practicidad y conveniencia con el tema social a tratar en el presente trabajo: Incorporación de la perspectiva de los movimientos sociales: La principal propuesta metodológica es considerar a los movimientos sociales como agentes activos en la creación de técnicas, metodologías y posicionamientos epistémicos para el uso de las ciencias sociales. Esto implica reconocer que los movimientos populares no solo son objeto de estudio, sino que también contribuyen activamente al desarrollo de enfoques y herramientas de investigación.

Internacionalismo crítico: Se destaca la importancia de un internacionalismo crítico emergente en los movimientos populares, especialmente en respuesta a las empresas transnacionales y las dinámicas globales. Esta perspectiva sugiere que las nuevas ideas y técnicas alternativas están surgiendo desde los movimientos sociales, superando las divisiones partidistas y sectarismos académicos.

Encuentros y redes colaborativas: Se mencionan encuentros internacionales entre movimientos sociales críticos, donde se comparten ideas y se establecen redes de colaboración. Estos encuentros actúan como puntos de encuentro de la sociedad civil y fomentan la discusión y la construcción colectiva de metodologías participativas acordes.

Enfoques interdisciplinarios y complejos: Además de las tradiciones metodológicas como la investigación-acción-participativa, la praxeología y el socio análisis, se incorporan enfoques

interdisciplinarios y complejos, como la teoría de redes, el ecologismo popular, estos enfoques abordan la complejidad de los fenómenos sociales y naturales.

Metodologías específicas: Se hacen referencias a metodologías específicas como la planificación estratégica situacional (PES) y el diagnóstico rural participativo (DRP), que se han utilizado en colaboración con movimientos sociales y organizaciones locales en diversas regiones de América Latina y España. El Banco de Alimentos de Bogotá (BAB), propone acciones que para disminuir la contaminación, rescatando los productos que las empresas antes destruían. La logística del Banco de Alimentos permite ir a diferentes zonas rurales para la recolección de productos en áreas cercanas a Bogotá y Cundinamarca.

Cabe anotar que según los estudios realizados esto no se debe a la metodología utilizada por el Banco de Alimentos de Bogotá sino a la falta de solidaridad y conciencia de la sociedad con el trabajo realizado por el Banco de Alimentos de Bogotá (BAB). Los hogares con menores ingresos son las más sensibles a este fenómeno con la elevación de los precios de mercado de los alimentos que componen su canasta de consumo. En general, los vínculos entre la pobreza extrema y la pérdida calórica agroalimentaria son especiales, ya que, el potencial calórico perdido durante la producción de alimentos, tiende a agruparse en municipios de ciertas zonas donde el decrecimiento de la pobreza extrema se ha ralentizado. El hecho de que existan múltiples variedades de papa que se producen en diferentes partes del país, representa una ventaja para los hogares expuestos a situación de pobreza extrema, ya que les permite sobrellevar las fluctuaciones de oferta y precios.

De otra parte, las legumbres más significativas en la canasta básica de consumo del país presentan pérdida calórica elevada o muy elevada en la baja Guajira y Cesar, occidente de Tolima, oriente de Cundinamarca y Santander, así como el sur de Antioquia; las pérdidas de

estas legumbres, por ser cultivos que predominan en la huerta, y por lo mismo, prioritarios en la economía campesina, impactan de forma especial la población rural y su auto provisión alimentaria. El Banco de Alimentos de Bogotá cuenta con el “Programa de Recuperación de Excedentes Agrícolas «PREA»”, construimos una red de aliados. Esa misma red que reúne esfuerzos, aglutina talentos y moviliza a quienes no quieren otra contraprestación que poner al servicio de los demás sus ganas de ayudar y su espíritu solidario. Unimos esfuerzos con productores y comerciantes para que donen sus excedentes, evitando el desperdicio de alimentos.

Tabla 2*Ficha Descriptiva*

Aspecto	Descripción
Tipo de Práctica. Lo que hace que la OSP en cumplimiento de su objetivo social.	El Banco de Alimentos es un articulador de los esfuerzos de la empresa privada, la academia y organizaciones sin ánimo de lucro, que ayuda para trabajar con las poblaciones en condiciones de vulnerabilidad, que sufren de inseguridad alimentaria y malnutrición. El deseo de relacionarnos con afecto, respeto y solidaridad es propio de nuestro carácter social. Promueve el consumo de alimentos sanos y saludables, entregando mercados balanceados y en óptimas condiciones, contribuyendo así a la seguridad alimentaria y nutricional de nuestros beneficiados y receptores.
Objetivos o intenciones de ayuda social	Construye comunidades que nunca pasen hambre, trabajando mancomunadamente y construyendo alianzas solidas de abastecimiento entregando mercados balanceados y en óptimas condiciones, contribuyendo así a la seguridad alimentaria y nutricional de los beneficiados.
Características prácticas de los integrantes de la OSP	Diagnóstico de Contexto Identificación de Categorías Comunicativas Construcción de Propuesta Comunicativa Validación de la Propuesta Comunicativa Entrega del Producto con Categorías Comunicativas

Características de Participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	John Larrota, Filósofo, Magister en Comunicación Pastoral, Jefe de Gestión del Conocimiento Banco de Alimentos Bogotá, Miguel Ezequiel Badillo Mendoza docente UNAD diplomado: “Construcción en Redes Sociales de Comunicación”.
Tamaño de organización de la OSP (Número de integrantes, cobertura territorial).	Son 970 organizaciones serias y comprometidas, 142 colaboradores, entre operarios y parte administrativa, 3899 voluntarios, 18.5 millones de kilos entregados en 2022. Donaciones en especie 10.481.692 Kg. 7.465 millones en efectivo. En 2022 fueron más 650 empresas las que confiaron sus donaciones y cerca de 5.500 personas naturales también lo hicieron, 47 universidades y 1957 estudiantes y 130 colaboradores para entregar 18.5 millones de kilos de productos. Director: Pbro. Daniel Saldarriaga Molina.
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	Líder de Conocimiento: Filósofo John Larrota, Magister en Comunicación Pastoral, Comunicador Estratégico del Banco de Alimentos Bogotá.
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	La comunicación interna es esencial ya que fortalece la estructura organizacional del Banco de Alimentos Bogotá, centrándose en el proveedor, los funcionarios y los vulnerables con el fin de construir conciencia y tejido social en todos los implicados para que se promueva un entorno transparente.

Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	<p>En cuanto a la comunicación externa, se maneja a través de carteleras, boletín electrónico, la voz a voz, iglesias, ONG, la página virtual Banco de Alimentos Bogotá, Facebook, Twitter y YouTube, generando acercamiento con los usuarios, siendo honestos y precisos con lo que se comunica; creando confianza, fidelidad, y seguridad con la organización.</p>
Logros de proyectos exitosos.	<p>Proyecto Una Novena por Bogotá: Durante la novena y en presencia de Monseñor Luis José Rueda Aparicio, Arzobispo de Bogotá, Don Eduardo Olea, Director Ejecutivo del Movistar Arena, oficializó que “Una Novena por Bogotá” a beneficio del Banco de Alimentos, se llevará a cabo anualmente y por los próximos 20 años, en el Movistar Arena. Esto significa que los bogotanos podrán disfrutar de un espectáculo navideño único y al tiempo apoyar a quienes más lo necesitan.</p>
Dificultades para desarrollarsus objetivos sociales.	<p>Recursos económicos limitados e indiferencia social de un segmento de la población sin el diferencial de clase social, es decir, tanto de estratos uno, dos, y tres como de estratos cuatro cinco y seis también, presentándose el fenómeno de la apatía en la sociedad en general.</p>
Otros aspectos a comentar	<p>La consolidación en aquellas interacciones cobra relevancia en la medida en que aportan al proceso de conformación del tejido social y permiten analizar experiencias con un marco conceptual y accionario.</p>

Procesamiento y Análisis de Datos

Una organización de la sociedad civil es la aplicación práctica a la teoría de las relaciones, por la complejidad de su acción en miras de un objetivo claro (Fresno, 2014, p. 28), debido a lo siguiente:

Relaciones entre miembros: Los trabajadores y voluntarios interactúan y colaboran entre sí, se debe mejorar las relaciones interpersonales entre todo el equipo para que haya una completa armonía en los procesos que allí se desarrollan.

