



**“LIDERANDO SIN MIEDO”**

**Articulando relaciones y procesos de la fundación Niñas Sin Miedo**

**Presentado por:**

**Paula Stefanny Cruz Valencia**

**Jessica Milena Rivera Babativa**

**Claudia Andrea Salazar Bernate**

**Especialización en Comunicación Estratégica para las  
Organizaciones**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – UNIMINUTO FACULTAD  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**BOGOTÁ, D.C.**

**2021**



¡La vida siempre nos pone cosas maravillosas e inesperadas al frente, y la decisión más idónea es tomar cada momento como aprendizaje! Agradezco a Dios por darme la vida y poder navegar en ella, a mis padres y hermana por su paciencia, amor, comprensión, compañía y apoyo que siempre me han dado en cada paso sin importar lo difícil que se vea. Agradezco a mis compañeras que, durante el transcurso de este estudio logre conocerlas lo suficiente, para saber que no solamente somos colegas, sino también compañeras de vida, a la fundación Niñas Sin Miedo por abrir las puertas y conocer ese mundo maravilloso. A los docentes por tanta sabiduría que nos brindaron y, por último, agradezco a mi ser, por retarme y dar lo mejor en cada paso. Recordemos que el camino del saber y de la vida consiste en esto, superar, conocer, aportar y transformar desde nuestra postura el mundo.

***Paula Stefanny Cruz Valencia***

Quiero expresar mi gratitud primero a Dios por bendecir mi vida y a mi familia por su apoyo incondicional en la realización de mis proyectos y en especial a mis colegas por el trabajo en equipo que realizamos en el avance de la investigación, igualmente a la fundación Niñas sin Miedo, la cual nos abrió las puertas y nos brindó información valiosa.

También quiero agradecer a la universidad Minuto de Dios a los directivos y docentes por orientarme y aportarme conocimientos a lo largo de este año. Dedico este trabajo a todas las personas que me acompañaron en esta etapa y ayudaron a mi formación profesional y como ser humano.

***Claudia Andrea Salazar Bernate***

¡Que nadie se quede afuera, se los dedico a todxs!

Agradezco a la vida y al universo, pero sobre todo a mis padres por acompañarme en cada sueño y meta. Agradezco a la Fundación Niñas Sin Miedo, lugar en donde he podido crecer a nivel personal y profesional. Gracias a cada docente que aportó con su experiencia y profesionalismo. Gracias a cada persona que en este proceso me apoyó y creyó en mí y en mis habilidades. Seguiré avanzando SIN MIEDO.

***Jessica Milena Rivera Babativa***



La fundación Niñas Sin Miedo es una ONG constituida desde el año 2016 que trabaja en la prevención de violencias basada en género y el embarazo a temprana edad en niñas y adolescentes. Esto lo hace posible por medio del deporte, el juego y la educación en derechos humanos sexuales y reproductivos, contribuyendo así a erradicar las grandes problemáticas que viven muchas niñas a nivel nacional.

La organización ha logrado un gran crecimiento y estabilidad económica. Así mismo, desde sus inicios ha incrementado la población beneficiaria, logrando tener en la actualidad 80 niñas y adolescentes que participan en los proyectos y programas.

En este trabajo se realiza un ejercicio investigativo de tipo cualitativo - descriptivo del funcionamiento de la fundación Niñas Sin Miedo en temas: económicos, sociales, legales, culturales, relacionales y sus procesos de comunicación. En el transcurso de la indagación se evidencian falencias en diversas áreas; iniciando por la falta de un equipo de talento humano, funciones inherentes al cargo, debilidad en la estructura organizacional y falta de articulación y resignificación en el trabajo de voluntariado.

Es importante resaltar que gracias al equipo de voluntariado es posible la existencia y continuidad de las actividades que permiten el cumplimiento de los objetivos de Niñas Sin Miedo. De esta manera, se propone un plan estratégico de comunicación enfocado al equipo de voluntariado para resignificar y mejorar su experiencia dentro de la organización.

**Palabras clave:** Voluntariado, comunicación, participación, interacción, comunicación estratégica, comunidad.



The Niñas Sin Miedo Foundation is an NGO established in 2016 that works to prevent gender-based violence and early pregnancy in girls and adolescents. This is made possible through sports, games and education in sexual and reproductive human rights, thus contributing to eradicate the major problems that many girls live with nationally and internationally.

The organization has achieved great growth and economic stability. Likewise, since its beginnings it has increased its beneficiary population, currently having 80 girls and adolescents participating in its projects and programs.

In this work an investigative exercise is carried out on the operation of the foundation Niñas Sin Miedo in economic, social, legal, cultural, relational and communication processes. During the course of the investigation, shortcomings are evidenced in several areas, starting with the lack of a human talent team, functions inherent to the position, weaknesses in the organizational structure and lack of articulation and resignification in the volunteer work.

It is important to highlight that thanks to the volunteer team it is possible the existence and continuity of the activities that allow the fulfillment of the objectives of Niñas Sin Miedo. Thus, a strategic communication plan focused on the volunteer team is proposed in order to resignify and improve their experience within the organization.

**Keywords:** Volunteering, communication, participation, interaction, strategic communication, community.



## Contenido

1. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	10
1.1. Realidad Corporativa	10
1.2 Historia	12
1.2.1 Infraestructura y descripción física	13
1.3 Trayectoria	14
1.4 Estructura organizacional	17
1.4.1 Tipología de la organización	17
<b>1.4.2 Misión</b>	18
<b>1.4.3 Visión</b>	18
<b>1.4.4. Mapa de procesos</b>	18
<b>1.4.5 Mapa de Procedimientos</b>	19
<b>1.4.6 Principios y Valores</b>	20
1.5. Gestión Humana	20
1.6 Nivel organizacional	21
<b>1.6.1 Descripción de colaboradores</b>	23
1.7 Gestión financiera y situacional	27
1.8 ANÁLISIS COMUNICACIONAL	30
1.8.1 Mapa de actores	31
1.8.2 Mapa de relaciones	32
1.8.3 Análisis de relaciones a partir del sociograma	33
<b>1.8.4 Matriz comunicacional</b>	35
2 ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN	43
2.9 ANÁLISIS DOFA	43
2.9.1 Cruce DOFA	44
2.9.3 Siete casillas de Weisborn	45
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO (PESTEL)	46
3.1. Factor Político/Legal	46
3.2 Factor Económico y social	46
3.3 Factor Tecnológico	47
3.4 Factor Ecológico	48
4. PREGUNTA ORIENTADORA	48
5.PROBLEMA NECESIDAD U OPORTUNIDAD	48
6. OBJETIVOS	51
6.1 Objetivo General	51
6.2 Objetivos específicos	51



7. ANTECEDENTES	51
9. METODOLOGÍA	66
9.1 Recolección de la información	66
9.2 La revisión bibliográfica	67
9.3 Observación participante:	67
9.4 Entrevistas	67
9.5 Encuestas	68
10. RESULTADOS	70
10.1 Análisis general encuestas	70
10.2 Justificación del resultado de la encuesta	73
11. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN PECO	81
11.1 Logo	81
11.2 SLOGAN	81
11.3 Infografía	82
11.4 Objetivos PECO	83
11.5 ESTRATEGIAS	84
11.5.1 Estrategia 1 (Comunicación integrada)	84
11.5.2 Estrategia 2 (Pensamiento estratégico)	85
11.5.3 Estrategia 3 (Fortalecimiento de capacidades)	86
11.6 Cronograma	87
11.7 presupuesto	89
11.7.1 Presupuesto general	89
11.7.2 Presupuesto detallado	89
12 CONCLUSIONES:	90
13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	93
14. ANEXOS	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
14.1 Entrevista	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>



