

**Construcción de Redes Sociales y Estrategias de Comunicación para la Transformación
Comunitaria en la Fundación Trabajando por Amor, Codito - Bogotá D.C.**

Alieson Yireth Martínez Moreno

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Comunicación Social

2025

Resumen

Este estudio analiza el impacto de la comunicación horizontal en las redes de trabajo dentro de una Organización de Sociedad Civil (OSP), tomando como caso de estudio la Fundación "Trabajando por Amor". A través de entrevistas, observación en campo y análisis documental, se identificaron las dinámicas organizativas que fomentan la participación activa de voluntarios, beneficiarios y aliados.

El estudio incluyó un diario de campo, en el que se documentaron interacciones y procesos internos, y un informe socio-práxico, que permitió contextualizar estas dinámicas dentro del marco teórico de la comunicación organizacional. Los hallazgos revelan que, si bien la fundación promueve una comunicación participativa, enfrenta desafíos como la escasez de recursos y la necesidad de mejorar su estrategia de difusión para fortalecer su impacto social.

En conclusión, la comunicación efectiva y equitativa es clave para la sostenibilidad de la fundación y la consolidación de su labor social. Además, el uso estratégico de redes sociales y el fortalecimiento de alianzas pueden optimizar su alcance y contribuir a una gestión más eficiente.

Palabras clave: Comunicación, Participación, Redes, Observación.

Abstract

This study analyzes the impact of horizontal communication on work networks within a Civil Society Organization (CSO), using the "Trabajando por Amor" Foundation as a case study. Through interviews, field observation, and documentary analysis, the research identified organizational dynamics that promote the active participation of volunteers, beneficiaries, and partners.

The study included a field diary, which documented interactions and internal processes, and a socio-practical report, which contextualized these dynamics within the theoretical framework of organizational communication. The findings reveal that while the foundation fosters participatory communication, it faces challenges such as resource scarcity and the need to improve its outreach strategy to enhance its social impact.

In conclusion, effective and equitable communication is essential for the foundation's sustainability and the consolidation of its social work. Additionally, the strategic use of social media and the strengthening of partnerships can optimize its reach and contribute to more efficient management.

Keywords: Communication, Participation, Networks, Observation.

Tabla de Contenido

Introducción	8
Aprestamiento	10
Justificación de la OSP.....	15
Conceptualización.....	18
Informe de Identificación	20
Implicación	24
Informe Sociopráxico	25
Construcción.....	28
Informe de Investigación.....	33
Proyección.....	38
Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia.....	38
Conclusiones	42
Referencias Bibliográficas	44

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Identificación</i>	10
Tabla 2 <i>Ficha de Información Descriptiva</i>	18
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	24
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	29
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	30

Lista de Figuras

Figura 1 *Sociograma*28

Figura 2 *Conjuntos de Acción*.....29

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intención</i>	46
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	47
Apéndice C <i>Preguntas Semiestructuradas</i>	48
Apéndice D <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	49
Apéndice E <i>Preguntas Cualitativas</i>	50
Apéndice F <i>Enlace Entrevista Cualitativa</i>	51
Apéndice G <i>Registro Fotográfico</i>	52
Apéndice H <i>Enlace Vídeo de Socialización</i>	53

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la comunicación horizontal y su impacto en las redes de trabajo dentro de una Organización de Sociedad Civil (OSC). Para ello, se ha seleccionado la Fundación "Trabajando por Amor", una entidad dedicada al apoyo integral de comunidades vulnerables a través de la educación, salud, alimentación y desarrollo social. En el desarrollo del trabajo, se llevará a cabo una entrevista para profundizar en su estructura organizativa y estrategias de comunicación. Además, se presentará una Ficha Descriptiva y un Informe de Identificación que facilitarán la comprensión de cómo esta fundación fomenta la participación y el trabajo en red. Para complementar el análisis, se elaborará un informe socio-práxico que permitirá contextualizar las dinámicas observadas dentro del marco teórico de la comunicación organizacional. A partir de estos elementos, se evaluarán sus desafíos y oportunidades, destacando la importancia de la comunicación en su gestión y sostenibilidad..

En este contexto, la Fundación Trabajando por Amor representa un ejemplo relevante de cómo una red colaborativa puede operar de manera eficiente mediante vínculos horizontales basados en la confianza, la espiritualidad compartida y el compromiso social. Su estructura organizativa, conformada por un equipo base, voluntarios, practicantes y aliados estratégicos, permite observar con claridad cómo la comunicación se convierte en un elemento articulador de acciones, decisiones y vínculos afectivos. El presente trabajo buscará demostrar cómo este tipo de dinámicas favorecen la cohesión institucional, el sentido de pertenencia y el impacto sostenido en comunidades vulnerables, contribuyendo así al desarrollo de modelos de gestión más humanos y participativos en el ámbito del tercer sector.

Como parte del proceso de análisis, se diseñó e implementó una propuesta estratégica de comunicación interna y externa, orientada a fortalecer tanto los vínculos organizativos como el

posicionamiento público de la Fundación. Esta estrategia incluyó acciones enfocadas en la coordinación digital, el reconocimiento de actores clave, la participación activa de los voluntarios y la expansión de redes colaborativas, con el fin de potenciar una cultura comunicativa más horizontal, transparente y afectiva.

Aprestamiento

Tabla 1

Ficha de Identificación

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
OSP 1 Fundación Amiguitos Royal.	Su objetivo institucional es propiciar ambientes seguros, afectuosos y estimulantes para niños y niñas desde la gestación hasta los 9 años, mediante la implementación de estrategias de educación, nutrición y desarrollo integral. Entre las acciones relevantes que desarrolla la fundación se incluyen: "Cuidando el vínculo esencial y "Constructores de paz".	La fundación trabaja directamente con comunidades vulnerables, especialmente niños y sus familias, promoviendo su desarrollo integral. Como estudiante se podría generar conocimiento útil para la fundación en términos de estrategias comunicacionales, fortaleciendo su impacto y alcance. Además, la fundación podría beneficiarse del estudio al mejorar sus prácticas de comunicación y divulgación.	1. Fortalecimiento de la comunicación digital: Implementar estrategias en redes sociales y un sitio web optimizado para atraer más apoyo y difundir su impacto. 2. Creación de contenido estratégico: Desarrollo de campañas de sensibilización sobre la importancia de la nutrición y la educación en la primera infancia, con testimonios y datos que generen impacto. 3. Alianzas con medios de comunicación: Trabajar con medios locales y nacionales para amplificar su mensaje y	1. Falta de visibilidad y alcance: La Fundación Amiguitos Royal puede tener dificultades para difundir su labor de manera efectiva, lo que limita su impacto y la captación de apoyo (donaciones, voluntarios, alianzas). 2. Accesibilidad y adaptación del mensaje: La comunicación con comunidades vulnerables requiere estrategias específicas para garantizar que los mensajes sean comprensibles y relevantes para los beneficiarios.

OSP 2 Fundación Encausa por el Desarrollo Humano.	<p>La fundación se enfoca en mejorar las condiciones y calidad de vida de poblaciones en situación de vulnerabilidad, a través de proyectos y acciones que abarcan áreas como vivienda digna, seguridad alimentaria y nutricional, mitigación de la pobreza, erradicación del maltrato familiar, y desarrollo educativo, ético, moral y cultural.</p> <p>Acciones Relevantes:</p> <p>1.Desarrollo Social: Implementación de proyectos que beneficien a poblaciones vulnerables, incluyendo iniciativas de vivienda digna y seguridad alimentaria.</p> <p>2.Gestión Social: Participación en programas como "Ayúdame a Ayudar" de la Fundación María</p>	<p>Es una fundación legalmente constituida con programas de desarrollo social y gestión comunitaria, lo que la convierte en una organización con problemáticas comunicacionales que pueden ser estudiadas y fortalecidas.</p> <p>La fundación busca transformar la calidad de vida de comunidades a través de proyectos educativos, culturales y sociales, lo que demuestra su intención de generar cambios significativos en la sociedad.</p>	<p>generar mayor reconocimiento.</p> <p>1.Construcción de una identidad de marca sólida: Desarrollar una línea de comunicación coherente y clara que refuerce la imagen de la fundación y facilite la conexión con diferentes públicos.</p> <p>2. Creación de espacios de interacción con la comunidad: Implementar foros, encuestas o espacios de diálogo para mejorar la participación y recibir retroalimentación de los beneficiarios.</p> <p>3. Optimización del uso de plataformas digitales: Aprovechar mejores herramientas como WhatsApp, TikTok o LinkedIn para diversificar la audiencia y el impacto.</p> <p>4. Fortalecimiento</p>	<p>1.Falta de una narrativa clara y unificada: La fundación trabaja en diferentes frentes (vivienda, educación, nutrición), lo que puede generar dificultades para consolidar un mensaje central claro y atractivo para su audiencia.</p> <p>2. Baja interacción con la comunidad beneficiaria: Puede haber desafíos en la recolección de testimonios y retroalimentación por parte de las comunidades, lo que limita la comunicación bidireccional.</p> <p>3. Dificultad para adaptar el mensaje a diferentes plataformas: La estrategia comunicacional puede no estar optimizada para cada medio (redes sociales, medios tradicionales, contacto directo</p>
---	---	--	---	--

Luisa de Moreno Internacional, mediante la entrega de kits de aseo y escolares, beneficiando a numerosas familias en municipios como Soacha y Mosquera.

de la comunicación interna: Mejorar los canales de información dentro de la organización para garantizar que todos los miembros tengan claridad sobre los mensajes y estrategias.

con beneficiarios).