Colaboración y coordinación: Las organizaciones de la sociedad civil necesitan la colaboración y la coordinación de diferentes miembros y grupos, se requiere una red clara de comunicación para establecer acciones consistentes que realmente beneficien a la comunidad, considerando todos los factores posibles para evitar errores.

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

Las relaciones en una organización de la sociedad civil pueden tejerse en torno a una variedad de temas, ya sea desde la armonía o el conflicto. Estos temas pueden influir en la dinámica interna y en la efectividad de la organización, (Vélez, 2011, 65).

Compartir misión y valores es más probable que se trabaje en armonía hacia objetivos comunes y concordantes con la solución de problemas sociales que aquejan a la comunidad más vulnerable en sus necesidades básicas de subsistencia.

Comunicación efectiva, es decir que sea abierta, honesta y transparente evita malos entendidos, así se fomenta la colaboración “la comunicación social debe apoyar la interacción entre los individuos de una sociedad, para facilitar los procesos de cohesión social” (Cueto, 2019, 40).

Información Investigativa

Gestión constructiva de conflictos, una asociación civil, así como cualquier sociedad presentará conflictos, identificarlos tempranamente y tener una ruta definida para su resolución son pasos temas a considerar para promover la armonía, como cita la autora Cueto la “crisis es también la mayor y quizá la última oportunidad de reorganizar los lazos sociales” (Cueto, 2019, p.32).

Apoyo y recursos: Las organizaciones de la sociedad civil pueden depender de redes de apoyo y recursos, como donantes, aliados y socios. Estas relaciones son fundamentales para su sostenibilidad y éxito, entonces la motivación estará relacionada con alcanzar un objetivo específico, no solo con la consecución de recursos, en este sentido si ha habido una falta de recursos del Banco de Alimentos de Bogotá, para difundir y aplicar sus programas en otras comunidades. La escasez de recursos, como fondos, tiempo y personal, puede llevar a tomar decisiones erróneas en cuanto a la responsabilidad y las acciones de los miembros de la organización.

A través de los donantes del Banco de Alimentos de Bogotá y de los voluntarios se tuvo la iniciativa de enviar más de mil cien kits de aseo para la cárcel la picota en Bogotá d. c. Para ello, previamente, el Banco de Alimentos de Bogotá hizo el alistamiento de dos jabones perfumados para el cuerpo, una crema dental, tres cepillos de dientes, una bolsa de detergente de 500 gramos, dos jabones rey para el lavado de la ropa, un frasco pequeño de champú de 250 gramos para el pelo dentro de cada kit de aseo.

Las organizaciones no gubernamentales juegan un rol preponderante en la creación del proceso de tejido social, estableciendo una comunicación efectiva en dicho propósito realizando trabajo de campo de manera efectiva basados en unos efectivos y parámetros claros, organizando

los procesos comunicacionales llegando a conclusiones eficaces, que generan impacto con las mejores propuestas basadas en decisiones basadas en estudios prácticos y concisos para generar resultados positivos.

El Banco de Alimentos de Bogotá, actualmente lidera una red que acopia de las principales organizaciones del país, como lo son el sector privado y sus empresas, las organizaciones no gubernamentales, las iglesias evangélicas, la iglesia católica, para hacer llegar la ayuda alimenticia a quienes más lo necesitan, como la primera infancia, tercera edad, madres solteras, hogares infantiles, hogares juveniles, organizaciones no gubernamentales para la ayuda de adultos con problemas de drogadicción, habitantes de calle, organizaciones de ayudas a refugiados e inmigración ilegal entre otras organizaciones.

Hay alimentos tanto perecederos como no perecederos, ya que contamos con un cuarto frío y de congelación, bodegas para clasificarlos y almacenarlos los productos refrigerados y congelados, en esta etapa es clave el trabajo de los voluntarios, ya que con su trabajo manual ayudan de manera considerable a los 130 operarios de planta del Banco de Alimentos de Bogotá en su arduo de trabajo, gracias a todos ellos y años empresarios y ciudadanos del común porque mediante sus aportes se ha logrado llevar a cabo este gran proceso como lo es el de llevarle alimentos a los más vulnerables y aún falta llegarles a la gran mayoría de ellos. La mies es mucha y los obreros son pocos pero hay que seguir adelante con ilusión y con pasión. Es menester anotar que cada nación y cada individuo afronta diversas problemáticas, también es cierto que solo trabajando juntos podremos cumplir con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), establecidos por la Asamblea de las Naciones Unidas.

Características de Socialidad y Comunidad

El Banco de Alimentos de Bogotá, ha favorecido formar una comunidad interesada en el ayudar al prójimo, con la creación de puntos de acopio para recibir alimentos a través de productos propios de la región favoreciendo los productos locales en las actividades propuestas. El conocer a los directivos o creadores del Banco de Alimentos de Bogotá, ayuda a tener un referente para seguir adelante y copiar su ejemplo claro y alineado a los objetivos de la OSP. Al ser un trabajo que se realiza de forma anónima o desinteresada aumenta la admiración por dichas personas que se dedican a tan nobles actividades.

Después de la participación en las actividades del Banco de Alimentos de Bogotá, se da la oportunidad a los participantes a expresar sus experiencias, no solo en términos de la actividad misma, sino que sentimientos les generan esta actividad sobre otras situaciones de la vida cotidiana. Los miembros del consejo directivo tienen reuniones periódicas para definir nuevas propuestas; ya que la participación de todos es de suma importancia en sí misma. Es así como los diferentes puntos de vista ayudan a consolidar propuestas incluyentes que tienen en cuenta todas las problemáticas y los pormenores de los afectados, se debe incluir por tanto en estas reuniones a miembros de la comunidad que deseen participar. No existe una estructura piramidal en la toma de decisiones o en la realización de actividades lo que si podríamos anotar que aunque existe una participación horizontal, en algunas relaciones existe un lazo más débil, y creo que aunque si es horizontal, pues son importantes los elementos, centrales y articuladores para la consolidación de los procesos. Entrega del Producto con Categorías Comunicativas.

Comunicaciones Consensuales

Comunicación abierta y honesta: En las juntas se evidencia este hecho, así como la Escucha activa, en las juntas se demuestra respeto y empatía, para comprender las perspectivas y sentimientos de los demás. Se encuentra una comunicación efectiva de objetivos y metas entre los miembros organizadores, los voluntarios y el empresariado comprometido con los objetivos del Banco de Alimentos de Bogotá (BAB).

Facilitación de reuniones y diálogo estructurado, en las actividades del Banco de Alimentos de Bogotá, con el personal capacitado e idóneo para desarrollar actividades benefactoras como lo es la consecución de alimentos. Reconocimiento y aprecio, se reconoció y mostró aprecio por las contribuciones y esfuerzos de los miembros y de los participantes en las actividades realizadas.

Comunicación en redes sociales y plataformas en línea, creo que es un área de conflicto porque no se existe un encargado para tal actividad, por lo que las publicaciones son irregulares y aún no se crea una comunidad externa que apoye el proyecto, esto tiene grandes implicaciones en la sostenibilidad del proyecto a largo plazo, debido a la generación de donaciones en la actualidad mucho está supeditada a los seguidores en las redes sociales, creo que es un punto de conflicto, porque tampoco hay unanimidad en su realización y en el enfoque que deben tener las redes sociales.