## Lista de imágenes

Fotografía 1: Creación Propia – Fundación NSM

Fotografía 2: Cancha sector ciudadela

Fotografía 3: Recurso NSM- Primeras niñas beneficiarias

Fotografía 4: Recurso NSM Cancha de actividades

Fotografía 5: Recurso NSM Voluntarios

Fotografía 6: Recurso NSM Primer piso

Fotografía 7: Recurso NSM Fachada fundación

Fotografía 8: Recurso NSM – Actividad

## Lista de gráfico

Gráfico 1: Realización propia Contexto de la organización

Gráfico 2: Realización propia Mapa de procesos

Gráfico 3: Realización propia Organigrama

Gráfico 4: Edad– encuesta

Gráfico 5: Grupo étnico – encuesta

Gráfico 6: Estratos socioeconómico – encuesta

Gráfico 7: Nivel educativo – encuesta

Gráfico 8: Nivel de ingreso – encuesta

Gráfico 19: Lugar de trabajo - encuesta

Gráfico 10: Creencia religiosas - encuesta

Gráfico 11: Creación propia Estados Financieros

Gráfico 12: Creación propia aumento Estados Financieros

Gráfico 13: Creación propia – Ingresos, gastos y utilidad

Gráfico 14: Creación propia - Utilidad

Gráfico 15: Creación propia – Sostenibilidad

Gráfico 16: Creación propia - Mapa de actores

Gráfico 17: Creación propia - Mapa de relaciones

Gráfico 18: Creación propia Sociograma

Gráfico 19: Creación propia - Modelo de las seis casillas de Weisbord



Gráfico 20: Creación propia - Árbol problema

Gráfico 19: Encuesta – Positivo comunicación

Gráfico 20: Encuesta – Mejoras en comunicación

Gráfico 21: Encuesta - Relacionamiento

Gráfico 22: Creación propia – Metodología

Gráfico 23: Creación propia - Positivo de la comunicación

Gráfico 24: Creación propia - Mejoras en la comunicación

Gráfico 25: Recurso NSM – Con quien te relacionas más

Gráfico 26: Creación Propia – Dudas o sugerencias

Gráfico 27: Participación NSM – Encuesta

Gráfico 28: Conoces NSM - Encuesta

Gráfico 29: Inscripciones - Encuesta

Gráfico 30: Motivo NSM – Encuesta

Gráfico 31: Relación equipo voluntariado - Encuesta

Gráfico 32: Voluntariado Favorito – Encuesta

Gráfico 33: Que más te gusta NSM- Encuesta

Gráfico 34: Grupos NSM - Encuesta

Gráfico 35: Relación NSM – Encuesta

Gráfico 36: Creación Propia - Logo

Gráfico 37: Creación Propia – Infografía PECO

Gráfico 38: Creación Propia – Objetivos PECO

Gráfico 39: Creación Propia – Objetivos PECO

### **Lista de Tabla**

Tabla 1: Creación propia Matriz de prediagnóstico

Tabla 2: Creación propia Matriz Realidad Comunicacional

Tabla 3: Creación propia - Análisis Dofa

Tabla 4: Creación propia - Cruce Estratégico del DOFA

Tabla 5: Brecha digital en Colombia, creado: Revista universidad distrital Francisco José de Caldas

Tabla 6: Creación propia – estrategia 1





Tabla 7: Creación propia – estrategia 2

Tabla 8: Creación propia – estrategia 3

Tabla 9: Creación propia - Cronograma

Tabla 10: Creación propia – Presupuesto general

Tabla 10: Creación propia – Presupuesto detallado

### **Acrónimos**

JER: Red multiservicios – apuestas efectivas

ONU: Organización de las Naciones Unidas

OMS: Organización Mundial de la Salud

NSM: Niñas sin miedo

IDPAC: Instituto Distrital de La Participación y Acción Comunal

SLMDV: Salarios Legales Mínimos Vigentes

ICBF: Instituto Colombiano de Bienestar Familiar

Ymca: Movimiento juvenil y global sin ánimo de lucro

JEP: Jurisdicción Especial para la Paz

TIC: Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

## 1. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

### 1.1. Realidad Corporativa

La fundación Niñas Sin Miedo (NSM), identificada con NIT 900.980.526-0, tiene el objetivo de desarrollar programas educativos de salud sexual y reproductiva para la prevención del embarazo adolescente y la violencia de género.

Las actividades que realizan son: elaboración y socialización de talleres dirigidos a la prevención de embarazo adolescente, proyecto de vida y talleres con contenidos sobre derechos humanos, sexuales y reproductivos, acciones que permiten cumplir con el objetivo social de la organización. La fundación desarrolla talleres y actividades en otras regiones del país, así mismo, puede otorgar representación a cualquier oficina, entidad similar o persona natural en el exterior para visibilizar el trabajo que se ejecuta con las niñas y adolescentes.

Actualmente, la fundación cuenta con una sede de arriendo ubicada en la Carrera 32 Este # 38A-102. Barrio Los Pinos, Ciudadela Sucre, Soacha. Y las actividades deportivas son realizadas en la cancha de uso público.



FOTOGRAFÍA 1 – CREACIÓN PROPIA – FUNDACIÓN NSM



FOTOGRAFÍA 2 - CANCHA SECTOR CIUDELA



**Municipio**

Soacha, Cundinamarca,  
Colombia



**Sede**

Carrera 32 Este #38 A -102  
Barrio Los Pinos  
Ciudadela Sucre



**Página Web**

[www.ninassinmiedo.org](http://www.ninassinmiedo.org)



**Contacto**

323 3143449



**Tipo de organización**

No gubernamental de tipo  
FUNDACIÓN, como entidad de  
derecho privado sin ánimo de  
lucro.



GRÁFICO 1 REALIZACIÓN PROPIA CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

## 1.2 Historia

Influenciada por su experiencia previa en ONG'S y sus relaciones con líderes comunitarios, *Natalia Espitia Perilla* fundó Niñas Sin Miedo en el año 2016, una organización sin ánimo de lucro, ubicada en la Comuna 4 de Soacha, municipio cercano a Bogotá, capital de Colombia.

La organización surge con el objetivo principal de generar cambios sistémicos en los problemas que enfrentan las niñas colombianas, la violencia sexual y el embarazo no deseado, dos de las principales barreras que impiden alcanzar su potencial y crecer libres de violencia.

Niñas y adolescentes entre los 7 a 17 años de edad tienen acceso a un programa completo y gratuito durante un año, en este pueden participar en: biciescuela, proyecto deportivo, clases de yoga, proyecto de tecnología, apoyo escolar en inglés, club de lectura, escuela de fútbol y escuela de liderazgo.

En este programa ellas potencializan habilidades en: autoconcepto, empatía, liderazgo, pensamiento crítico y toma de decisiones, además, fortalecen su autonomía, confianza en sí mismas y aprenden sobre sus derechos humanos, sexuales y reproductivos, logrando el objetivo de la fundación; la prevención de violencias basadas en género y el embarazo en edad temprana.



Fotografía 3: Recurso NSM - Primeras niñas beneficiarias

En el año 2016 iniciaron actividades en el salón comunal del barrio Ciudadela Sucre, con 3 voluntarias y 10 niñas, hoy en día son 80 niñas beneficiarias, un equipo de voluntariado de más de 50 personas y un lugar fijo donde se desarrollan las actividades y programas.

### 1.2.1 Infraestructura y descripción física

Al inicio del funcionamiento de la fundación (2016), las actividades se desarrollaban en la casa comunal del barrio Ciudadela Sucre, al no contar con servicios básicos como agua y luz, tomaron en arriendo una casa en el sector, ya que no cuentan con una infraestructura propia.