5. Innovación en formatos de contenido: Explorar narrativas visuales, storytelling, documentales cortos o testimonios en video para conectar mejor con el público y generar mayor empatía.

OSP 3
Fundación
Arcángeles.

La Fundación Arcángeles es una organización colombiana que, desde hace más de 17 años, se dedica a promover la inclusión social de personas con discapacidad. Su misión es reconocer la diversidad y empoderar a estas personas a través de la rehabilitación y

1. Interés de conocimiento mutuo: La fundación trabaja en la inclusión social de personas con discapacidad, lo que requiere estrategias de comunicación efectivas para sensibilizar a la sociedad y generar cambios en políticas y prácticas inclusivas. lo

1. Fortalecimiento del storytelling y testimonios: Compartir más historias de vida de personas beneficiadas por la fundación puede generar mayor empatía y conciencia social, ayudando a fortalecer su impacto comunicacional.
2. Optimización de estrategias digitales:

1. Falta de sensibilización masiva: Aunque la fundación trabaja activamente en inclusión, aún persisten barreras sociales y desconocimiento sobre la discapacidad. Su mensaje puede no estar llegando con suficiente impacto a ciertos sectores de la sociedad.

<p>el deporte, fomentando su inclusión económica, social y laboral. Acciones relevantes que desarrolla:</p> <p>1. Rehabilitación integral: Ofrece programas de habilitación y rehabilitación integral, dirigidos por un equipo interdisciplinario, con el objetivo de promover la independencia y autonomía de sus usuarios en diversos ámbitos del desarrollo humano.</p> <p>2. Iniciativas de desarrollo social: Diseña e implementa proyectos que generan oportunidades para diferentes grupos poblacionales, con énfasis en personas con discapacidad, abarcando áreas como el deporte, la rehabilitación, la generación de ingresos y la participación comunitaria.</p> <p>3. Gestión del</p>	<p>cual puedo aportar conocimientos en comunicación y, a su vez, aprender sobre las dinámicas y necesidades de este sector.</p> <p>2. Organización social con propósito claro: Arcángeles es una fundación legalmente constituida con un impacto social tangible. Su trabajo en rehabilitación, inclusión económica y social, y comunicación para el cambio social la convierte en una organización relevante para el estudio de redes y estrategias comunicacionales.</p> <p>3. Compromiso con el cambio social: La fundación busca transformar la percepción y las oportunidades de las personas con discapacidad a través de la educación, el deporte y la comunicación.</p>	<p>Explorar nuevos formatos como TikTok, podcasts, o transmisiones en vivo puede ampliar su alcance y conectar mejor con el público joven.</p> <p>3. Mayor colaboración con medios de comunicación: Aliarse con medios tradicionales y digitales para difundir su mensaje ayudaría a visibilizar su labor y atraer más apoyo institucional.</p> <p>4. Campañas educativas interactivas: Implementar cursos, webinars o dinámicas en redes sociales sobre inclusión y accesibilidad ayudaría a posicionar a Arcángeles como un referente en educación sobre discapacidad.</p> <p>5. Segmentación más efectiva de mensajes: Crear estrategias diferenciadas para cada grupo objetivo</p>	<p>2. Dificultad en la segmentación del público: La comunicación de la fundación debe llegar a diferentes audiencias (personas con discapacidad, empresas, instituciones educativas y el público general), lo que puede dificultar la creación de mensajes específicos y efectivos para cada grupo.</p> <p>3. Baja interacción en medios digitales: Si bien Arcángeles usa redes sociales y otros canales digitales, puede haber desafíos en la generación de contenido que fomente mayor participación y engagement del público.</p> <p>4. Falta de una estrategia comunicacional diferenciada para aliados y donantes: La comunicación con voluntarios, empresas y donantes puede</p>
--	---	--	---

	<p>conocimiento: Contribuye al desarrollo de saberes mediante metodologías como la educación experiencial y la toma de decisiones basadas en evidencia, ofreciendo escenarios de práctica para estudiantes de educación superior y sistematizando conocimientos relacionados con sus servicios e iniciativas.</p>	<p>Su auto-reconocimiento como agente de cambio social es evidente en sus programas y proyectos.</p>	<p>(beneficiarios, empresas, donantes y aliados) facilitarían la comunicación y permitirían fortalecer su impacto y sostenibilidad.</p>	<p>no estar suficientemente estructurada para incentivar una mayor participación y colaboración a largo plazo.</p>
<p>OSP 4 Trabajando por amor.</p>	<p>La Fundación Trabajando Por Amor es una organización sin ánimo de lucro dedicada a mejorar la calidad de vida de comunidades vulnerables en Colombia. Su objetivo principal es brindar apoyo integral en áreas como educación, salud, alimentación y desarrollo social. Entre las acciones relevantes que desarrolla se</p>	<p>1. Acercamiento con interés de conocimiento mutuo La fundación tiene una misión clara de mejorar la calidad de vida de comunidades vulnerables, lo que permite un intercambio de conocimientos significativo. 2. Compromiso mutuo en el proceso La Fundación Trabajando Por Amor ya tiene proyectos consolidados en áreas como</p>	<p>1. Presencia en Redes Sociales Incrementar la Frecuencia de Publicaciones: Establecer un calendario de contenido regular para mantener a la audiencia comprometida y atraer nuevos seguidores. Diversificar el Contenido: Incorporar diferentes formatos como videos, infografías y testimonios para mostrar el impacto de sus</p>	<p>Falta de posicionamiento en medios masivos: La fundación no tiene una fuerte presencia en prensa, radio o TV, lo que limita su alcance. Dificultad para captar nuevos aliados: La información en su página web y redes sociales no enfatiza lo suficiente cómo empresas o personas pueden colaborar. En redes sociales tienen</p>

<p>encuentran programas educativos para niños y jóvenes, iniciativas de promoción de la salud, distribución de alimentos a familias necesitadas y proyectos de empoderamiento comunitario para fomentar el desarrollo sostenible.</p>	<p>educación, salud y alimentación, por lo que es un espacio ideal para diseñar estrategias de comunicación que impulsen su impacto. 3. Es una organización con impacto social Aunque puede no ser una red formal en términos de estructura, sí funciona como una red de apoyo que articula esfuerzos de voluntarios, aliados y comunidades.</p>	<p>programas y actividades. 2. Comunicación Externa Boletines Informativos: Implementar un newsletter mensual para mantener informados a donantes, voluntarios y aliados sobre las actividades y necesidades de la fundación. Alianzas Estratégicas: Fortalecer relaciones con medios de comunicación locales para obtener mayor cobertura de sus iniciativas y eventos.</p>	<p>Interacción limitada con la audiencia: Se nota una falta de respuestas a comentarios y mensajes directos, lo que puede afectar el engagement.</p>
---	--	--	--

Fuente. Elaboración propia con base en la información recolectada en las organizaciones.

Justificación de la Escogencia de la OSP

La elección de la Fundación "Trabajando por Amor" como objeto de estudio responde a su impacto en el desarrollo social y a su estructura organizativa basada en la colaboración y la comunicación horizontal. Esta OSP se distingue por su enfoque integral en la educación, salud, alimentación y formación tecnológica de niños y jóvenes en comunidades vulnerables, lo que la convierte en un escenario ideal para analizar el papel de la comunicación en la transformación social. Uno de los aspectos clave de esta fundación es su modelo organizativo, el cual fomenta la participación equitativa de sus miembros y beneficiarios. La comunicación horizontal dentro de

la fundación permite que voluntarios, practicantes y aliados externos colaboren en igualdad de condiciones, asegurando una toma de decisiones más democrática y una mayor cohesión en el equipo. Como menciona Morin (2006), las redes de comunicación horizontal facilitan la integración de diversas perspectivas, lo que fortalece el trabajo en comunidad y la implementación de proyectos con un enfoque participativo.