Respeto con Equidad; valoramos y apreciamos a nuestros beneficiados. El desarrollo social y sostenible no es sólo un acto de justicia sino también el compromiso que asiste a todos quienes queremos derrotar la inequidad en Colombia.

Transparencia y Honestidad; la totalidad de nuestros actos son el reflejo de lo que somos. Derrotar el hambre es una exigencia ética para combatir la insolidaridad.

Comunicacionales que Generan Conflicto

Ello requiere de ciudadanos comprometidos con la sociedad y compasivos con el prójimo. Caridad y Responsabilidad; hacer de esta gestión con quienes realmente nos necesitan.

La única atadura que alberga nuestro corazón es que los cinco millones de colombianos que padecen hambre, cuenten con un alimento, con un alimento de vida. Aquí las redes sociales de comunicación quedan representadas de manera eficaz y pertinente, ya que al generar cambios para y desde la comunidad en la toma de conciencia en el cero desperdicio, la donación y el compartir alimentos se estarán dando pasos fundamentales en la creación de tejido social y cooperación, basada en una sana nutrición para todos, como derecho fundamental del ser humano a no tener hambre y a no sufrir de desnutrición y vulnerabilidad generada por dicha causa.

Mejorar un diálogo de saberes con la comunidad (Cueto, 2019, p. 40). Mejorar la presencia en redes sociales; para iniciar “mediante un proceso dialógico la construcción de más amplios conjuntos de acción, la construcción de nuevas redes que puedan afrontar el reto de otras propuestas transformadoras” (Villasante, 2007, p. 130). Hacer uso de videos de experiencias previas, no solo para documentar, sino hacer “seguimiento, fomentar la participación, generar discusiones, facilitar los procesos de aprendizaje”.

No sólo nos mueven las buenas intenciones y las firmes convicciones sino también las acciones efectivas basadas en una óptima comunicación diseñadas con buenas estrategias con la toma de decisiones para generar conciencia de superación y empuje social en las sociedades menos favorecidas y más vulnerables de la capital de la república.

Sugerencias para Fortalecer la Red

El transparente manejo dado a las donaciones recibidas por el Banco desde sus inicios, permite a hoy tener inventarios de alimentos para cubrir una población de miles de personas, así como disponibilidad de caja para la compra de alimentos. Alentar a las personas de la comunidad a generar contenido en las redes sociales, los resultados de las actividades realizadas por el programa, es decir mejor comunicación y movilización social. (Cueto, 2019, p. 39).

Solicitar y establecer reuniones más frecuentes con las autoridades de la secretaría de cultura a fin de lograr apoyos económicos y de difusión para hacer las actividades más frecuentemente y de forma paulatina en lo posible. Mejorar las visitas de más integrantes de la mesa directiva a las comunidades. Cuando una compañía adquiere el compromiso de donar no solo contribuye a una causa social sino que también se puede aprovechar de determinados beneficios tributarios que se establecen por ley, como lo son la exención del impuesto al valor agregado y la disminución del impuesto de retención en la fuente. Para que se logre aplicar estos beneficios tributarios, las compañías deben tener un certificado de donación que es expedido por las fundaciones u organizaciones beneficiarias de este tipo de aporte.

El proceso de cómo se trabaja en el Banco de Alimentos de Bogotá está basado en la recolección, selección y administración de los productos no comercializables y aptos para el consumo o uso humano como alimentos, textiles, elementos de aseo y hogar, electrodomésticos, enseres de oficina y para el hogar, juguetes, máquinas para hacer ejercicio, vehículos, estibas, canastillas u otro tipo de herramientas y maquinaria logística, dando valor social a los productos en buen estado pero que perdieron valor comercial ya sea por:

Fallas en la presentación del producto.

Fecha de vencimiento expirada

Alto estado de madurez

Baja rotación

Excedentes de producción

Error de etiquetado o envasado

No cumple con estándares de calidad

Donación empresarial para beneficiar a la población vulnerable.