FOTOGRAFÍA 4: RECURSO NSM CANCHA DE ACTIVIDADES



FOTOGRAFÍA 5: RECURSO NSM - VOLUNTARIOS



FOTOGRAFÍA 6: RECURSO NSM – PRIMER PISO

El lugar donde se desarrollan las actividades es llamado: *Centro de Empoderamiento*, está compuesto por dos pisos; en el primero está el bici-parqueadero, en el segundo se desarrollan los talleres y actividades. Para los procesos deportivos como bicicleta y fútbol se hace uso de la cancha Los Pinos del barrio.



FOTOGRAFÍA 7: RECURSO NSM – FACHADA FUNDACIÓN



FOTOGRAFÍA 8: RECURSO NSM – ACTIVIDAD

### 1.3 Trayectoria

2016



**Marzo:** En el día Internacional de la Mujer, la fundadora Natalia Espitia Perilla salió a las calles de Bogotá en bicicleta, con un cartel que decía: “Yo quiero un país con niñas sin miedo”.



**Abril:** Llegaron las primeras niñas, bicicletas, y personas voluntarias, comenzó el programa piloto el cual se desarrolló en el barrio de Los Pinos, ubicado en la comuna 4 de Soacha, municipio cercano a Bogotá, capital de Colombia.



**Mayo:** Niñas Sin Miedo participó en la conferencia “¡Consultando a jóvenes y adolescentes vulnerables hacia el desarrollo de la meta global AA-HA! Marco (Acción Acelerada para la Salud de los Adolescentes)” de la ONU-OMS, como único grupo de investigación en América Latina.



**Julio:** Lograron una mención de honor Premios RECON Paz en movimiento.



**Noviembre:** Fueron ganadoras del Premio JER al emprendimiento por la inclusión.

2017



**Octubre:** Realizaron la primera rodada en bicicleta para visibilizar la importancia de proteger los derechos de las niñas y adolescentes e invertir en su potencial y en su futuro. Ediciones 2018 y 2019.



**Diciembre:** Fueron reconocidas en participación Bogotá Líder, Derechos de las mujeres y las niñas.

2018



**Marzo:** Realizaron la inauguración del Centro de Empoderamiento.



**Junio y Octubre:** Empezaron a realizar encuentros para niñas y adolescentes.



**Octubre:** Recibieron mención especial para Niñas Sin Miedo en el Concejo de Bogotá.



**Diciembre:** Nominaron premios portafolio, categoría aporte a la comunidad: hacer de Colombia un mejor país.

2019



**Enero:** Fueron seleccionadas por la Revista Semana como uno de los 40 transformadores en educación y entre las 50 lideresas y líderes transformadores en educación de la Silla Vacía.



**Marzo:** Ganaron financiación de Bancolombia para medición de impacto.



**Abril:** La fundadora fue Seleccionada como una de las 50 transformadoras en liderazgo en procesos sostenibles.



**Julio:** La fundación fue aliada de la Organización de los Estados Iberoamericanos, Embajada Australiana, Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal, IDPAC para la realización de talleres de prevención en violencias hacia población migrante venezolana.



**Noviembre:** Fueron nominadas a los Premios Globales Beyond Sports.

2020



**Febrero:** Mariana Ospina, niña inscrita en la fundación, fue seleccionada como parte de la comitiva colombiana para visitar el Space Center de la NASA en Houston, Texas, por medio de la fundación She Is.



**Octubre:** Hicieron el lanzamiento de la Revista Niñas Sin Miedo, primera revista impresa en Colombia con un enfoque en derechos sexuales y reproductivos.



**Marzo:** Ganaron fondos de Caring For Colombia para la producción de 9 videoclips en equidad de género y el reconocimiento de los derechos sexuales y reproductivos de niñas y adolescentes.

2021



**Julio:** Gracias a We work y sus aliados, la fundación Niñas Sin Miedo recibió sesiones de networking, acompañamiento continuo en su proceso de crecimiento y una oficina privada gratuita por un año.



**Octubre:** Nominación premios portafolio categoría “Responsabilidad social”





## 1.4 Estructura organizacional

### 1.4.1 Tipología de la organización

La fundación Niñas Sin Miedo es una organización social, sin ánimo de lucro, innovadora que hace énfasis en conocimientos e investigaciones que logran hacer frente al ambiente dinámico que se presenta en la comuna cuatro de Soacha por medio de los programas y proyectos que se desarrollan.

Es una organización adaptativa, ya que da apertura a expresar diferentes opiniones a través de una comunicación horizontal y participativa, de igual manera, las personas que hacen parte de la fundación mantienen una actitud colaborativa y propositiva, enfocada a los objetivos de la organización la cual busca mejorar sus procesos internos. El liderazgo que se identifica al interior de la fundación permite que las labores sean autónomas y generen un aprendizaje continuo, haciendo que sus procesos sean ágiles y sostenibles.

Los procesos que se manejan dentro de la organización son consecutivos y alineados a los objetivos de la fundación, además, las personas que hacen parte pueden hacer sugerencias, opiniones, propuestas y proyectos que conlleven a mejoras continuas con el fin de cumplir la misión y visión de la organización. Actualmente, la fundación tiene un Representante Legal Encargado de forma temporal, quien lidera los procesos de direccionamiento y de administración, este está vigente por el reemplazo de la directora y fundadora de Niñas Sin Miedo, debido a una licencia médica.

La organización es orgánica y reduce el grado de formalidad dando apertura a relaciones más personales y dejando de lado la jerarquía, ya que las personas pueden desempeñar el papel de líder de área dependiendo de la situación. Del mismo modo, hay pocas reglas formales lo cual permite que las personas que hacen parte se adapten a cambios.



### **1.4.2 Misión**

La Fundación Niñas Sin Miedo ofrece un espacio alternativo a la familia y al colegio en el que niñas y adolescentes de la comuna 4 de Soacha, adquieren habilidades que las fortalecen como sujetas de derechos capaces de tomar decisiones autónomas frente a su proyecto de vida, su sexualidad y su futuro.

### **1.4.3 Visión**

Ser referentes en Colombia de un modelo replicable de impacto social para la prevención de violencias basadas en género y embarazo no planeado en niñas y adolescentes.

Cabe resaltar que en el mes de junio de 2021 la misión y visión fueron modificadas, pero no se realizó un análisis o seguimiento frente al cumplimiento de las mismas, lo que refleja una debilidad, ya que deben tener una medición y vistas con profundidad.

### **1.4.4. Mapa de procesos**

El mapa de procesos de direccionamiento estratégico aún no existe en la fundación, ya que no cuentan con un profesional, quien realice el seguimiento a los procesos que se llevan a cabo en la organización, sin embargo, se realizó un pequeño bosquejo de los procesos que se vienen desarrollando, con el fin de conocer y entender el avance que han tenido frente a los objetivos y la misión de la fundación.

Según el direccionamiento de la organización, los aspectos y procesos estratégicos tienen que ver principalmente con el direccionamiento de los programas y proyectos, el direccionamiento de alianzas, así como el de comunicaciones, pues por medio de estos se desarrolla toda la gestión que adelanta la fundación. De igual forma, se pueden visualizar los procesos misionales que se reflejan en la educación experiencial, deportes y prevención de violencia de género y embarazo no planeado, estos tres permiten que las niñas se beneficien fortaleciendo sus habilidades y aprendiendo temas que aporten a su proyecto de vida.

Así mismo, se pueden observar los procesos de apoyo los cuales son reflejados en gestión administrativa, financiera y de recursos físicos, estos acompañan de manera simultánea todos los procesos que se manejan dentro de la organización. Cabe aclarar que todos los procesos que se

mencionan anteriormente están direccionados a lograr la satisfacción de las partes interesadas, puesto que es una fundación sin ánimo de lucro y sus principales actores son las niñas beneficiarias.