Además, la fundación enfrenta retos comunicacionales que representan una oportunidad para aplicar metodologías de investigación-acción. Su necesidad de mejorar la difusión de sus actividades, fidelizar donantes y optimizar la coordinación interna puede ser abordada mediante estrategias de comunicación participativa, que permitan ampliar su impacto social. Como señala Castells (2009), las organizaciones que fomentan redes de comunicación abiertas y participativas logran un mayor nivel de compromiso y efectividad en la ejecución de sus proyectos.

Desde una perspectiva académica y profesional, trabajar con la Fundación "Trabajando por Amor" ofrece un entorno ideal para aplicar conocimientos en comunicación organizacional, análisis de redes sociales y estrategias de difusión. La posibilidad de diseñar e implementar herramientas innovadoras, como plataformas digitales y metodologías de enseñanza tecnológica, no solo fortalecerá la labor de la fundación, sino que permitirá generar aprendizajes valiosos sobre el impacto de la comunicación en la educación y el desarrollo comunitario.

Finalmente, la elección de esta fundación responde a la motivación personal de contribuir a la mejora de la calidad de vida de niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad. A través del diplomado, se podrá aportar en la optimización de su estrategia comunicacional, consolidando sus redes de apoyo y diseñando propuestas innovadoras que potencien su alcance. De esta manera, la Fundación "Trabajando por Amor" se convierte en un caso de estudio significativo

para analizar cómo la comunicación horizontal puede ser una herramienta clave en la transformación social.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha Descriptiva

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	La Fundación " <i>Trabajando por Amor</i> " brinda apoyo integral a comunidades vulnerables en educación, salud, alimentación y desarrollo social. Desarrolla programas de formación académica, deportiva y tecnológica para niños y jóvenes, promoviendo valores y principios. Además, ofrece actividades recreativas, talleres y orientación para prevenir problemáticas sociales como la delincuencia y el consumo de sustancias psicoactivas.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar educación formal y formación para la vida a niños y jóvenes. • Desarrollar habilidades académicas, deportivas y tecnológicas. • Fomentar valores, principios y espiritualidad como base del desarrollo personal. • Prevenir problemáticas sociales como drogas, delincuencia y deserción escolar. • Crear espacios seguros de recreación y aprendizaje. • Implementar herramientas innovadoras como robótica y pensamiento computacional para potenciar el conocimiento.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	Equipo base: reuniones todos los martes para planificación y gestión. Voluntarios: reuniones quincenales para organización de actividades. Actividades con beneficiarios: encuentros semanales, principalmente los sábados, para desarrollo de programas educativos y recreativos. Practicantes: seguimiento y reuniones de coordinación según necesidades de proyectos en curso.
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	Equipo base: 10 personas (9 voluntarios y 1 contratado). Director y fundador: con otro empleo, pero lidera las estrategias de la fundación. Voluntarios: desempeñan roles administrativos, operativos y educativos. Practicantes: principalmente de ingeniería de sistemas, apoyan en la implementación de herramientas tecnológicas. Aliados externos: empresas y donantes que contribuyen con recursos financieros, materiales y asesoría.
Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial).	Equipo principal: 10 integrantes. Voluntarios externos: participan en actividades específicas. Cobertura: comunidades vulnerables de la región, con impacto directo en decenas de niños y jóvenes.
Forma de organización, estructura, equipos,	Dirección general: a cargo del fundador. Equipos de trabajo:

comités, cargos.

- Administrativo: planificación y gestión de recursos.
- Voluntariado: organización de actividades y trabajo directo con beneficiarios.
- Practicantes: apoyo tecnológico y educativo.

Comités específicos:

- Comité de voluntariado: gestión y formación de voluntarios.
- Comité de comunicación: estrategias de difusión y fidelización de aliados.

Mentoría externa: un mentor empresarial brinda orientación estratégica para la sostenibilidad de la organización.

Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.

Relación cercana y colaborativa entre equipo base, voluntarios y beneficiarios.

Formación personal y profesional de niños y jóvenes mediante acompañamiento continuo.

Espacios de integración y fortalecimiento del sentido de pertenencia entre los miembros de la fundación.

Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.

Interna: reuniones de planificación, ejecución de actividades, capacitaciones para voluntarios.

Externa: participación de voluntarios externos, alianzas con empresas y programas de responsabilidad social.

Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.

Reuniones semanales del equipo base para toma de decisiones.

Comunicación con voluntarios y practicantes a través de reuniones quincenales, correo electrónico y grupos de mensajería instantánea.

Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.

Uso de redes sociales para difusión de actividades y captación de apoyo.

Contacto con empresas y aliados mediante reuniones y presentaciones formales.

Estrategias de fidelización de donantes a través de reportes de impacto y agradecimientos personalizados.

Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.

Implementación de un sistema de gestión de proyectos para mejorar la organización interna.

Expansión de programas educativos y deportivos con mayor alcance territorial.

Aumento de recursos financieros mediante estrategias de recaudación y alianzas.

Contratación de personal para fortalecer la estructura operativa.

Logros de proyectos exitosos.

Creación de programas educativos, deportivos y tecnológicos adaptados a las necesidades de la comunidad.

Formación de niños y jóvenes en robótica y pensamiento computacional para mejorar sus oportunidades académicas.

Apoyo a beneficiarios en la continuidad de estudios técnicos y profesionales.

Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.

Falta de recursos financieros para ampliar el impacto y mejorar la infraestructura.

Necesidad de más personal y voluntarios para la ejecución de actividades.

Otros aspectos para comentar.	Retos en la gestión y organización del voluntariado, asegurando compromiso a largo plazo. Desarrollo de un programa de robótica y pensamiento computacional para estimular el aprendizaje tecnológico. Creación de espacios de recreación con videojuegos y deportes, promoviendo el uso responsable de la tecnología. Búsqueda de nuevas estrategias para garantizar la sostenibilidad de la fundación a largo plazo.
-------------------------------	---

Fuente. Elaboración propia con base en la información recolectada en la entrevista

Informe de Identificación

La Organización de Sociedad Civil (OSP) seleccionada para este análisis es la Fundación "Trabajando por Amor", cuyo enfoque principal es brindar apoyo integral a comunidades vulnerables a través de la educación, salud, alimentación y desarrollo social. Esta fundación ha sido elegida debido a su estructura organizativa basada en la colaboración y participación horizontal, lo que favorece un trabajo en red efectivo con voluntarios, beneficiarios y aliados externos.

Como señala Beltrán (1981): “la comunicación horizontal se basa en la participación activa de los sujetos, permitiendo el intercambio de ideas y el diálogo en igualdad de condiciones, en contraposición a los modelos verticales donde la información fluye de manera unidireccional”. (p. 13). Esta característica permite que la OSP fomente un ambiente inclusivo y participativo, donde todos los actores tienen voz y pueden incidir en la toma de decisiones.

La Fundación "Trabajando por Amor" presenta una estructura organizativa con interacciones fluidas y una participación equitativa entre sus actores. Las siguientes características evidencian la horizontalidad en su red de trabajo:

Vínculos sociales colaborativos: Los miembros de la organización, desde el fundador hasta los voluntarios, interactúan de manera cercana y coordinada, fomentando un ambiente de participación activa.

Toma de decisiones compartida: Las reuniones semanales del equipo base y quincenales de voluntarios garantizan la inclusión de distintas perspectivas y evitan estructuras jerárquicas inflexibles.

Participación en actividades: Beneficiarios, practicantes y voluntarios interactúan en la planificación y ejecución de actividades, asegurando una interacción directa con la comunidad.

Uso de tecnología para la comunicación interna y externa: La fundación emplea reuniones presenciales y digitales, correo electrónico, grupos de mensajería y redes sociales para mantener la coordinación y difusión de información.

Tal como indica Beltrán (1981): “para que la comunicación cumpla un rol verdaderamente democratizador, es necesario que los emisores y receptores compartan el mismo nivel de influencia en los procesos comunicativos, evitando la imposición de discursos dominantes”. (p. 21). En este sentido, la Fundación "Trabajando por Amor" promueve un modelo en el que cada actor tiene la posibilidad de contribuir y ser escuchado, reforzando la comunicación horizontal y la equidad en la gestión organizacional.