Figura 1
Sociograma Banco de Alimentos

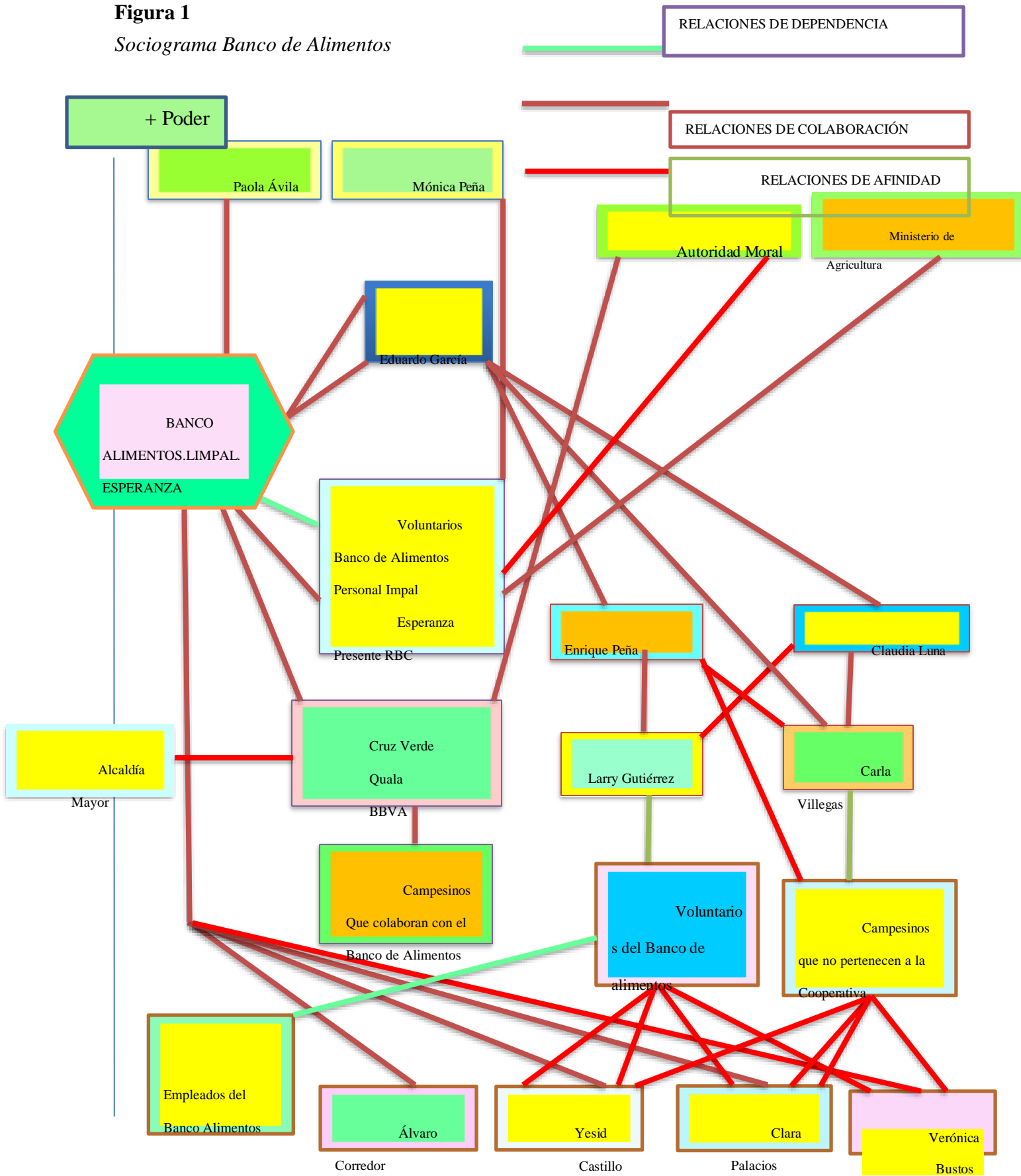
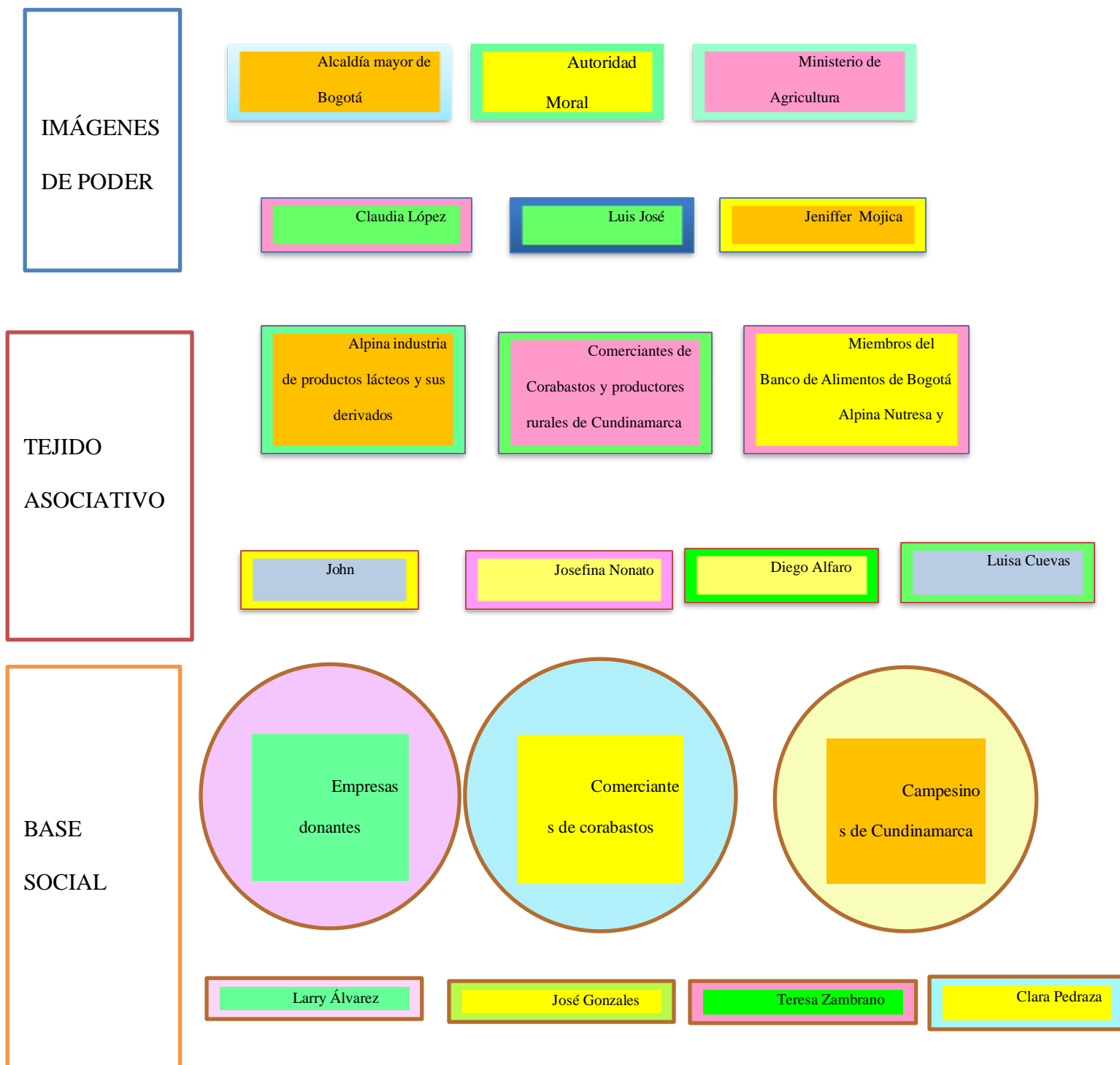


Figura 2. Matriz de Posicionamiento Banco de Alimentos de Bogotá.



Fuente. Elaboración propia.

Tabla 3*Diario de Campo*

OSP: Fundación Banco de Alimentos de Bogotá	Actividad: Campaña de Prevención y educación sexual	<i>Fecha: 01/09/2023</i>
Hora Inicio: 08:00 a. m.	Hora Finalización: 15:00	<i>Lugar: Banco de Alimentos y Cárcel la Picota Bogotá</i>
Participantes: Voluntarios, Estudiantes Universitarios y Empleados Banco de Alimentos de Bogotá	Investigador: Junior Heferson Mesa Neisa	DCRSC
Descripción: (de lo observado)	Interpretación: (de lo observado)	Desahogo: (qué siente el investigador frente a lo observado)
<p>La campaña estaba situada inicialmente en las instalaciones del Banco en la Bodega central del mismo con el objeto de armarles mil kits de aseo personal para esta población carcelaria, constando de: cuatro rollos de papel higiénico, dos jabones rey, dos jabones perfumados, tres cepillos de dientes, una crema dental mediana; de manera estratégica para que los estudiantes y personal administrativo pudiera</p>	<p>Se pudo observar el gran nivel de cooperación que tiene el Banco de Alimentos tanto del voluntariado como de funcionarios y empresas aportantes del sector privado, ya que trabaja con productos de calidad y cantidad óptima.</p> <p>El Banco de Alimentos de Bogotá es una entidad sin ánimo de lucro, siendo puente entre el sector privado y las personas vulnerables de la ciudad, desde la</p>	<p>Se pudo notar de todas formas la falta de voluntarios en la ciudad de Bogotá y por ende en la entidad; ya que los presentes éramos en realidad un grupo muy reducido ya que la gran mayoría de presentes allí eran los empleados del Banco y estos estaban allí porque les pagan un sueldo o sino no estarían allí y el resto eran los estudiantes universitarios haciendo sus pasantías u horas de trabajo social requeridas para aprobar un curso o</p>

visualizar y acercarse de manera fácil.

Teníamos cuatro mesas de alistamiento y con los montacargas los empleados nos iban acercando las estibas con las cajas apiladas para ir creando los respectivos kits dentro de bolsas de polietileno medianas.

Luego hubo que hacer el embalaje y llevar los kits al correspondiente centro penitenciario para ser entregados dichos kits a la población penitenciaria. Hubo bastante trabajo ya que fueron bastantes kits de aseo los que hubo que armar.

Los insumos afortunadamente son donados por el sector empresarial, comunidad en general y recepción y acopio por parte del banco de alimentos de Bogotá.

Cabe resaltar que el kit constaba de tres jabones perfumados, dos cepillos de dientes, dos jabones de ropa en pasta, una libra de detergente blanco en

tercera edad hasta madres gestantes, actuando de forma muy eficiente nutricionalmente. Se pudo observar un trabajo eficiente en el proceso de empaqueo y selección de productos para la elaboración de los kits carcelarios. Hubo alistamiento y posterior empaque de cada uno de los kits con sus correspondientes utensilios completos, teniendo en cuenta los diferentes ítems y tips para una correcta realización de la operación sin ánimo de lucro. También el cargue de las estibas con el producto final en el correspondiente furgón del Banco para hacerlo llegar al centro nacional penitenciario de La Picota, posteriormente se hace el respectivo embalaje y embarque en los correspondientes camiones de las fuerzas militares envían dos o tres soldados diarios para ayudar en el proceso de empaque y embalaje de los alimentos a repartir, en

una materia, pero voluntarios como tal por vocación propia muy pocos.