Es importante mencionar que el mapa de procesos se desarrolló desde una observación no participativa y con los datos ofrecidos por la fundación, desde lo analizado internamente y externamente de la organización, y con el apoyo de la coordinadora de campañas y contenido digital, sin embargo, se considera que los líderes de la organización revisen el mismo en caso de ser divulgado internamente a todos los trabajadores, a fin de que se tenga claridad en los procesos desarrollados por la misma.

## MAPA DE PROCESOS



GRÁFICO 2 – REALIZACIÓN PROPIA MAPA DE PROCESOS

### 1.4.5 Mapa de Procedimientos

La fundación Niñas Sin Miedo en ninguna de sus direcciones o coordinaciones cuenta con un mapa de procedimientos para ejecutar sus labores, por lo anterior se recomienda la realización de dicho mapa con el fin de que se puedan conocer los procesos que se trabajan.

Por medio de este, se podrá conocer cómo va cada área en sus objetivos propuestos y así mismo, se podrá facilitar un empalme si existe un cambio en los diversos



cargos dentro de la fundación.

#### **1.4.6 Principios y Valores**

La importancia de fomentar los valores hace parte del ADN y la personalidad de NSM, lo cual se refleja en los comportamientos de los colaboradores. Así mismo, permiten identificar si una persona puede adaptarse exitosamente a la organización con su forma de ser y relacionarse con los otros.

- **Igualdad:** feminismo, interseccionalidad.
- **Integridad:** honestidad, transparencia, verdad.
- **Trabajo en equipo:** liderazgo, compromiso y proactividad.
- **Pasión:** convicción
- **Autonomía:** independencia a través del apoyo y la guía.

#### **Objetivos**

Los principales objetivos de la fundación son:

1. Ser un modelo replicable en varias regiones del país.
2. Cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
3. Lograr la igualdad entre géneros y empoderar a las niñas.

#### **1.5. Gestión Humana**

En el equipo de trabajo no se cuenta con un área de gestión humana, ya que estas labores las desempeñan las directoras y coordinadoras. A continuación, se desglosan cómo se encuentran divididas las responsabilidades:

**Coordinadora Administrativa:** coordina y hace pagos de nómina, realiza certificados y demás procesos financieros.

**Directora de programas y proyectos:** Desarrolla y ejecuta un plan de inducción.

**Coordinadora de voluntariado:** desarrolla, presenta, coordina y ejecuta procesos de selección para temas de voluntariado.

**Directora de comunicaciones:** creación de alianzas con organizaciones externas y procesos con donantes recurrentes.



**Coordinadora de contenidos y campañas:** crea y desarrolla piezas de convocatoria y demás procesos que se generan dentro de la fundación.

De acuerdo a lo anterior, cada área hace su propio proceso de selección para integrar a nuevas personas, estas son divididas en 3 fases; convocatoria, envío de video de postulación y entrevistas.

Se considera que hay una ausencia de personal para que lidere las labores de gestión humana, ya que estas responsabilidades pueden disminuir los tiempos para el cumplimiento de sus labores principales.

Es importante mencionar que en el transcurso de la investigación una persona especializada en consultoría decidió apoyar a la fundación en procesos internos en cuanto a la Gestión de Talento Humano y procesos que involucran procedimientos administrativos. Es por ello, que en el proyecto nos enfocamos en una de las partes más primordiales de la fundación que son los actores que llevan a cabo las labores sociales de la organización, específicamente el equipo de voluntariado.

### **1.6 Nivel organizacional**

La fundación Niñas Sin Miedo, cuenta con una estructura organizacional débil, pese a que en el mes de agosto de 2020 se establecieron las personas de la junta directiva, con el fin de brindar mejoras a la organización y cumplir con los objetivos principales de NSM. Sin embargo, se sigue evidenciando una debilidad en su estructura, ya que hay procesos por fortalecer.

Actualmente, cuenta con un equipo multidisciplinar en áreas de: antropología, politología, psicología, publicidad, comunicación social y administración; la organización está conformada por 7 personas que están contratadas, y más de 50 personas que están en el equipo de voluntariado, frente a la gestión de personal y temas relacionados con talento humano, no se encuentra establecido un área o persona determinada para llevar a cabo este proceso, es por ello que las líderes de cada área son quienes realizan todo el proceso de selección.

Además, la organización cuenta con inversores sociales, es decir donantes individuales, quienes hacen aportes continuos a la fundación para seguir apoyando e impulsando los proyectos, cada inversor social contribuye de forma económica a la organización, dichas



donaciones son a partir de los \$35.000 mensuales, y a su vez los inversores se benefician con productos que ofrece la organización como camisetas, botilitos, gorras, entre otros.

Así mismo, se cuenta con el apoyo de fondos de cooperación internacional, los cuales aportan a los proyectos que realiza Niñas Sin Miedo, adicional se tienen alianzas con emprendimientos o marcas, que donan un porcentaje de sus ventas a la fundación, de igual forma, la organización ofrece charlas a empresas del país, en las que brinda a los empleados un conversatorio sobre la prevención de violencias basadas en género. Cabe aclarar que todos estos aportes ayudan a la sostenibilidad y operación de la fundación. Adicionalmente, se cuenta con embajadores o figuras públicas, quienes, desde sus profesiones como artistas, periodistas, deportistas entre otros, apoyan la misión de Niñas Sin Miedo.

Por otro lado, el equipo de voluntariado cuenta con personas bachilleres y profesionales de diversas áreas, todas las personas que hacen parte de Niñas Sin Miedo convergen en una misma pasión y experiencia enfocadas en temas de género y derechos humanos en pro del bienestar de las niñas y las mujeres. El rango de edad que predomina entre el personal va desde los 19 hasta los 42 años de edad.

En el transcurso de la investigación se ha logrado identificar que hace falta una mejor articulación de las labores, así como una comunicación frente a los procesos internos y administrativos. De igual forma, Niñas Sin Miedo, no cuenta con un diseño organizacional riguroso, por lo que cada líder asume labores que, aunque no correspondan a su cargo las desempeña para apoyar la parte interna de la misma, tampoco se encuentran establecidas las funciones en manuales correspondientes al cargo, lo que hace más compleja la organización de labores y consolidación de áreas.

Teniendo en cuenta la revisión de roles y el crecimiento de la fundación, se logra evidenciar que esto ha hecho que los líderes asuman nuevas tareas y por tanto no se dé relevancia a otros aspectos o factores que son importantes para una organización sin ánimo de lucro, como la fundación Niñas Sin Miedo, la cual continúa funcionando y sosteniéndose con la colaboración de los voluntarios, quienes no cuentan con una resignificación o reconocimiento dentro de la fundación ante la labor desarrollada con las niñas y adolescentes de Ciudadela Sucre, en Soacha.

Conociendo más la organización y las áreas que la componen, se generó un organigrama, el cual no estaba establecido en la fundación, con el fin de entender la estructura y su organización:



GRÁFICO 3 – REALIZACIÓN PROPIA - ORGANIGRAMA

### 1.6.1 Descripción de colaboradores

Para obtener los datos del perfil sociodemográfico de las personas que integran la Fundación Niñas Sin Miedo, se aplicó la técnica de la encuesta demográfica en el mes de mayo del 2021 a todo el personal.

La encuesta fue propuesta a los más de 50 colaboradores; tanto al equipo fijo como al equipo de voluntariado, sin embargo, cerca de 33 personas la respondieron. Tal herramienta fue aplicada por medio de un formulario de Google. Logrando identificar rango de edad, nivel socioeconómico, nivel educativo, entre otros.