Desde el enfoque de la Investigación-Acción (IA), la fundación se convierte en un espacio ideal para el análisis y aplicación de estrategias de desarrollo comunitario. Los siguientes aspectos serán abordados:

Identificación de necesidades: Evaluación de los desafíos que enfrenta la fundación en su gestión y expansión.

Optimización de prácticas: Aplicación de metodologías de IA para mejorar los procesos de coordinación y participación en la organización.

Implementación de herramientas tecnológicas: Uso de sistemas de gestión de proyectos y capacitación en pensamiento computacional y robótica.

Fortalecimiento del trabajo en red: Generación de estrategias para fortalecer alianzas con empresas y donantes.

Posibilidades:

- Mejorar la organización interna mediante la implementación de tecnologías de gestión.
- Aumentar la participación y compromiso de voluntarios a través de estrategias motivacionales.
- Fortalecer la red de apoyo y alianzas estratégicas con empresas y donantes.
- Ampliar el impacto social al expandir los programas de formación tecnológica y deportiva.

Limitaciones:

- Escasez de recursos financieros, lo que puede dificultar la implementación de nuevas estrategias.
- Falta de personal especializado para la gestión de proyectos tecnológicos.
- Dificultades en la retención de voluntarios, lo que podría afectar la sostenibilidad de los programas.
- Desafíos en la comunicación externa, especialmente en la fidelización de donantes y aliados.

La Fundación "Trabajando por Amor" representa un caso ideal para analizar el impacto de la comunicación horizontal en las redes de trabajo dentro de una OSP. A través del proceso de Investigación-Acción, se podrán proponer estrategias innovadoras para mejorar la gestión interna, fortalecer la red de apoyo y ampliar su impacto social.

Sin embargo, el éxito del proceso dependerá de la capacidad de la fundación para superar las limitaciones identificadas y consolidar su estructura organizativa para el crecimiento sostenible a largo plazo. Además, esta investigación permitirá comprender cómo la horizontalidad en la comunicación fortalece la integración de los distintos actores de la OSP, promoviendo una mayor cohesión y compromiso dentro de la comunidad.

Por último, este estudio no solo beneficiará a la fundación, sino que también aportará conocimientos valiosos sobre la importancia de la comunicación participativa en el desarrollo social, sirviendo como referente para futuras investigaciones y proyectos en el ámbito de la gestión organizacional y el trabajo comunitario.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

OSP: Trabajando por amor	Actividad: Entrega de mercados	Fecha: 16 de marzo 2025
Hora inicio: 10 am	Hora finalización: 12:00pm	Lugar: El codito
Participantes: Fundación	Investigador: Alieson Martinez	
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
<p>En la jornada de entrega de alimentos organizada por la fundación. Desde temprano, un grupo de voluntarios se reunieron para organizar los paquetes de alimentos. Llegaron varias familias, algunas con niños pequeños y adultos mayores.</p> <p>La mayoría de las personas se mostraban agradecidas, pero también se notaba la preocupación en sus rostros. Algunos compartieron brevemente sus historias, mencionando las dificultades que enfrentan en su día a día.</p> <p>La entrega se realizó de manera ordenada, pero en ciertos momentos se evidenció la angustia de algunas personas que temían no alcanzar un paquete. A pesar del esfuerzo de la fundación, la demanda supera la cantidad de ayudas disponibles.</p> <p>Estaba un equipo de aproximadamente 10 voluntarios organizando y entregando los alimentos.</p>	<p>Esta experiencia evidencia la vulnerabilidad de muchas familias que dependen de este tipo de ayudas para su sustento. Se puede notar que, aunque la fundación hace un gran esfuerzo, los recursos no siempre son suficientes.</p> <p>Desde una perspectiva comunicacional, no se realizó una reunión con los voluntarios previamente y esto es un punto que se debe mejorar ya que la manera en que se transmite la información sobre estas actividades es clave. Es necesario generar estrategias que no solo ayuden a conseguir más apoyo, sino que también sensibilicen a la sociedad sobre la realidad que viven estas familias.</p> <p>Asimismo, no se publicó previamente en las redes sociales esta actividad, la fundación podría aumentar su visibilidad, generar conciencia y movilizar a más personas a colaborar. El impacto de una campaña bien estructurada en redes podría traducirse en mayores donaciones y apoyo voluntario.</p>	<p>Fue una actividad que reflejó el compromiso de la fundación con las familias de la comunidad, sin embargo, es fundamental que las personas beneficiadas también tengan voz en estas iniciativas. Podríamos mejorar la comunicación participativa, permitiendo que la comunidad exprese sus necesidades y proponga soluciones. La creación de espacios de diálogo podría mejorar la organización de futuras jornadas y optimizar la distribución de recursos.</p> <p>Este tipo de actividades hacen que los voluntarios sientan impotencia al ver la necesidad tan grande y no poder hacer más.</p> <p>Me llevo una profunda reflexión sobre la desigualdad y la importancia de la empatía. Como futuro comunicador, siento el deber de visibilizar estas realidades y contribuir a que más personas se sumen a este tipo de iniciativas.</p>

Fuente. Elaboración propia con base en la observación participante de la a la OSP.

Informe Sociopráxico

La Fundación "Trabajando por Amor" desempeña un papel fundamental en el apoyo a comunidades vulnerables a través de la educación, salud, alimentación y desarrollo social. Su labor se centra en programas académicos, deportivos y tecnológicos dirigidos a niños y jóvenes, promoviendo valores y previniendo problemáticas como la delincuencia y el consumo de drogas.

Durante la fase de recolección de información, se evidenció la importancia de la socio praxis en la interacción entre voluntarios, beneficiarios y actores externos. La horizontalidad en la red de trabajo permitió que las voces de diferentes participantes fueran escuchadas, generando una dinámica participativa que fortalece la comunidad. (Villasante, 2010) afirma que:

La jornada de entrega de alimentos reflejó la vulnerabilidad de muchas familias y la importancia del trabajo voluntario. A pesar del esfuerzo del equipo, la demanda superó la oferta, generando preocupación entre los beneficiarios. La falta de planificación previa y la escasa difusión en redes sociales limitaron el impacto de la actividad, resaltando la necesidad de mejorar la comunicación y la participación de la comunidad en la organización.

Desde una perspectiva emocional, la jornada dejó una mezcla de satisfacción e impotencia entre los participantes. La gratitud de las familias beneficiadas contrastó con la frustración de no poder atender a todos los necesitados. Esta experiencia reafirma el compromiso de seguir visibilizando estas realidades y fortalecer la participación comunitaria como eje central del desarrollo social.

La organización opera con un equipo base de 10 personas, voluntarios y practicantes que colaboran en actividades semanales y reuniones de planificación. Su estructura horizontal facilita la toma de decisiones compartida y la interacción cercana entre todos los actores. Sin embargo,

enfrenta desafíos como la falta de recursos, la necesidad de fortalecer la gestión del voluntariado y mejorar la comunicación externa para ampliar su impacto.

Desde un enfoque de Investigación-Acción, la fundación busca optimizar sus procesos organizativos mediante herramientas tecnológicas, alianzas estratégicas y estrategias de comunicación más efectivas, con el objetivo de consolidar su labor y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