Es muy lenta la respuesta de la sociedad bogotana a la noble labor del banco de alimentos, incluso muchos de ellos ignoran de que exista dicha organización sin ánimo de lucro; poco a poco se va creando conciencia y tejido social pero a pasos increíblemente lentos en cuanto a la respuesta positiva de la comunidad.

Ya que por ser una población carcelaria y de escasos recursos se encontraban en un estado precario y de vulnerabilidad por esto los empresarios y comunidad en general a través del banco de alimentos se hacen cargo de llegar allí a donde más se les necesita y las demás ayudas no llegan con efectividad a este sector de la población y sus alrededores.

Con el trabajo comunitario realizado por los presos sería buena idea pagarles lo

polvo y un jabón líquido de lavar platos, dos rollos de papel higiénico. Los productos de excelente calidad y marca reconocida en el mercado. Se espera que con la entrega de estos kits de aseo se les solviente para un mes de limpieza y aseo personal.

La Picota permite: Hasta cuatro máquinas de afeitar, dos cremas dentales, dos cepillos de dientes, cuatro rollos de papel higiénico, un desodorante en sobre, un talco anti-bacteria para los pies, champú en sobres, Jabón de baño, tres jabones o detergentes para lavar ropa,

este caso a la penitenciaría nacional de la picota.

En el proceso de empaque se realiza el alistamiento de forma circular, en una mesa donde cada uno de los voluntarios empaca en la bolsa de un kilo uno de los utensilios de aseo que ya se describieron con anterioridad.

Se pudo observar que se encontraron buenos elementos para desempeñar el trabajo, como cinta, marcadores, tijeras, bolsas, sillas, buena iluminación, guantes, tapabocas, gorros, logística, montacargas, refrigerios, baños, etc.

laborado con útiles de limpieza y aseo personal por medio del trueque o por horas laboradas al día. Si sería una buena idea para que vayan ellos conmutando su pena.

También se observa que es urgente que el banco de alimentos mejore la flota de furgones ya que los que se están utilizando están un poco antiguos los modelos y por ende tienden a vararse y requerir mantenimiento mecánico de forma recurrente.

Tabla 4*Matriz Comparativa*

OSP Banco De Alimentos De Bogotá	OSP Esperanza Presente	OSP Limpal De Colombia	OSP Rbc Dependencia
Objetivos Promover el consumo de alimentos sanos y saludables. Siendo así el mayor centro de acopio de alimentos para los más vulnerables en Bogotá.	Trabaja en la prevención y promoción de la salud de niñas, niños, jóvenes y adultos mayores en estado de vulnerabilidad.	Es una organización feminista, pacifista y antimilitarista que trabaja por la paz y la defensa y la protección de los derechos de la mujer.	El RBC está conformado por grupos de apoyo para adicciones y dependencias emocionales por medio de charlas, talleres y terapias de apoyo.
Visión Con un equipo competente, ser la fundación líder en atención a la población vulnerable.	Con capacitaciones y asesorías sacar a la población vulnerable que acuda a nosotros.	Informar a la población afectada de cómo proceder para defender sus derechos.	Apoyo psicológico para lograr superar las dependencias emocionales y adictivas.
Misión Brindar nutrición, acompañamiento humano y social y caridad siendo puente entre los necesitados y los que desean ayudar al prójimo.	Sacar a la gente involucrada de la pobreza por medio de la toma de conciencia.	Capacitar a las personas dándoles las herramientas de la toma de conciencia para llegar a resultados de una paz permanente y participativa.	Apoyo social amigable y cercano, mediante el aprendizaje de herramientas adquiridas en las sesiones y foros.
Lugar Bogotá. Distrito Capital.	Bogotá Distrito Capital.	Bogotá. Distrito Capital.	Bogotá Distrito Capital.
Miembros Daniel Saldarriaga Diego Gómez		Comité comunal	No nombrados

Doris Rodríguez Diana Serpa Larry Téllez	Comité Comunitario		
Proyectos Hambre cero Campaña Navidar Juntos Contra el hambre. Una Novena por Bogotá	Esperanza de Amor Programa Avancemos Colecta Ayuda	Mujeres con Esperanza Seguridad Plena No estamos solas	Hogar Villa 21 Todos Avanzamos Fraterna
Aliados Alpina Nutresa BBVA Quala Cruz Verde	Alcaldía Mayor de Bogotá.	Cámara Comercio Bogotá	Donantes anónimos
Tiempo 23 años	10 años	08 años	7 años
Red Social La rutina en el Banco de Alimentos es una búsqueda constante de soluciones. Recogemos excedentes, se busca calidad en cada producto	Defender a la primera infancia, las madres lactantes, jóvenes en riesgo de adicciones.	Defender y velar por los derechos de las mujeres y las niñas en Colombia ocasionados por los abusos generados por su condición.	Ofrecemos apoyo para las adicciones y las dependencias emocionales por medio de charlas y terapias.
Comunidad Etica Es un grupo comunitario privado con ética del servicio social, similar a una organización no gubernamental.		Busca la igualdad de género y la defensa de los derechos de las mujeres y niñas de Colombia	
Fuentes http://www.bancodealimentos.org.co	https://www.alcaldia bogota.gov.co	https://bogota.gov.co	https://www.alcaldia bogota.gov.co

Fuente. Elaboración propia

Comunicar el Conocimiento

Para crear la estrategia de Fortalecimiento Organizativo y comunicacional de la PSO Banco de Alimentos de Bogotá. se planteará las áreas de mejora se encuentran relacionadas para reforzar la comunicación y el impacto social que el Banco de Alimentos de Bogotá pueda generar en la sociedad capitalina, pudiendo llegar a las comunidades más vulnerables de la ciudad de Bogotá. Ya que el objetivo principal del Banco de Alimentos es crear tejido social y en la toma de conciencia de todos los ciudadanos para crear conciencia de que todos los problemas de la ciudad nos competen a todos.

Según el sociograma la comunidad es poseedora de herramientas que les puede permitir mejorar su calidad de vida, y el Banco de Alimentos en este caso es pieza intermediaria para que lleguen los recursos de las fundaciones y de las asociaciones sin ánimo de lucro de manera eficaz e imparcial, evitando el clientelismo y la demagogia. Se encuentra poca presencia del Banco de Alimentos de Bogotá en las redes sociales, se puede dar a conocer mediante voluntarios, empleados, aportantes particulares y el empresariado para generar impacto en el internet y en los medios de comunicación como la radio, televisión, prensa y escritos como prensa y revistas informativas.

Banco de Alimentos de Bogotá está llamado a ser representante del cambio en las políticas sociales prácticas en la capital de la república, razón por la cual su liderazgo y capacidad de gestión es innegable y también imprime gran influencia en la zona centro de la capital de la república, en la toma de decisiones en emergencias como canal de apoyo en el suministro de insumos básicos de supervivencia y nutrición donde la favorabilidad de adquirirlos sea prácticamente nula.

Las sociedades actuales están llamadas a solidarizarse con sus ciudadanos menos favorecidos y vulnerables para que puedan salir adelante con en sus necesidades básicas para que ningún ser humano sufra pobreza extrema donde al menos su alimentación diaria básica este solventada y su trabajo y educación estén también al menos dentro de los límites básicos de dignidad y solvencia, y es ahí donde el Banco de Alimentos de Bogotá puede desempeñar un papel fundamental como articulador de las organizaciones y todo esto se puede lograr con eficientes estrategias comunicativas.

El Banco de Alimentos es un articulador de los esfuerzos de la empresa privada, la academia, y organizaciones sin ánimo de lucro, que trabajan para ayudar a poblaciones en condiciones de vulnerabilidad que sufren de inseguridad alimentaria y desnutrición, por eso se gestiona la obtención de alimentos en perfecto estado de consumo, gracias al trabajo de voluntarios que dedican al Banco de Alimentos parte de su tiempo, con un sentido profesional y sin ninguna compensación económica, siendo esto un gran resultado gracias a la comunicación eficiente, tanto con los proveedores como con los beneficiarios.