### EDAD

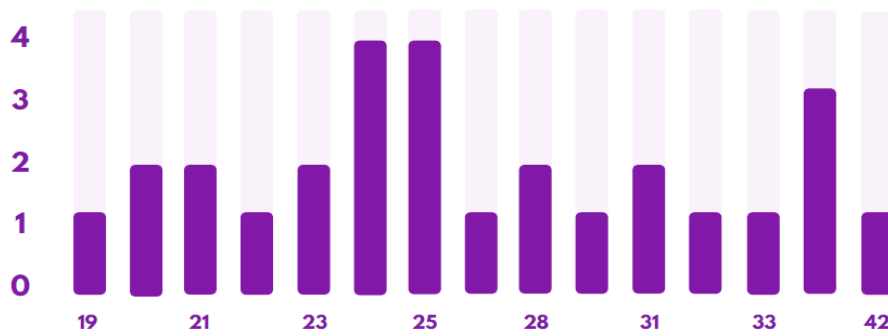


GRÁFICO 4 – EDAD - ENCUESTA

Teniendo en cuenta esto, se logró identificar que las personas están en un rango de 19 a 42 años de edad, adicionalmente se evidencian que hay varias generaciones; X, millennials y centennials, que hace más convergente el equipo de trabajo.

### PERTENECES A ALGÚN GRUPO ÉTNICO

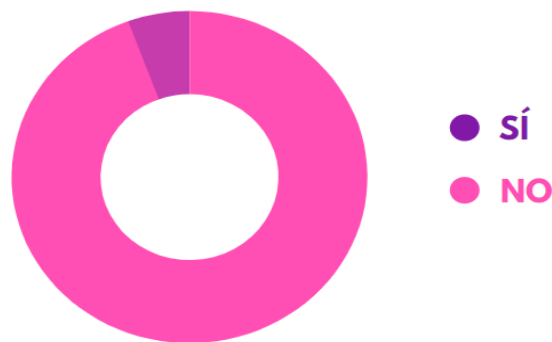


GRÁFICO 5 – GRUPO ÉTNICO - ENCUESTA

El 97% de personas que pertenecen a la fundación no hacen parte de un grupo étnico, excepto por una persona que es afrodescendiente.

### ESTRATO SOCIOECONÓMICO

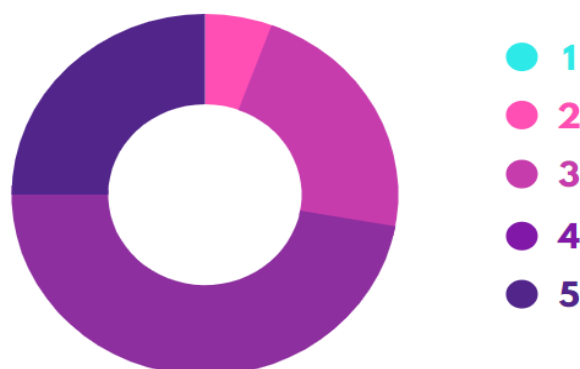


GRÁFICO 6 - SOCIOECONÓMICOS - ENCUESTA



Respecto al estrato socioeconómico, se pudo evidenciar que la mayor parte de personas que están vinculadas a la fundación viven en estrato 4, representando un 45.7% , seguido a esto se encuentran las personas que viven en estratos entre 5 y 6, quienes representan un 25.7%, además, quienes viven en estrato 3 figuran en un 22.9% y en una menor proporción se encuentran un 5.7% las personas que viven en estrato 2.

### NIVEL EDUCATIVO

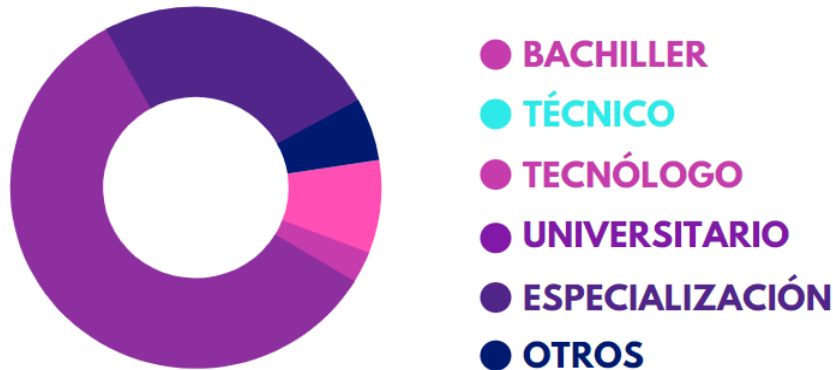


GRÁFICO 7 - NIVEL EDUCATIVO - ENCUESTA

Frente al nivel educativo, se observó que el 60% de las personas cuentan con una carrera universitaria, el 25.7% han avanzado en sus estudios profesionales realizando una especialización, un 8.6 % han realizado otros estudios (diplomados, maestrías y cursos) y representado por un 2.9% están las personas que cuentan con una formación tecnológica y de bachiller.

### ¿CUÁL ES TU NIVEL DE INGRESO?

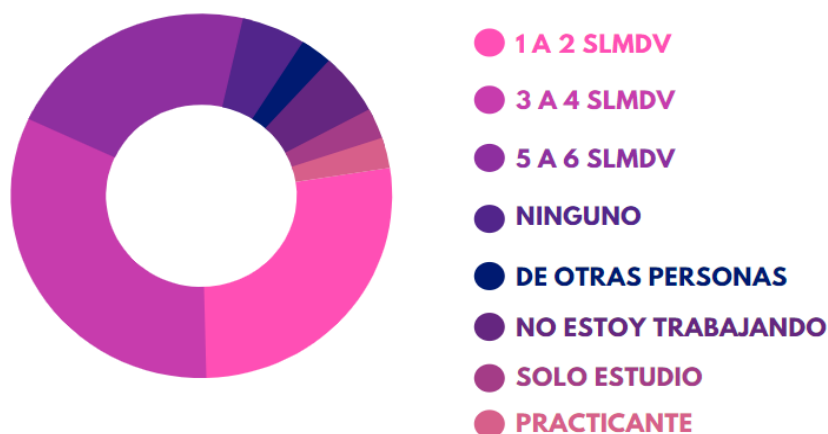


GRÁFICO 8 - NIVEL DE INGRESO - ENCUESTA

Con relación al nivel económico el 34.3% tiene un ingreso entre 3 a 4 SLMDV, el segundo ocupa un 28.6% con ingresos entre 1 a 2 SLMDV, en tercer lugar, hace parte un 22.9% con ingresos entre 5 a 6 SLMDV y el 14.5% actualmente no cuentan con un ingreso fijo.

## ¿EN QUÉ ORGANIZACIÓN TRABAJAS?



GRÁFICO9 – LUGAR DE TRABAJO - ENCUESTA

Con lo anterior, se logra conocer que la mayoría de personas trabajan en el sector público en organizaciones como: ICBF, JEP, Colpensiones, Ymca de Colombia, Idartes, Fundación Karisma, Consejo de Estado, Universidad Nacional y Comisión de Regulación de Agua Potable y Saneamiento Básico.

## ¿CUÁLES SON TUS CREENCIAS?

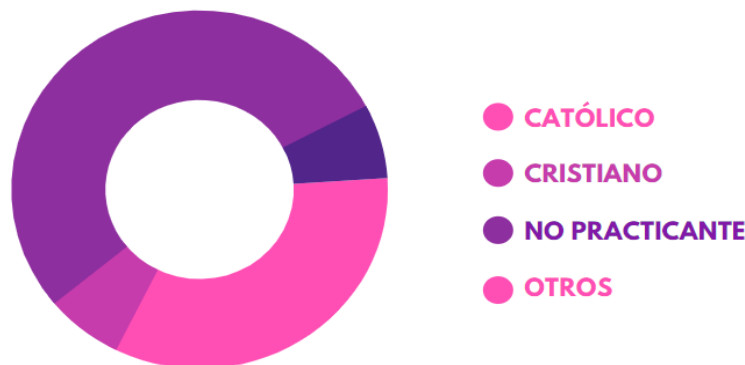


GRÁFICO 10 – CREENCIAS RELIGIOSAS - ENCUESTA

Con la gráfica se determinó que un 45.7% de personas no practican ninguna religión, mientras el 25.7% demuestra ser católico, el 5.7% hace parte de las personas que son cristianas y el 22.9% practican o tienen otras convicciones, lo que demuestra que hay diversidad de creencias.