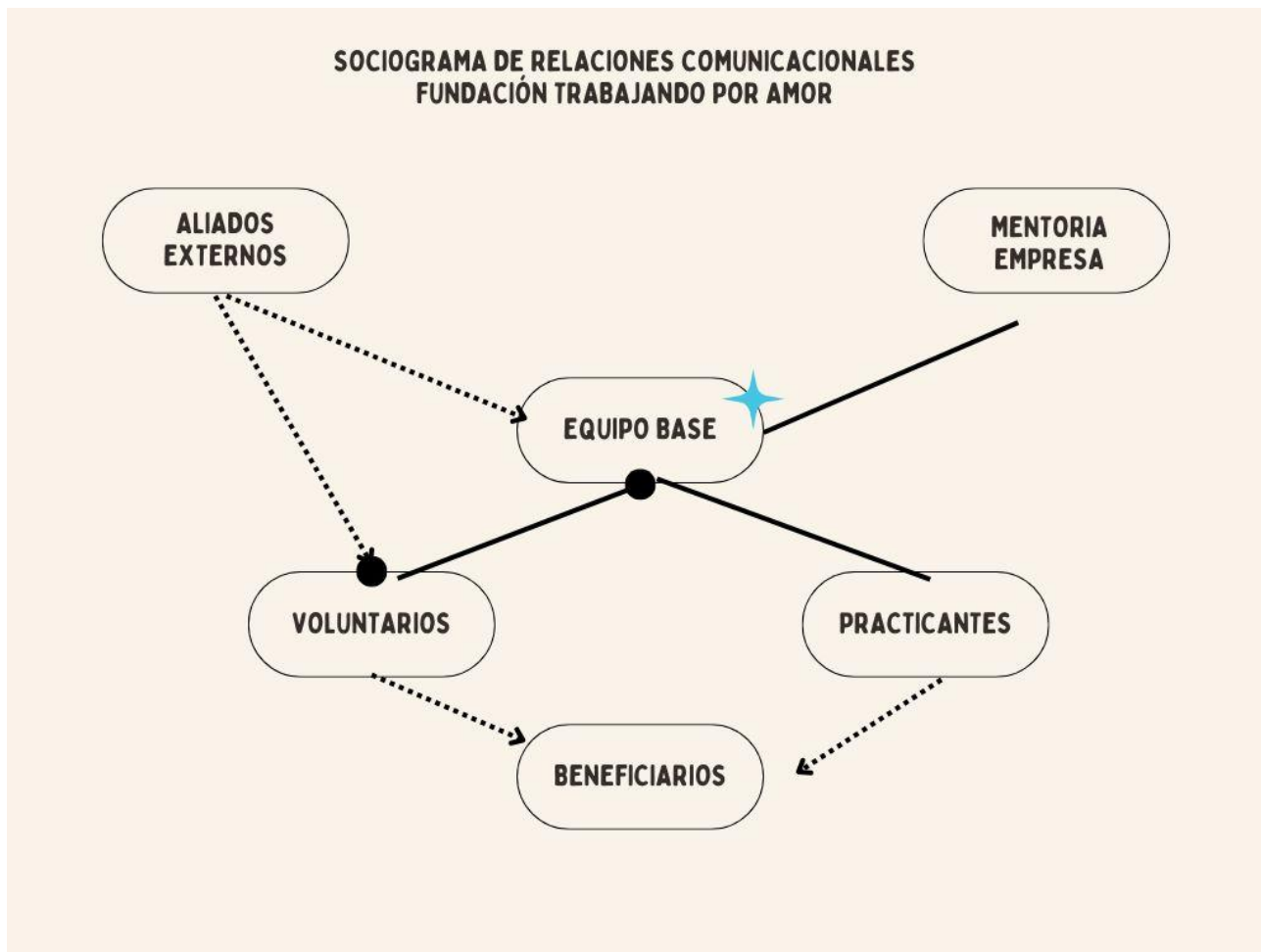
Las redes sociales juegan un rol clave en la cohesión y el desarrollo de las comunidades, ya que facilitan la interacción, el fortalecimiento de vínculos de apoyo y la integración social. Como señala Gallego (2011): “las redes sociales han sido facilitadoras de interacción social en los procesos de desarrollo humano, gracias a la comunicación y relación entre individuos”. (p. 114). En este sentido, la fundación realiza reuniones semanales con sus integrantes, lo que contribuye al fortalecimiento de sus relaciones y a un avance constante en sus actividades. Sin embargo, es necesario mejorar la comunicación con la comunidad, ya que este aspecto es igualmente fundamental. A través de una interacción más efectiva, se podrían identificar con mayor precisión las necesidades de la población y desarrollar planes de acción alineados con sus demandas específicas.

Asimismo, la fundación enfrenta una problemática en su uso limitado de redes sociales, lo que reduce su alcance e impacto en la comunidad. Aunque cuentan con plataformas digitales, su utilización es esporádica y carece de una planificación estratégica, lo que dificulta la difusión de su labor y la captación de apoyo. Además, la ausencia de campañas de comunicación estructuradas impide sensibilizar a la sociedad y atraer más voluntarios y donantes. Optimizar el uso de estas herramientas permitiría fortalecer su presencia digital y generar un mayor compromiso con su causa.

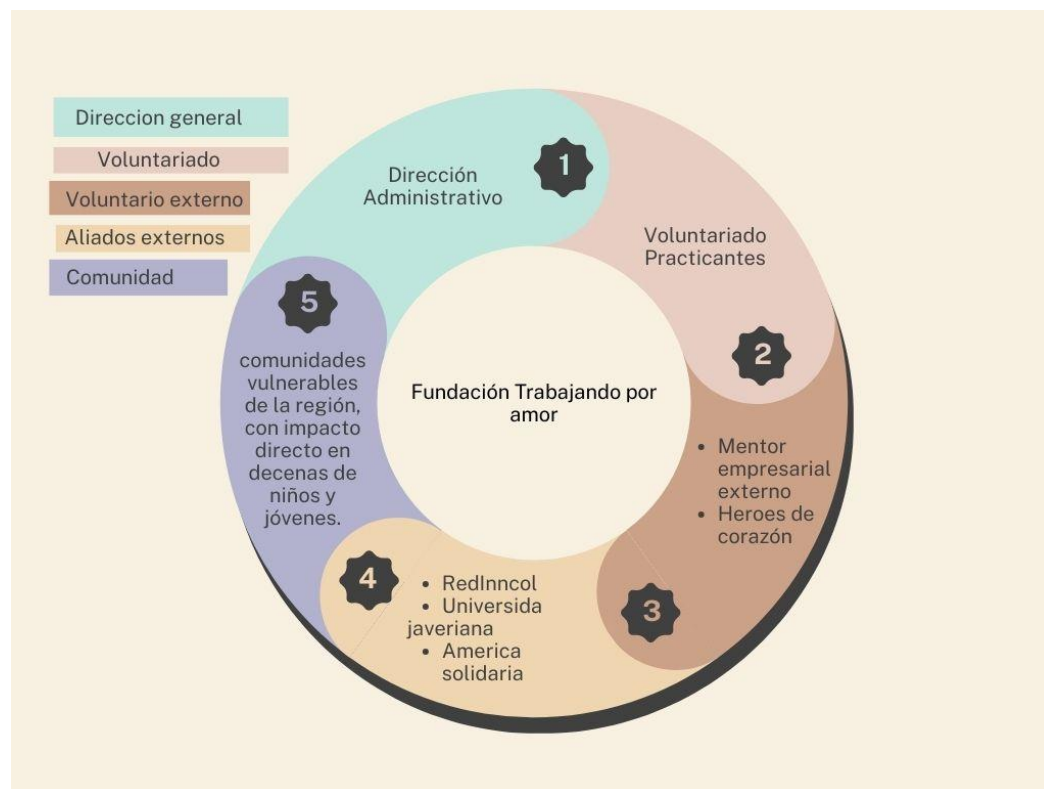
La experiencia socio práctica en la fase de recolección de información permitió evidenciar tanto los logros como los desafíos de la Fundación "Trabajando por Amor". Si bien su estructura organizativa y el compromiso de sus integrantes han generado un impacto positivo en la comunidad, aún existen áreas de mejora, especialmente en la planificación estratégica de la comunicación y el uso de herramientas digitales. Fortalecer la interacción con la comunidad y optimizar la difusión de sus iniciativas a través de redes sociales no solo ampliará su alcance, sino que también fomentará una mayor participación y sostenibilidad a largo plazo. Esto reafirma la importancia de la comunicación como un pilar esencial para el desarrollo social y la transformación comunitaria.

Construcción

Figura 1

Sociograma

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

Figura 2*Conjuntos de Acción*

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

Tabla 4*Matriz de Posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Dirección administrativa	X			
Voluntariado/ Practicantes	X			
Mentor empresarial externo/ Heroes de corazón		X		
RedInncol, Universidad Javeriana, América Solidaria		X		
comunidades vulnerables de la región, con impacto directo en decenas de niños y jóvenes.	X			

Fuente. Elaboración propia con base en la investigación realizada.