Los gobiernos actuales deben destinar gran parte de sus presupuestos en pos de la justicia social básica de los más vulnerables, están llamados a tener la alimentación básica resuelta en la totalidad de sus ciudadanos; ya que al erradicar la pobreza extrema estarían dando ejemplo a nivel mundial de como la dignidad humana debe estar por encima de intereses económicos, políticos e ideológicos, sin ninguna sospecha de corrupción y clientelismo en sus acciones y deberes para así llegar a consolidar al ser humano integral. Los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) tienen como objetivo principal implementar acciones conjuntas que permitan transformar la vida de las personas, garantizar los recursos naturales y promover la prosperidad productiva. Es por eso que, el Banco de Alimentos de Bogotá adopta diferentes iniciativas

encaminadas a cumplir con estos objetivos, desde la articulación de la empresa privada, la academia, el sector agrícola y la comunidad en general.

Las cifras de donaciones de los benefactores del Banco de Alimentos de Bogotá, así lo confirman: Las donaciones en especie superaron los 38 mil millones de pesos. Las donaciones en efectivo sumaron más de 7.500 millones y las donaciones de las organizaciones que dan un “aporte solidario” superaron los 24.500 millones. Cerca de 650 empresas y 5.500 personas naturales realizaron estas donaciones. 268,722 kg de residuos reciclados. 55,036 horas donadas por 3,752 voluntarios. 1,905 estudiantes fortalecieron las competencias de las organizaciones beneficiarias. 2,268,018 kg de frutas, verduras y hortalizas rescatados en el Centro de Acopio en Corabastos. 94% de nuestros recursos destinados directamente a atender población vulnerable. 10,481,692 kg de productos recibidos en donación. 993 organizaciones beneficiadas. 574,454 personas atendidas. 18,048,509 kg de productos entregados a las comunidades más vulnerables.

En el último año de la mano de 130 colaboradores, 1.413 voluntarios y 924 estudiantes de buen corazón, el Banco de Alimentos de Bogotá ha logrado no solo multiplicar esfuerzos gracias al entusiasmo de muchos, sino mover millones de kilos de alimentos para transformar diversas realidades. Implementamos actividades de voluntariado, con un verdadero impacto social en la comunidad. Sabemos que los colaboradores quieren ser parte de empresas con alta rentabilidad social y que los clientes quieren ver valores, que van más allá del beneficio económico empresarial. Unimos sus productos, servicios y activos ocultos, a la lucha contra el hambre y la inequidad y con sus aportes logramos impactar su entorno de influencia y paralelamente visibilizamos su generosidad y compromiso social en todo el país. 94%, 6% se obtiene un descuento tributario del 25% a la renta líquida. Mejor control de inventarios y optimización del uso de locales y bodegas.

Disminución de los riesgos asociados al manejo de productos averiados, vencidos y/o imperfectos. Los alimentos donados al Banco de Alimentos se encuentran exentos del IVA. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son el plan maestro establecido por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), para lograr un mundo más justo, sostenible y equitativo para todos. Son 17 objetivos que se interrelacionan entre sí e incorporan los desafíos globales a los que nos enfrentamos día a día. Desde el BAB trabajamos diariamente para responder a los ODS. Por un lado, abanderados con lograr que la alimentación sea un derecho y no un privilegio, velamos por la seguridad alimentaria y la igualdad de acceso a los alimentos en nuestras ciudades. Conscientes que el futuro, de las ciudades pasa por la sostenibilidad, día a día actuamos frente al desperdicio y su impacto en el medio ambiente.

Promovemos la cooperación entre los 24 Bancos de Alimentos de Colombia, el sector privado, la academia y la sociedad civil, para maximizar el impacto de las iniciativas de lucha contra el hambre y pobreza en las comunidades más vulnerables del país. Ante la necesidad de seguir movilizando la generosidad y multiplicando esfuerzos, el Banco de Alimentos de Bogotá, lanza su nueva campaña: “Ni la Inteligencia Artificial tiene la respuesta contra el hambre”, que tiene como objetivo hacer un llamado a que entre todos cambiemos la realidad de miles de ciudadanos usando nuestra inteligencia emocional. En Colombia, según el último reporte del DANE, 15 millones de personas se encuentran dentro de la escala de inseguridad alimentaria.

El llamado del Banco de Alimentos de Bogotá es que entre todos cambiemos esta triste realidad. Lo que se busca, es incentivar las donaciones a los bancos de alimentos en buen estado, a través del beneficio tributario donde se propone el aumento del descuento máximo a aprovechar en el impuesto de la renta a aquellos donantes, pasando de un 25% al 40%, y en situaciones de emergencia poder llegar hasta el 50%. En Colombia cada año se pierden más de

9,7 millones de toneladas de alimentos, que podrían aprovecharse como sustento para los 15,5 millones de colombianos que comen menos de tres comidas al día”, afirmando: “son aproximadamente 2,1 millones de colombianos comen una o menos de una vez al día. A continuación se enumeran algunas formas que el Banco de Alimentos de Bogotá se integra con los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Fin de la pobreza: La inseguridad alimentaria es una de las principales causas de la pobreza en el mundo. A través de nuestros programas de nutrición y formación, mejoramos la calidad de vida de las personas beneficiadas y su entorno.

Hambre Cero: Garantizamos a las organizaciones vinculadas y sus beneficiarios, el acceso y disponibilidad a una alimentación sana y saludable. Trabajamos en pro de una agricultura sostenible, apoyando a los agricultores. **Trabajo decente y crecimiento económico:** Ofrecemos programas de capacitación y desarrollo de habilidades para nuestros colaboradores, las organizaciones adscritas y sus beneficiarios, mejorando sus oportunidades de empleabilidad.

Ciudades y comunidades sostenibles: Fortalecemos a las organizaciones para que sean sostenibles. Con el apoyo de las universidades y la empresa privada, generamos sinergias para abordar de forma conjunta la pobreza y la desigualdad en las comunidades. **Producción y consumo responsables:** Unimos esfuerzos con productores, comerciantes y distribuidores para que donen sus excedentes. Reducimos el desperdicio, generando así una conciencia de sostenibilidad y solidaridad con los más necesitados.

Acción por el clima: Por medio de alianzas con la población rural, fomentamos la educación y las prácticas agrícolas sostenibles, contribuyendo a la reducción de la huella de carbono resultado de la producción y desperdicio de alimentos. **Alianzas para lograr los objetivos:** Desarrollamos programas que fomentan la donación de alimentos, bienes y servicios,

la reducción del desperdicio y el cuidado del medio ambiente. Promovemos como eje principal, la seguridad alimentaria de las organizaciones atendidas y sus beneficiarios.

Comunicación Participativa: Se involucra directamente a la comunidad, ya que no es solo transmitir información sino atender las ideas y conocimiento de las comunidades, esto permitirá ir modificando incluso los propios programas del Banco de Alimentos de Bogotá.

Desarrollo Sostenible: Las actividades del Banco de Alimentos de Bogotá deben ser sostenibles a largo plazo, de la misma manera los voluntarios, los empresarios aportantes y los empleados deben gestionar actividades dinámicas, esto desde promover el no desperdicio de los alimentos a través de las campañas y capacitaciones, que vayan más allá de lo meramente informativo.

Empoderamiento comunitario: Se debe capacitar a las comunidades para que se tomen decisiones y se actúe de manera autónoma, el enfoque de la participación debe ser para mejorar su calidad de vida. **Teoría de las redes sociales:** En el contexto de la estrategia para mejorar la presencia en redes sociales, la teoría de redes sociales destaca la importancia de construir y mantener relaciones significativas en línea. Fomentar la participación activa de la comunidad en la generación de contenido contribuirá a expandir la red y movilizar el apoyo social.