## 1.7 Gestión financiera y situacional

Se realizó un análisis de los estados financieros entre el año 2019 y 2020, con el fin de conocer los estados de cuenta de la organización. Es fundamental resaltar que los objetivos marcados por la organización implican un presupuesto económico, por lo que dejar de lado el aspecto financiero podría llevar a una baja de la organización y comprometer su existencia. Por lo tanto, se da a conocer el crecimiento económico de la fundación, lo cual se refleja en la siguiente tabla:



GRÁFICO 11 – CREACIÓN PROPIA ESTADOS FINANCIEROS

Se evidencia el cambio positivo que se dio, donde hubo aumento del 2019 al 2020 en los estados financieros, la fundación cuenta con procesos y procedimientos de control interno establecidos, los cuales son efectuados por la administración y personal asignado para ello, con el fin de dar cumplimiento a las normas legales e internas y el logro de un alto nivel de efectividad y eficiencia en las operaciones.

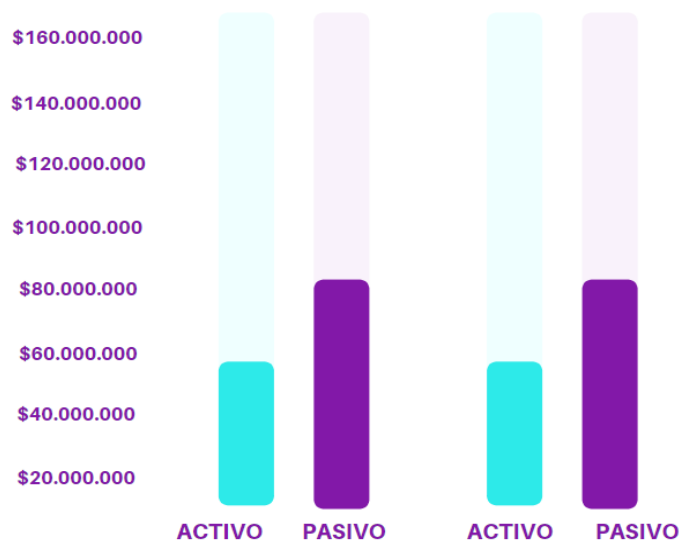


GRÁFICO 12 – CREACIÓN PROPIA AUMENTO ESTADOS FINANCIEROS

Desde el año 2019 al 2020, se evidencia un incremento del 120% en activos, donde hubo un aumento en propiedades, planta, equipo, efectivo y equivalentes por parte de donaciones y alianzas generadas.

A continuación, se presenta la gráfica de estados de resultados, la cual refleja que en el año 2020 obtuvo un ingreso por 191 millones de pesos y que al igual subieron sus gastos en aproximadamente 12 millones de pesos para obtener una utilidad de casi 21 millones de pesos respecto al año anterior.



GRÁFICO 13 – CREACIÓN PROPIA – INGRESOS, GASTOS Y UTILIDAD

Con la información anterior, se realiza la siguiente gráfica, donde se presenta el comparativo de utilidad en la organización, evidenciando un crecimiento del 33,4% por ciento, a pesar de que no es un alto número, el objetivo es aumentar la utilidad.

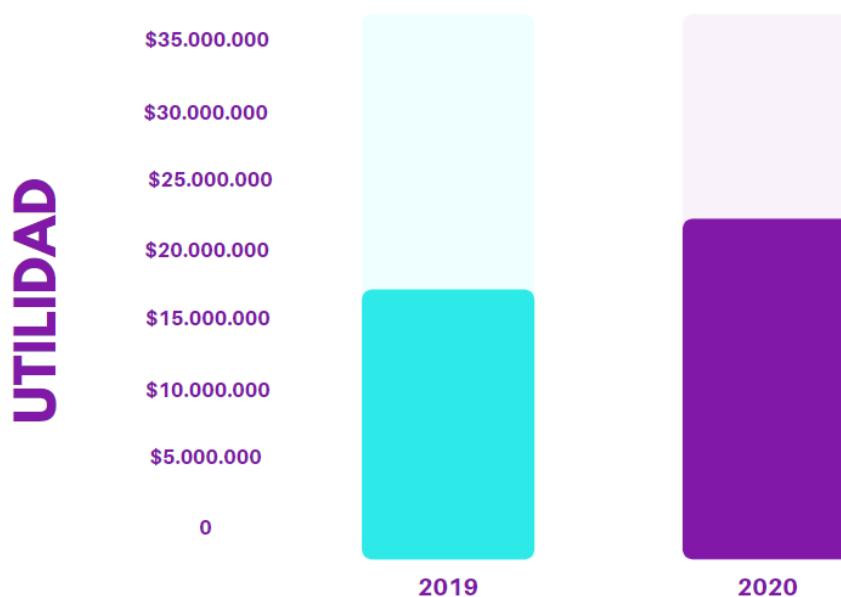


GRÁFICO 14 – CREACIÓN PROPIA - UTILIDAD



Es importante mencionar que el proceso de investigación financiera se realizó a raíz de los datos reflejados en el estado financiero de 2019-2020 ejecutado por una persona experta en contaduría pública contratada por la organización. Es de resaltar que estos son una fuente importante de información para conocer los efectos económicos y elementos adicionales referentes al funcionamiento financiero.

Además, fue posible identificar que a pesar de que NSM estuvo afectada por el actual estado de la salud pública a nivel mundial, obtuvo apoyo de entidades u organizaciones externas, las cuales realizaron donaciones para contribuir a la existencia de la fundación, y que de una u otra forma aportaron a subir esa utilidad, la cual mantiene en pie a la organización. Con ello, se logra analizar que este resultado se vincula a la participación de la coordinación de Alianzas y campañas en el control de la ejecución de los proyectos, ya que se evidencia un alto apoyo externo.

Frente a este factor, una de las principales fuentes de ingreso económico se da a través de las donaciones de personas naturales o jurídicas, quienes se inscriben y, donan de forma mensual o por única vez, así mismo, se cuenta con alianzas de marcas, empresas e instituciones educativas del sector público y privado que aportan recursos económicos. Por otro lado, están los cooperantes internacionales que hacen aportaciones que ayudan a la economía de la organización, por último, se encuentran las plataformas virtuales, las cuales aportan dinero en otros tipos de moneda al desarrollo de la causa.

Es de resaltar que frente a la pandemia del Covid-19, que vive el mundo se ha tenido un déficit de donantes recurrentes nacionales, mientras que a nivel internacional se ha visto un aumento, una de ellas ha sido por medio de la plataforma Benevity, la cual incluye una base de datos de más de 2 millones de organizaciones a nivel mundial que le permite a los usuarios hacer donaciones a diferentes causas sociales, y es por este medio que se ha visto el incremento de recursos para la fundación. A continuación, se presenta una gráfica en la cual se reflejan datos de las donaciones recibida

# SOSTENIBILIDAD



## Productos socialmente responsables

Emprendimiento y marcas que donan un porcentaje de sus ventas



## Inversores/as Sociales

DONANTES INDIVIDUALES DÉBITO MENSUAL \*Desde \$35.000 pesos colombianos/mes



## Charlas en empresas

60 Minutos en prevención de violencias basadas en género



## Portafolio colegios y empresas



## Fondos de cooperación internacional

Aportan a proyectos con los que se gana el grant, en la mayoría, no a los gastos como recursos humanos o de funcionamiento de la fundación.