Tabla 5*Matriz Comparativa*

OSP	Trabajando por amor	OSP 1 Colombianitos	OSP 2 Juventud Lider	OSP 3 Fundación UVA
Fines u objetivos (Misión y Visión)	Misión: Apoyar de manera Integral la Educación y Formación de niños, adolescentes y jóvenes de escasos recursos en Colombia. Visión: Generar transformación social, mejorando la calidad de vida de los más vulnerables en Colombia.	Misión: Cambiar el futuro de Colombia invirtiendo en los niños. Visión: Mejorar la calidad de vida de los niños, jóvenes y sus comunidades mediante el deporte, el juego, la recreación, la educación y la salud.	Misión: Ayudar a jóvenes que viven por debajo del umbral de pobreza, brindándoles una oportunidad mediante la educación y el deporte. Visión: no específica	Misión: Apoyar a la comunidad en la consecución de sus objetivos, utilizando la experiencia en el mercado, personal altamente calificado y un gran compromiso con el medio ambiente. Visión: Ser la fundación colombiana con mayor crecimiento al 2025, destacándose por la calidad del personal profesional y humano, caracterizado por el buen servicio y excelente ejecución de proyectos sostenibles y compromisos con la comunidad colombiana.
Localización	Bogotá, Choco, Guajira	La fundación opera en 17 municipios de Colombia, tanto en zonas urbanas como rurales, donde hay mayor	Sede principal en Cúcuta, con presencia en La Gabarra (Tibú, Norte de Santander), Nueva Venecia	Bogotá, Colombia

		vulnerabilidad.	(Magdalena), Cartagena (Bolívar) y Houston (Estados Unidos).	
Miembros	10	Cuenta con un equipo de trabajo dedicado y una junta directiva que supervisa las operaciones y estrategias de la organización.	No especifica	No especifica
Proyectos desarrollados	<p>-Aulas educativas</p> <p>-Formación para la vida se centran en promover y enseñar educación complementaria.</p> <p>-Operación feliz navidad, se reparten juguetes a los niños</p>	<p>Goles para una Vida Mejor: Bogotá, utiliza el fútbol para promover la convivencia pacífica y la construcción de paz.</p> <p>Currículo en Sostenibilidad Ambiental y Calidad de Vida: colaboración con la UNESCO, busca formar a las comunidades en sostenibilidad ambiental.</p>	<p>Pases de Ilusión: Programa educativo a través del deporte que busca enseñar valores fundamentales como trabajo en equipo.</p> <p>Plan Padrino: Consiste en el patrocinio directo de niños y jóvenes deportistas de escasos recursos</p>	<p>Educativo: Impulso de la educación a distancia y virtual, desarrollo del liderazgo y formación integral.</p> <p>Salud: Capacitaciones y jornadas de salud, promoción de la salud sexual y reproductiva.</p>
Aliados	RedInncol, Universidad Javeriana, América Solidaria	La fundación ha colaborado con entidades como la UNESCO, FIFA Foundation, Laureus Sport for Good, Bancolombia, Coca Cola y Ecopetrol.	Ha establecido colaboraciones con organizaciones como Games4Good y la Universidad Simón Bolívar de Cúcuta.	No especifica
Antigüedad Descripción de sus redes sociales	11 años Comparten información sobre sus	24 años La fundación mantiene una presencia activa	9 años La fundación utiliza plataformas como	7 años La fundación está presente en plataformas como

	proyectos, eventos y oportunidades de voluntariado. La página cuenta con más de 1,700 seguidores y ha sido utilizada para transmitir en vivo actividades de la fundación. , a fundación busca mantener informada a la comunidad sobre sus actividades y fomentar la participación de voluntarios y colaboradores en sus programas.	en plataformas digitales, compartiendo noticias, proyectos y testimonios de beneficiarios, aunque no se especifican los enlaces en la información proporcionada.	Facebook e Instagram para compartir información sobre sus proyectos, convocatorias y noticias relevantes, fomentando la participación y el apoyo de la comunidad.	Facebook, Twitter e Instagram, utilizadas para compartir información sobre sus proyectos y actividades
Tipo de comunidad ética	Las acciones y valores que promueve la fundación reflejan un compromiso con una comunidad ética basada en la justicia social y la solidaridad, con un enfoque centrado en la fe cristiana y la enseñanza de los valores que esta representa	Se centra en la justicia social y la solidaridad, enfocándose en mejorar las condiciones de vida de poblaciones vulnerables a través del deporte y la educación.	Se centra en la justicia social y la solidaridad, enfocándose en mejorar las condiciones de vida de poblaciones vulnerables a través de la educación y el deporte.	Se centra en la justicia social y la solidaridad, enfocándose en mejorar las condiciones de vida de poblaciones vulnerables a través de diversos programas y proyectos.
Fuentes	https://www.trabajandoporamor.org/impacto	https://www.colombianitos.org/	https://www.fundacionjuventudlider.org/?utm_source=chatgpt.com	https://fundacionuva.com/?utm_source=chatgpt.com#inicio

Fuente. Elaboración propia con base en la investigación realizada.

Informe de Investigación

La Fundación Trabajando por Amor es una Organización Social Participativa (OSP) que opera como una red articulada de relaciones entre diversos actores comprometidos con el servicio social y guiados por una profunda convicción cristiana. Esta red está compuesta por un equipo base de 10 personas, voluntarios, practicantes universitarios, aliados institucionales — entre ellos RedInncol, la Universidad Javeriana y América Solidaria—, así como por comunidades beneficiarias ubicadas en regiones vulnerables del país como Bogotá, Chocó y La Guajira. En este entramado de colaboración, el compromiso ético y la solidaridad actúan como principios fundantes, fortaleciendo la cohesión y el propósito común de transformación social. Tal como afirma López (2019): “el compromiso ético y la solidaridad son pilares en la construcción de comunidades resilientes y sostenibles”. (p. 88), una premisa que se refleja en cada acción desarrollada por la fundación.

Las motivaciones que vinculan a estos actores giran en torno a principios como la justicia social, la solidaridad y la transformación de vidas, a través de estrategias centradas en la educación, el acompañamiento integral y la promoción de valores humanos y espirituales.

La labor de la fundación se estructura en torno a tres ejes fundamentales:

La educación como herramienta de cambio social.

La espiritualidad como base para la formación integral.

La inclusión de tecnologías, como la robótica, para ampliar las oportunidades de desarrollo en comunidades con acceso limitado.

La colaboración armónica entre los diferentes actores ha sido un pilar esencial para el sostenimiento y crecimiento de la fundación. La participación voluntaria ha demostrado ser una expresión de compromiso colectivo. No obstante, también se presentan desafíos operativos, tales

como la escasez de recursos y las dificultades para sostener el compromiso permanente de los voluntarios, lo que puede derivar en desgaste organizacional y emocional. Como señala Giménez (2010): “las organizaciones del tercer sector están atravesadas por tensiones entre el entusiasmo voluntario y la necesidad de estructuras organizativas estables”. (p. 112), un equilibrio que la fundación busca mantener día a día.

Las relaciones al interior de la Fundación Trabajando por Amor se distinguen por una notable densidad de socialidad, reflejada en la cercanía afectiva entre sus miembros, la comunicación directa y el acompañamiento constante en las labores cotidianas. Este entramado humano se sostiene sobre la base de la confianza mutua, una espiritualidad compartida y un compromiso genuino con el servicio. En este contexto, la comunicación efectiva se vuelve un pilar esencial para el funcionamiento de la organización, ya que permite alinear propósitos, resolver tensiones y mantener la cohesión del grupo. Tal como señalan Pérez y Gómez (2020): “la comunicación efectiva en las organizaciones sociales es fundamental para coordinar acciones y alcanzar objetivos comunes”. (p. 45), afirmación que se evidencia plenamente en el modo en que esta fundación articula sus esfuerzos para lograr un impacto transformador en las comunidades que acompaña.

El voluntariado, en este contexto, se vive como una experiencia de comunión y construcción colectiva. El sentido de pertenencia se fortalece mediante la participación activa, el reconocimiento de cada aporte individual y la valorización del trabajo en equipo.

En términos de comunicación interna, la Fundación promueve una dinámica horizontal y participativa a través de:

Reuniones semanales del equipo base, donde se propicia el diálogo y la toma de decisiones compartidas.

Encuentros quincenales con voluntarios, enfocados en la planeación de actividades y el análisis de experiencias.

Espacios con practicantes, orientados a la construcción colaborativa de objetivos educativos y tecnológicos.

En términos de comunicación interna, la Fundación Trabajando por Amor promueve una dinámica horizontal y participativa que se refleja en diversos espacios de encuentro y toma de decisiones. Las reuniones semanales del equipo base permiten el diálogo abierto y la construcción colectiva de estrategias, mientras que los encuentros quincenales con voluntarios se centran en la planeación de actividades y el análisis conjunto de experiencias. Asimismo, los espacios con practicantes universitarios fomentan la co-creación de objetivos educativos y tecnológicos, fortaleciendo el sentido de corresponsabilidad. En coherencia con este modelo, la Fundación reconoce que “los espacios de diálogo deben construirse desde la horizontalidad, reconociendo la diversidad de saberes y promoviendo el respeto mutuo” (Alberich et al., 2009, p. 22), principio que orienta su práctica comunicativa tanto interna como externamente.