Teoría de Cambio Organizacional: El fortalecimiento organizativo implica cambios en la estructura, cultura y procesos internos de la organización. La teoría de cambio organizacional ofrece un marco para comprender cómo implementar y gestionar cambios efectivos dentro de la organización, garantizando una adaptación constante a las necesidades cambiantes. **Teoría de Participación Ciudadana:** Este enfoque destaca la importancia de involucrar a la comunidad en la toma de decisiones y acciones que afectan su entorno.

Estrategias

Diseñar campañas de concienciación en medios locales y redes sociales para transmitir los mensajes clave identificados. Utilizar testimonios y casos de éxito para ilustrar el impacto positivo del Banco de Alimentos en los barrios populares.

Se organizan paulatinamente programas para recolección de ayudas en comida tanto perecedera como no perecedera, en especie: ropa que todavía sirva para usar, bienes inmuebles como sillas y mesas y equipos para primeros auxilios, teles como linternas, carpas, baterías para ser llevados a las zonas del país donde ocurran desastres y siniestros ocurridos en la naturaleza y que afecten directamente a los más vulnerables. Chat permanente en: Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok, Wattshap, Telegram y Skype.

Hacer reuniones regulares con el gobierno para presentar los programas y logros con los distintos Bancos de Alimentos del país que conforman la red ABACO.

Buscar alianzas con instituciones locales, empresas y organizaciones que puedan apoyar y colaborar en los programas del Banco de Alimentos de Bogotá.

Aplicar un plan de seguimiento para tabular el resultado de la puesta en marcha de lo estipulado y consolidado creando correctivos en los desperfectos acometidos. Consolidar resultados obtenidos mediante análisis en la colectividad de la población vulnerable colaborada para mejorar continuamente

Esquematización de campañas pormenorizadas para fomentar la implicación de la población, empresarios, voluntarios y empleados no afiliados en programas específicos del Banco de Alimentos de Bogotá.

Resultados Esperados

Aumento en la participación de la comunidad en programas y actividades mediante la motivación, la consecución de recursos y la consolidación de los programas y los objetivos establecidos en la capital de Colombia, Bogotá d. c. El Banco de Alimentos de Bogotá ha logrado despertar la conciencia de los ciudadanos de la capital del país, del empresariado, los voluntarios, empleados y colaboradores que día ponen su granito de arena para lograr que las donaciones y el trabajo por la causa surtan el efecto esperado, como lo es el servir y ayudar a los demás en la medida de lo que sea posible. Aún falta mucho por lograr las contribuciones esperadas, pero con estas nuevas políticas colaborativas y de apoyo muy pronto los resultados se verán reflejados en almacén y contribuciones voluntarias. Mayor presencia y visibilidad del Banco de Alimentos de Bogotá en redes sociales y prensa escrita y visitas a las fábricas, zonas comerciales y comunidad en general, estableciendo alianzas y colaboraciones con el estado y otros actores relevantes como el privado y las organizaciones no gubernamentales (ONGs). Las asociaciones, corporaciones y fundaciones, sin ánimo de lucro, cuyo objeto social y actividad correspondan al desarrollo de la salud, la educación, la cultura, la religión, el deporte, la investigación científica y tecnológica, la ecología y protección ambiental, la defensa, protección y promoción de los derechos humanos y el acceso a la justicia o de programas de desarrollo social, siempre y cuando las mismas sean de interés general.

Conclusiones

Para definir una estrategia comunicacional es importante partir del análisis del sociograma. El diseño de las estrategias de comunicación se logra de manera más adecuada estableciendo grupos prioritarios de participación. La estrategia comunicacional se basa en la comunicación participativa, el desarrollo sostenible, la teoría del diálogo de saberes, empoderamiento comunitario, la teoría de las redes sociales, la teoría de cambio organizacional, la teoría de la participación ciudadana. La concientización ciudadana también es fundamental para que el quehacer de todo estos programas sociales lleguen a manera de información a todos los estratos sociales y haya un apoyo real al tejido social comunitario donde las necesidades más críticas y de vulnerabilidad puedan ser solventadas de forma conjunta y eficaz por toda la sociedad, sin necesidad de la intervención constante del gobierno sino que por el contrario nos nazca a cada uno de nosotros como miembros de esta sociedad solventar el problema en la medida de cada una de nuestras capacidades.

Las propuestas metodológicas más avanzadas construidas en las redes de sociales y organizaciones se caracterizan por su enfoque participativo, su interdisciplinariedad y su capacidad para abordar la complejidad de los fenómenos sociales. Estas propuestas buscan no solo comprender, sino también transformar la realidad a través de la colaboración activa entre los actores sociales y los investigadores interesados en el campo social.

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>
- Angulo Marcial, N. (2013). El ensayo: algunos elementos para la reflexión. *Innovación Educativa*. 13(61), 107-121. ISSN: 1665-2673. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ie/v13n61/v13n61a7.pdf>
- Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- 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>
- Beltrán, L. (1979). “Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. *Revista Comunicación y Sociedad*, Editorial Cortés, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35.
<http://www.rebelion.org/docs/54654.pdf>
- Beller Taboada, W. (2018). Elementos de lógica argumentativa para la escritura académica. Bonilla Artigas Editores. Recuperado de la siguiente página de internet: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/121679>
- Banco de Alimentos Bogotá. (2021). Cómo ayudar a combatir el hambre en Bogotá.
Banco de Alimentos Bogotá. <https://blog.bancodealimentos.org.co/como-ayudar-acombatir-el-hambre-en-bogota/>

Banco de Alimentos de Bogotá. (2022). Informe de Gestión 2022 [PDF]. Recuperado de

<https://www.bancodealimentos.org.co/wp-content/uploads/2020/12/Informe-de-Gestion2022-FINAL.pdf>

Bernárdez, O. N. A. (2015). La filosofía latinoamericana como política cultural: un diálogo con

Richard Rorty y Raúl Fonet-Betancourt. Bogotá, COLOMBIA: Ediciones USTA. 67-86

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?ppg=8&docID=1121>

[7384&tm=1489525699351](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?ppg=8&docID=1121)

CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible. (2010). Manual

de Metodologías participativas.

http://www.redcimas.org/wordpress/wpcontent/uploads/2012/09/manual_2010.pdf

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (s.f.). Innovación Social.

<https://www.cepal.org/es/subtemas/innovacion-social#>

Dussel, E. (2012). Filosofía de la cultura y la transmodernidad. Buenos Aires, AR:

Editorial Docencia. 73-237.

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?ppg=9&docID=10903103>

[&tm=1489523556254](http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?ppg=9&docID=10903103)

García, R., Cubaque, E., y Segura, L. (2015). Una revisión bibliométrica de la literatura sobre

innovación social. *Inquietud Empresarial*, 17(2), 18-33.

https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud_empresarial/article/download/13922/123

90

Beltrán, L. (1979). “Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”. *Revista Comunicación y*

Sociedad, Editorial Cortés, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35.

<http://www.rebelion.org/docs/54654.pdf>

- Cueto Gómez, I. (2019). Recuperado de: Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>
- Díaz, D. (2004). Cómo se elabora un ensayo. Acción Pedagógica, ISSN-e 1315-401X, Vol. 13, N°. 1, 2004, págs. 108-113. Recuperado de la siguiente página:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2972010>
- 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.
- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el [S.XXI](https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf). <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Jailler, É; González, S; Arias, C; Suárez; L (2020). Construyendo la innovación social. Guía para comprender la innovación social en Colombia. Capítulos 1 y 2.
<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/5464/construyendo%20innovacion%20social.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kamlongera, C., y 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. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes ECSAH, UNAD.

https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf

Martín, P. (1999). El Sociograma como instrumento que desvela la complejidad.

EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales. N.º 2, 1999. pp. 129-151.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199632>

Novoa, N. (2022). OVI Comunicación y redes sociales. [Archivo de video].

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/52034>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (22 de Febrero de 2017). La seguridad alimentaria futura del mundo pelagra debido a múltiples desafíos.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura:

<http://www.fao.org/news/story/es/item/471772/icode/>

Programa Mundial de Alimentos. (s.f.). Historias - Colombia.

<https://es.wfp.org/apoyanos/historias/colombia>

Programa Mundial de Alimentos. (2018). Datos del hambre. Obtenido de Programa Mundial de Alimentos: <https://es.wfp.org/hambre/datos-del-hambre>.

Rubinelli, M. L. (2005). La interculturalidad: reflexiones actuales acerca de un tema presente en cuatro pensadores latinoamericanos: José Martí, Raúl Scalabrini Ortiz, Rodolfo Kusch y Arturo A. Roig. Buenos Aires, AR: Red Cuadernos. 265-277

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?ppg=3&docID=10093213&tm=1490729153480>

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>

Vallescar, P. D. D. (2006). Hacia una racionalidad intercultural. Cultura, multiculturalismo interculturalidad. Universidad Complutense de Madrid. 387-473.

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?ppg=388&docID=10121387&tm=1499974588692>

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

En Razón y Palabra (61).

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

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

Quórum Académico, Vol. 9, No. 1, 2012. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>

Villasante, T. (2007). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas.

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

Apéndices

Apéndice A

Carta de Solicitud

Bogotá, 09 de septiembre de 2022

Señores Banco de Alimentos Bogotá

Cordial saludo:

Mi nombre es Junior Heferson Mesa Neisa identificado(a) con C.C 7.169.544 de la ciudad de Tunja; actualmente me encuentro realizando el programa de Filosofía en la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) y estoy Ad Portas de recibir el título de Filósofo. Decidí como opción de grado el cursar el Diplomado: “Construcción de Redes Sociales de Comunicación”. Dicho Diplomado busca que 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. 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 4 meses, en los cuales además de desarrollar la investigación, se buscará que los frutos de esta, sean acciones que fortalezcan y mejoren las dinámicas comunicativas dentro de su organización.

Atentamente,

Junior Heferson Mesa Neisa

Cel. 3018148088 – jhmesan@unadvirtual.edu.co

Filosofía ECSAH – UNAD

Apéndice B

Carta de Aprobación



Bogotá 12 septiembre 2023

Docente

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza
Diplomado en Redes Sociales de Comunicación
Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD
 Ciudad.

Asunto: Trabajo de Grado

Cordial Saludo,

Por medio del presente manifiesto que **Junior Heferson Mesa Neisa**, con cédula de ciudadanía N° **7.169.544** estudiante del programa de **Filosofía** de la **Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD** ha sido aceptado por el Banco de Alimentos, para realizar su trabajo de grado en nuestra organización, en la modalidad de pasantía, desarrollando las siguientes funciones:

- Diagnóstico de contexto
- Identificación de categorías comunicativas
- Construcción de propuesta comunicativa
- Validación de la propuesta comunicativa
- Entrega del producto con categorías comunicativas

John Henry La Rotta Moreno
 Jefe de Gestión del Conocimiento
 jlarotta@bancodealimentos.org.co
 3168140757/3115367645/7470828

**JUNTOS CONTRA
 EL HAMBRE**



ABAC

Calle 19A No. 32-50 Bogotá, Colombia
 PBX: (57-1) 747 08 28 • Fax: (57-1) 244 01 31
 NIT: 830.086.601-7
www.bancodealimentos.org.co

Apéndice C

Preguntas Cualitativas

¿Porque el pueblo Colombiano tiene poca vocación de voluntariado?

¿Considera usted que el Banco de Alimentos está preparado para afrontar los retos que le esperan en el futuro?

¿Cree usted que la comunidad ha logrado integrarse con el Banco de Alimentos de Bogotá y si es así como ha hecho para lograrlo?

¿Cuál es el plan comunicacional que posee el Banco de Alimentos para con la sociedad Bogotana y de Cundinamarca?

¿Porque el Banco de Alimentos cambia la visión sobre la lucha contra el hambre en Bogotá y el centro del país?

¿Porque es importante el Banco de Alimentos en su trabajo diario como profesional?

¿Cómo ve usted el Banco de Alimentos de Bogotá dentro de veinte años?

¿Qué es el Banco de Alimentos de Bogotá para usted?

Apéndice D

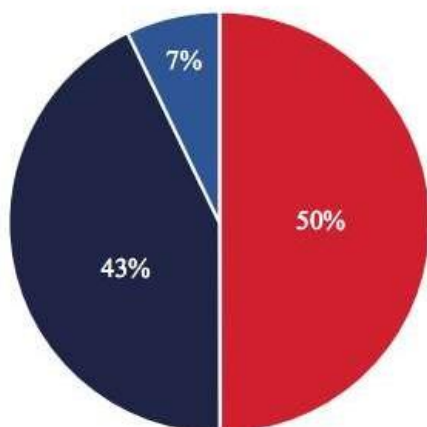
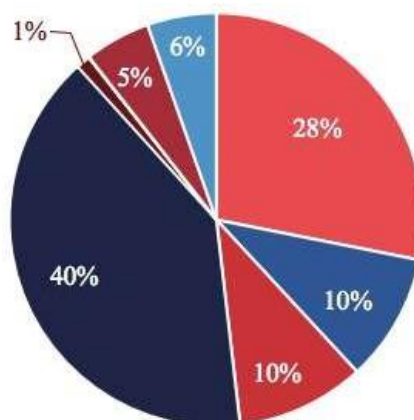
Enlace de Video <https://www.youtube.com/watch?v=-5qEpKMYhT4>

Apéndice E

Histogramas



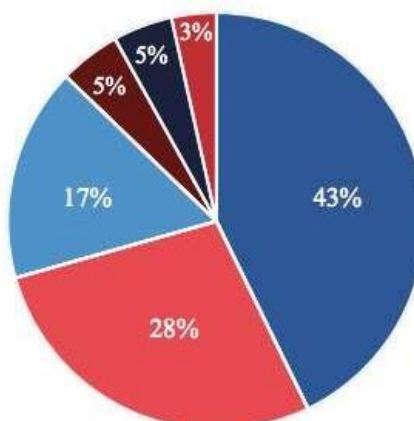
● Frutas y Verduras: 28%	2,947,041 kg
● No Alimentos y Aseo: 6%	566,557 kg
● Lácteos: 10%	1,048,940 kg
● Abarrotes: 10%	1,052,151 kg
● Panadería: 5%	540,266 kg
● Cárnicos: 1%	120,030 kg
● Otros: 40%	4,206,707 kg



● Corporativas: 50%	\$3,730 millones
● Personas Naturales: 43%	\$3,198 millones
● Desde el exterior: 7%	\$ 537 millones



● Abarrotes, panadería: 43%	3,200,345 kg
● Frutas y Verduras: 28%	2.083.238 kg
● Lácteos: 17%	1.241.030 kg
● Granos: 5%	353.778 kg
● Cárnicos: 5%	344.361 kg
● No Alimentos y Aseo: 3%	259.320 kg



Apéndice F

Enlace Entrevista Inicial Banco de Alimentos Bogotá

<https://soundcloud.com/heferson-mesa/entrevista-john-larrota-banco>

Apéndice G

Enlace Entrevista Trabajadora Social Banco de Alimentos

https://soundcloud.com/heferson-mesa/20231002_121027_normal-m4a

Apéndice H

Fotos

Trabajo de Campo



Selección de Papayas donadas.



Acopio de frutas



Despacho de Frutas



Selección de frutas