## Productos con causa

Aportan directamente a la sostenibilidad de nuestras actividades, vendemos kits y productos con marca.



## Eventos

Propios y de terceros sector público y privado.

GRÁFICO 15 - CREACIÓN PROPIA - SOSTENIBILIDAD

## 1.8 ANÁLISIS COMUNICACIONAL

Niñas Sin Miedo está compuesta por la Fundadora, el Representante Legal Encargado y una junta directiva conformada por 3 personas, quienes son el máximo órgano administrativo. La fundación tiene un outsourcing externo que se encarga de temas contables y un equipo conformado por:

- Coordinadora administrativa
- Directora de Alianzas y comunicaciones
- Coordinadora de Campañas y Contenidos Digitales
- Directora de programas y proyectos
- Coordinadora de voluntariado y comunidad
- Un equipo de voluntariado de más de 50 personas.

Es un equipo de trabajo fijo que realiza sus labores de forma presencial- virtual, en un horario de medio tiempo, donde desarrollan sus funciones para dar continuidad al objetivo de la organización. Cabe aclarar que el equipo de voluntariado ejecuta sus actividades cada 8 o 15 días, según la necesidad del tipo de voluntariado.

Dentro del lenguaje propio de la organización no se manejan palabras como; niñas maltratadas, violadas, vulneradas, flageladas o que puedan expresar lástima.

### 1.8.1 Mapa de actores

A continuación, se relaciona un gráfico en el cual se identifican los actores y su cercanía, en este caso el principal actor de esta investigación es el equipo de voluntariado, puesto que tiene una relación directa con las niñas y adolescentes, quienes comparten con ellos en el desarrollo de los proyectos y programas. La ubicación de los demás actores se agregó de acuerdo a las encuestas y entrevistas realizadas a los integrantes de la fundación para conocer e identificar las relaciones del equipo.

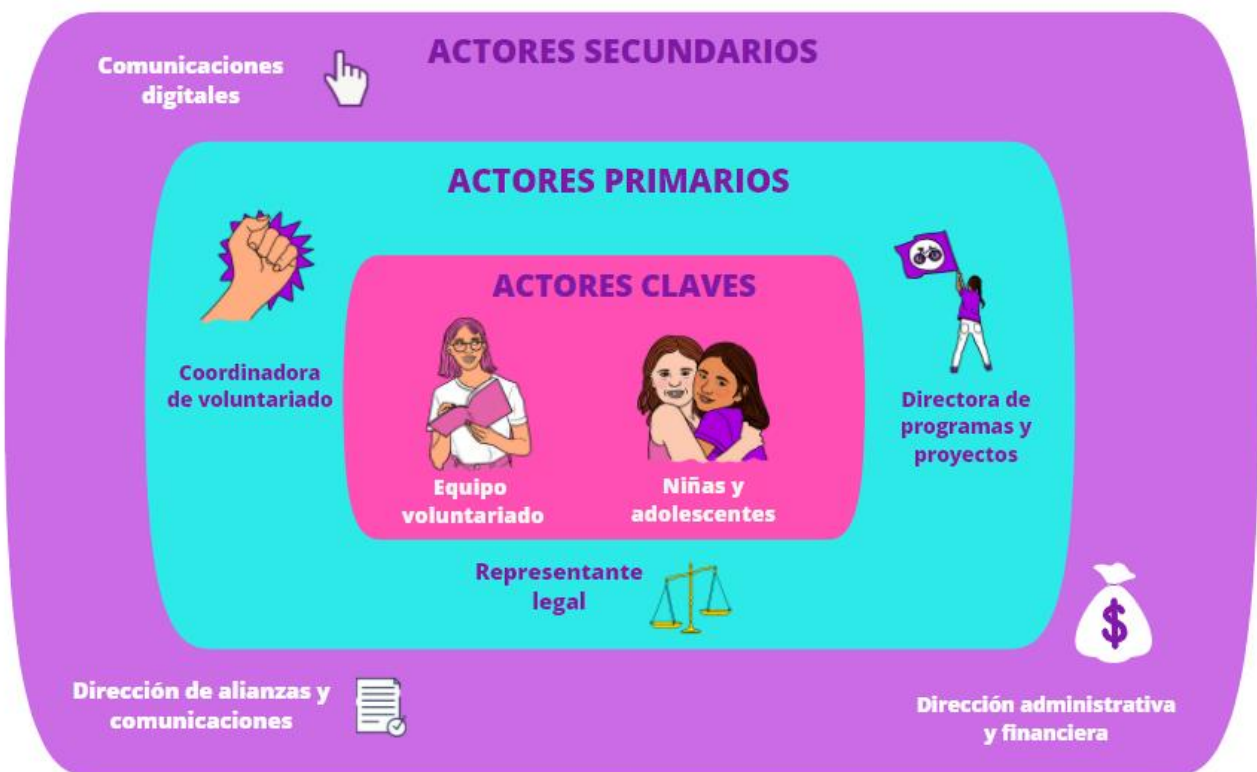


GRÁFICO 16 CREACIÓN PROPIA - MAPA DE ACTORES

### 1.8.2 Mapa de relaciones

A través de esta herramienta, lo que se busca es identificar las relaciones que se han construido y cómo se reflejan en la actualidad al interior de la fundación Niñas Sin Miedo, adicional, nos permitirá analizar los problemas o débiles que se puedan ver en este escenario y lo cual se percibe por fuera de la organización.

El siguiente gráfico se construyó a partir de entrevistas y una encuesta aplicada a los integrantes de la fundación, quienes expresaron sus opiniones frente a sus relaciones y otros temas a mejorar dentro de la organización, se logró identificar a nivel general que las relaciones de los líderes de las áreas son en su mayoría sólidas, sin embargo, lo que concierne al actor principal; equipo de voluntariado, se refleja que mantiene una relación buena y de cercanía con las niñas y adolescentes. Frente a su relación con la coordinadora de Voluntariado y la directora de programas y proyectos la relación es regular, puesto que se comunican para información puntual.