Entre las prácticas comunicacionales que favorecen el consenso y la armonía social destacan:

El uso de un lenguaje empático y afectivo entre los participantes.

La espiritualidad como un elemento unificador, especialmente presente en las actividades dirigidas a la niñez.

Estas dinámicas comunicativas permiten gestionar las diferencias de forma constructiva, favoreciendo la cohesión del grupo y la eficacia de las acciones.

Sin embargo, también se identifican algunas barreras comunicativas que generan tensiones, tales como:

La falta de comunicación clara y oportuna entre voluntarios.

La falta de elaboración de informes de impacto y agradecimientos personalizados a los aliados, que fortalecen la confianza y consolidan vínculos de cooperación.

La desigual disponibilidad de tiempo entre los miembros, lo cual puede generar desequilibrios en la distribución del trabajo y las expectativas.

Frente a estas situaciones, se proponen las siguientes recomendaciones para fortalecer la comunicación organizacional:

Implementar un canal digital interno (como una intranet o espacio compartido en Google Workspace) que centralice cronogramas, documentos clave y acuerdos colectivos.

Capacitar al equipo en habilidades de comunicación asertiva y gestión de conflictos.

Establecer espacios mensuales de retroalimentación, tanto emocional como profesional, para compartir aprendizajes y consolidar los lazos internos.

Realizar informes de agradecimientos a los aliados.

Así mismo, para fortalecer la red de la Fundación y su capacidad de impacto, se sugieren las siguientes acciones estratégicas:

Formalizar nuevas alianzas con universidades y empresas que aporten recursos y talento humano con perfiles diversos (comunicación, trabajo social, psicología, entre otros).

Crear un comité de innovación social encargado de diseñar nuevas formas de interacción con las comunidades, como podcasts, talleres híbridos o juegos educativos.

Ampliar la base de voluntariado mediante campañas digitales sostenidas que incluyan testimonios de impacto emocional y casos de éxito.

La Fundación Trabajando por Amor representa un modelo inspirador de cómo la organización comunitaria, el compromiso ético y la comunicación participativa pueden

convertirse en motores de transformación social. A pesar de los desafíos que enfrenta, su fortaleza radica en la red humana que la sostiene. Con mejoras en sus procesos comunicativos y una visión estratégica de crecimiento, la Fundación está en capacidad de seguir ampliando su impacto positivo en beneficio de las poblaciones más vulnerables del país. En efecto, como lo expresa Giménez (2010): “la dimensión comunicativa de las organizaciones sociales no solo debe entenderse como funcional, sino como una práctica que construye sentido y comunidad”. (p. 125).

Proyección

Fundamentos Conceptuales y Contextuales de la Estrategia

Objetivo de la Estrategia Diseñar e implementar una estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional, desde un enfoque de red social, que promueva la participación activa, incremente la eficacia interna y potencie la visibilidad externa de la Fundación Trabajando por Amor, en coherencia con sus principios éticos, espirituales y sociales.

Fundamentos Conceptuales y Contextuales: La Fundación Trabajando por Amor es una organización social participativa que opera como una red de relaciones colaborativas guiadas por valores cristianos, solidaridad y compromiso con la transformación social. Su accionar se concentra en tres ejes: la educación como herramienta de cambio, la espiritualidad como base de formación integral, y la tecnología como oportunidad de desarrollo en contextos vulnerables.

Sin embargo, como lo advierten Costa y Piñeiro (2014), en las estrategias comunicacionales de organizaciones sociales: “es crucial planificar desde una perspectiva multimedia e integrada que considere tanto los flujos internos como la imagen institucional externa”. (p. 143). La Fundación enfrenta retos como la descoordinación entre voluntarios, falta de canales eficientes de información y visibilidad limitada.

Desde un enfoque de comunicación para el desarrollo, la FAO (2004) sostiene que: “la participación activa en la comunicación permite que las comunidades se apropien de los procesos de cambio y fortalezcan su tejido social”. (p. 16). Este principio justifica una estrategia basada en el fortalecimiento de redes colaborativas, donde la comunicación se convierte en motor de cohesión, aprendizaje y acción conjunta.

Villalobos (2012) complementa este enfoque al plantear que "las redes sociales digitales permiten una comunicación descentralizada y horizontal que potencia la ciudadanía activa y el

compromiso social", lo que resulta clave para ampliar el impacto y la legitimidad de la Fundación.

A partir de este marco conceptual, se articulan las siguientes acciones agrupadas en comunicación interna y externa, generando un hilo conductor que responda al contexto actual de la Fundación:

La comunicación interna es un pilar fundamental para fortalecer la interacción, la coordinación y el sentido de pertenencia dentro de la Fundación. Como afirman Costa y Piñero (2014), "la comunicación interna es el cimiento de la cohesión organizativa; sin una gestión estratégica de la información y el reconocimiento, los vínculos se debilitan y la motivación decrece" (p. 143). En este sentido, se propone la implementación de un canal digital institucional mediante Google Workspace, que permita compartir cronogramas, documentos, fotos y reportes de manera organizada, accesible y clara. Esta herramienta también permitirá centralizar la comunicación oficial, evitando la dispersión informativa. Para mejorar el flujo de información entre voluntarios, se sugiere crear grupos de WhatsApp o Telegram organizados por proyectos, los cuales estarán moderados por coordinadores. Además, se designarán responsables de comunicación interna que aseguren una circulación de información actualizada, amigable y participativa. Asimismo, se plantea la creación de espacios de retroalimentación continua, como reuniones mensuales que incluyan tanto aspectos emocionales como de gestión, apoyadas en metodologías participativas tales como lluvias de ideas, encuestas breves y círculos de diálogo.

Finalmente, se reconoce la importancia de fomentar una cultura de gratitud a través de un evento anual de agradecimiento dirigido al equipo base y voluntarios, así como el reconocimiento público de los aportes individuales en redes sociales y en los canales internos de la Fundación. Todo esto contribuirá a una comunicación más humana, efectiva y cohesionadora.

La comunicación externa desempeña un papel esencial en el fortalecimiento de las relaciones entre la Fundación y sus aliados, comunidades beneficiarias y el público en general. En palabras de Villalobos (2012), “en la era digital, las organizaciones sociales deben comunicar no solo lo que hacen, sino lo que significan para las comunidades, generando vínculos emocionales con sus públicos a través de narrativas auténticas y participativas” (p. 49). Por ello, se propone diseñar una estrategia integral para redes sociales que incluya publicaciones semanales sobre actividades, testimonios e historias de impacto, así como la producción de mini videos que reflejen el trabajo comunitario y los valores institucionales. Estas acciones buscan fortalecer la conexión emocional y la visibilidad de la Fundación. A la par, se plantea reconocer y agradecer de forma constante a los aliados estratégicos, mediante cartas personalizadas después de cada donación o colaboración, y a través de espacios públicos que destaquen su apoyo. Además, se busca expandir la red de colaboradores mediante el lanzamiento de una campaña bajo el lema “Únete a la Red que Transforma Vidas”, que motive nuevas alianzas con colectivos universitarios, redes juveniles y programas de voluntariado corporativo. Como parte de esta estrategia, se creará el Programa de Embajadores de Amor, a través del cual voluntarios activos inviten y motiven a nuevos participantes, generando una red de apoyo sólida, comprometida y en constante crecimiento.

Impactos Esperados:

- Estabilidad organizativa y reducción del desgaste voluntario.
- Mayor visibilidad institucional y fortalecimiento de la legitimidad externa.
- Incremento en la circulación horizontal de información y mejora del trabajo colaborativo.

- Expansión de la red social de la Fundación y consolidación de su impacto comunitario.

Esta estrategia integra la perspectiva participativa, la comunicación digital y la lógica de redes colaborativas, en coherencia con el contexto actual y el potencial transformador de la Fundación Trabajando por Amor.

Conclusiones

En este análisis de la Fundación "Trabajando por Amor" permitió evidenciar cómo la comunicación horizontal fortalece el trabajo en red dentro de una Organización de Sociedad Civil (OSC). A través de la entrevista y la Ficha Descriptiva, se identificó que su estructura organizativa fomenta la participación activa de voluntarios, beneficiarios y aliados, permitiendo una toma de decisiones más inclusiva. Asimismo, por medio del Informe de Identificación se logró identificar los principales desafíos que enfrenta la fundación, como la escasez de recursos y la necesidad de mejorar su estrategia comunicativa para ampliar su impacto. En este sentido, es claro que es importante implementar metodologías que optimicen la gestión interna y potencien su sostenibilidad a largo plazo. Finalmente, se concluye que una comunicación efectiva y equitativa es clave para consolidar la labor social de la organización y generar cambios significativos en las comunidades a las que atiende.

Además, mediante el diario de campo, se pudo registrar de manera detallada las dinámicas comunicativas y organizativas dentro de la fundación, permitiendo una observación directa de sus interacciones y procesos internos. Complementariamente, el informe socio-práctico proporcionó un análisis contextualizado de estas dinámicas, vinculándolas con el marco teórico de la comunicación organizacional. Estos elementos enriquecieron el estudio al ofrecer una visión más profunda sobre la realidad operativa de la fundación y sus retos, reafirmando la importancia de la comunicación horizontal en la construcción de redes de trabajo sólidas y efectivas. Asimismo, se destaca la necesidad de fortalecer las prácticas comunicativas mediante herramientas tecnológicas y espacios de formación continua que faciliten una interacción más clara, organizada y empática. La incorporación de estrategias como la retroalimentación emocional, la elaboración de informes de impacto y la implementación de canales digitales

internos, podría mejorar significativamente la cohesión del equipo y el vínculo con aliados externos. Estos esfuerzos no solo optimizarían la gestión interna, sino que también ampliarían el alcance y la sostenibilidad de sus acciones. La experiencia de la Fundación demuestra que una comunicación bien estructurada y afectiva puede ser el motor para superar desafíos operativos y consolidar un modelo organizativo verdaderamente participativo y transformador. La estrategia propuesta para la Fundación "Trabajando por Amor" se centra en fortalecer la comunicación interna y externa mediante el uso de herramientas digitales y la participación activa de todos los miembros. Al mejorar la coordinación y el flujo de información, se busca optimizar el trabajo en equipo y la motivación de los voluntarios. Además, se plantea una mayor visibilidad de la Fundación a través de redes sociales, destacando su impacto social y fortaleciendo relaciones con aliados. Con estas acciones, se espera consolidar un modelo organizativo más eficiente y sostenible.

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.
- Balcázar, F. E. (2003). *Investigación acción participativa (IAP): aspectos conceptuales y dificultades de implementación*. Fundamentos En Humanidades, 7-8, 59–77.
- Beltrán, L. (1979). “*Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal*”. Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35.
- Bernal, C., Navarro, C., & Santoveña, S. (2018). *Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación*. Ediciones Octaedro.
- Chadi de Yorio, M. R. (2007). *Redes sociales en el trabajo social*. Espacio Editorial.
- 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.
- 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.
- Gallego, S. (2016). *Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI*.
- 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).
- López, J. (2013). *Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica*. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD.

López, J., y Salgado, D. (2012). *Criterios para elegir la práctica social organizada como objeto de investigación en el trabajo de grado.*

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

Santos Requena, F. (1989). *El concepto de red social.* Reis: Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 48, 1989, págs.137-152.

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

Villasante, T. R. (2010). *Redes sociales para la investigación participativa.* En: Sociedad Hoy, núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción.

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.

CIMAS - Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible.

(2010). Manual de metodologías participativas.

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

EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales, (2), 129–151.

Noguera Vivo, J. M. (2011). Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online.

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención

Bogotá 25 de febrero 2025

Señores
Fundación Trabajando Por Amor
David Pinilla
Fundador y director
E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es Alieson Martínez identificada con C.C. 1014264964 de Bogotá, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad portas de recibir el título de Comunicador Social.

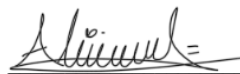
Escogí como trabajo de grado una opción muy interesante que es el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. El Diplomado busca posibilitar que, a través de un trabajo académico e investigativo, el estudiante proponga una acción o acciones de fortalecimiento comunicacional dirigidas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

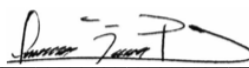
Por lo anteriormente expuesto, solicito comedidamente que me permitan realizar con ustedes este trabajo durante los próximos cuatro 4 meses, en los cuales además de desarrollar el ejercicio investigativo, se buscará que los frutos de esta, sean acciones que fortalezcan y mejoren las dinámicas comunicativas dentro de su organización.

Mil gracias por su atención,

Atentamente,



Alieson Yireth Martinez Moreno.
Cel. 3148577471.
E-mail: aliesonmar.95@gmail.com



Recibe David Pinilla.
Director
Trabajando Por Amor

Apéndice B

Carta de Aprobación

Fundación Trabajando Por Amor
3214582298
dpinilla@trabajandoporamor.org
27 de febrero de 2025

Señores:
Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Autorización para la realización del trabajo académico

Respetados señores,

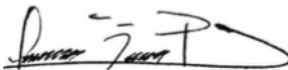
Por medio de la presente, en mi calidad de Director de la fundación Trabajando Por Amor, autorizo a la estudiante Alieson Yireth Martínez Moreno para desarrollar su trabajo académico en nuestra organización, en el marco del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación.

Entendemos que este proceso tiene como objetivo el diseño de estrategias de fortalecimiento comunicacional a partir de un ejercicio investigativo, respetando las dinámicas y necesidades propias de nuestra organización. En particular, se buscará diseñar una estrategia en comunicación participativa que fortalezca las redes sociales, así como la comunicación interna y externa de la fundación.

Asimismo, reconocemos que los resultados serán documentados en un informe académico. Si bien la implementación de la estrategia diseñada no es un compromiso obligatorio para la fundación, estaremos atentos a evaluar su pertinencia y posible aplicación en función de nuestros objetivos organizacionales.

Agradecemos el interés de la estudiante en trabajar con nosotros y reiteramos nuestra disposición para facilitar el desarrollo de este ejercicio académico durante los próximos meses.

Cordialmente,



David Pinilla
Director
Trabajando Por Amor

Apéndice C

Preguntas Semiestructuradas

- ¿Qué tipo de práctica y que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social?
- ¿Cuáles son los objetivos o intenciones de la ayuda social?
- ¿Cuál es la regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP?
- ¿Cuáles son las características de los participantes o actores?
- ¿Cuál es el tamaño de organización de la OSP?
- ¿Cuál es la forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos?
- ¿Cuáles son las características de los vínculos sociales al interior de la OSP?
- ¿Cuáles son las formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.?
- ¿Cuáles son las formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS?
- ¿Cuáles son las formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.?
- ¿Cuáles son los planes, cronogramas, metas y los proyectos en desarrollo?
- ¿Cuáles son los logros de proyectos exitosos?
- ¿Cuáles son las dificultades para desarrollar sus objetivos sociales?
- ¿Qué otros aspectos hay para comentar?

Apéndice D

Enlace del Audio de la Entrevista Inicial - YouTube

Apéndice E

Preguntas Cualitativas

- ¿Cómo han aprovechado las plataformas digitales y redes sociales para fortalecer las relaciones entre el equipo base, voluntarios, beneficiarios y aliados?
- ¿De qué manera las herramientas digitales han facilitado la gestión y fidelización de voluntarios? ¿Han implementado alguna plataforma específica para este propósito?
- ¿Qué impacto han tenido las estrategias digitales en la construcción y fortalecimiento de alianzas externas con empresas y donantes? ¿Qué canales han sido más efectivos?
- ¿Qué herramientas o canales de comunicación consideran más efectivos para la coordinación interna entre el equipo base, voluntarios y practicantes?
- ¿Cómo se gestiona la comunicación externa para difundir las actividades y atraer nuevos voluntarios o donantes?
- ¿De qué manera la comunidad beneficiaria participa en la toma de decisiones o en la planificación de actividades dentro de la fundación?
- ¿Cómo han impactado los programas de la fundación en la vida de los niños y jóvenes beneficiarios, y qué cambios han observado en ellos a lo largo del tiempo?
- ¿Qué estrategias han implementado para garantizar la sostenibilidad y crecimiento de la fundación a largo plazo?
- ¿Cuáles son las principales dificultades que enfrentan en la ejecución de sus proyectos y cómo las han abordado?

Apéndice F

Enlace del Audio de la Entrevista Cualitativa - YouTube

Apéndice G

Registro Fotográfico



Apéndice H

Enlace Vídeo de Socialización

<https://youtu.be/XQfulFpQ2CI>