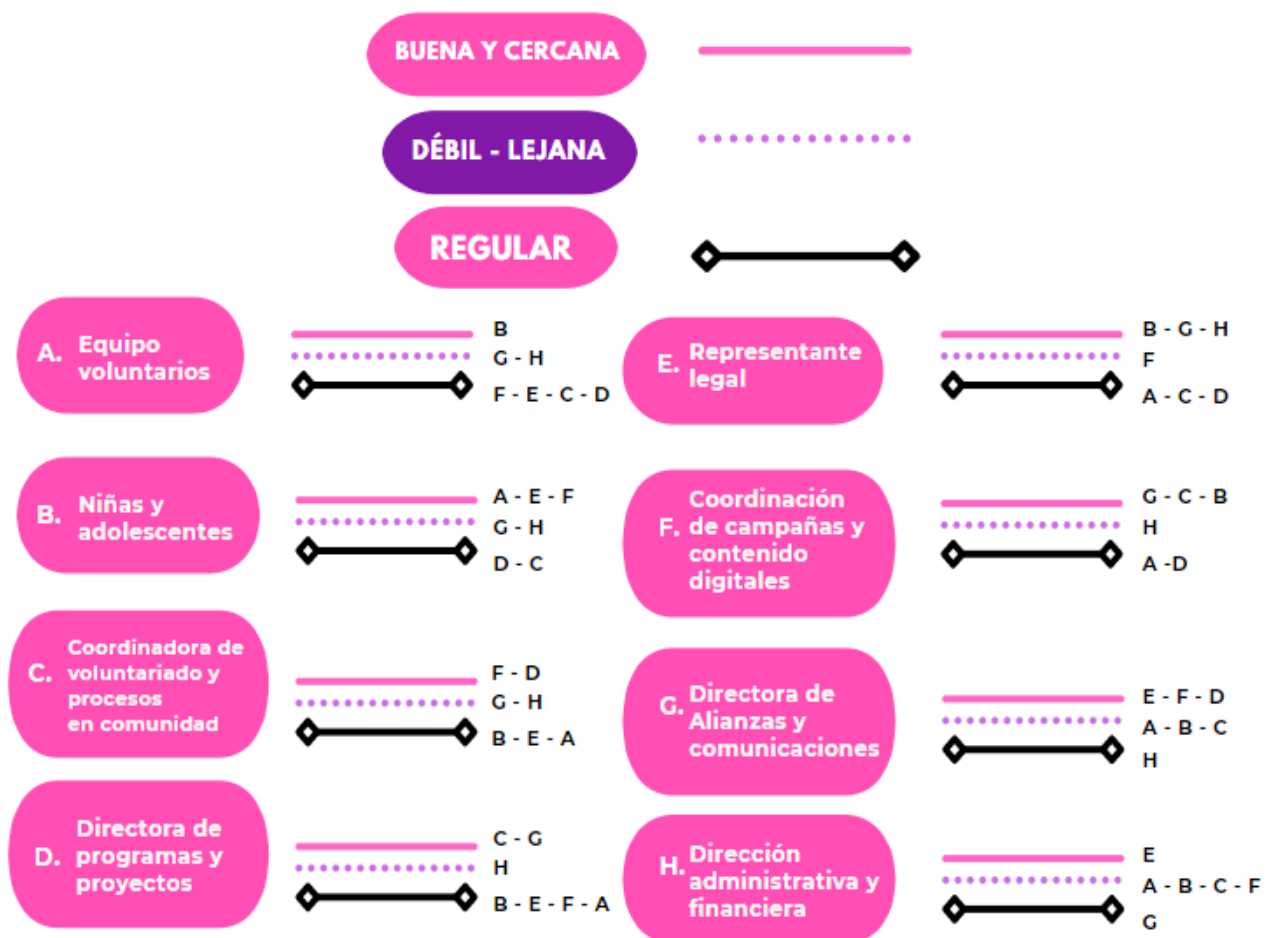


GRÁFICO 17 - CREACIÓN PROPIA - MAPA DE RELACIONES





De forma regular y menos usual, se mantiene una relación con el representante legal y la coordinadora de contenido digital, quienes no tienen una relación frecuente. La relación con la directora de alianzas y comunicaciones, así como con la dirección administrativa y financiera se encuentra débil, ya que las labores y funciones son distantes, lo que refleja una comunicación limitada. Por otro lado, se evidenció que las niñas y adolescentes se relacionan más con el equipo de voluntariado puesto que tienen más espacios de interacción y participación.

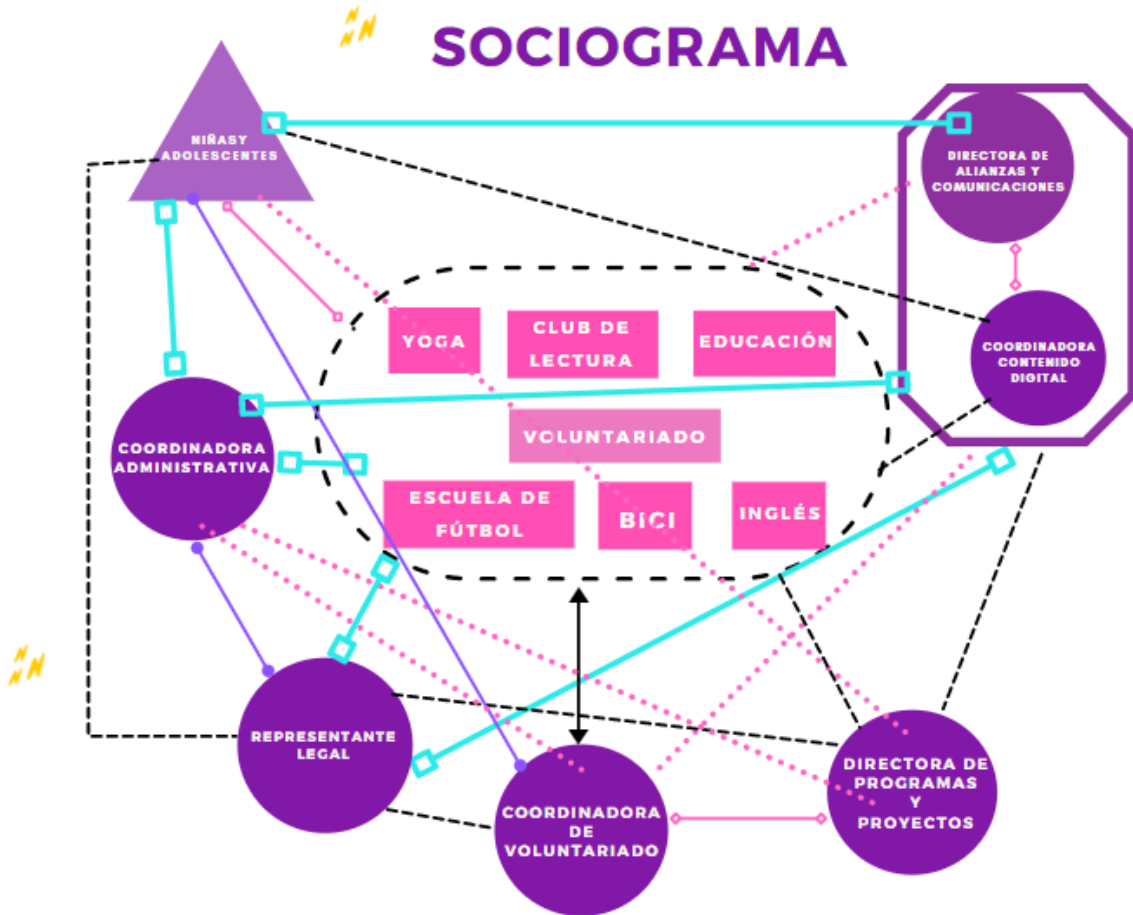
A modo de conclusión, se puede describir que el área con la cual se ve una relación más débil es con el equipo voluntariado, quienes no tienen una cercanía con las demás áreas, al tener solo contacto con la coordinadora de voluntariado y la directora de programas.

Con base a lo anterior se puede establecer que falta mejorar los procesos de interacción, comunicación y participación entre el equipo de voluntariado, administrativos y directivos. Es pertinente destacar que, entre los resultados de la encuesta, los voluntarios calificaron su comunicación con las personas que integran la fundación como amable, respetuosa y con una escucha activa.

### *1.8.3 Análisis de relaciones a partir del sociograma*

El siguiente Sociograma se construyó con el fin de identificar las relaciones internas de la fundación y específicamente del equipo voluntariado con las demás áreas que integran dicha organización.

# SOCIOGRAMA



<b>1</b> Sujeto a analizar 	<b>2</b> Área interna en la fundación 
<b>3</b> Externo 	<b>4</b> Relación fuerte 
<b>5</b> Personas individuales 	<b>6</b> Colaboración 
<b>7</b> Baja 	<b>8</b> Puntual 
<b>9</b> Aislamiento 	<b>10</b> Interdependencia 

GRÁFICO 18 CREACIÓN PROPIA - SOCIOGRAMA



Por medio de esta herramienta, se logró evidenciar que hay varios aislamientos y relaciones puntuales entre el equipo voluntariado, la coordinadora administrativa, directora de alianzas y comunicaciones, lo que demuestra que falta fortalecer su interacción y comunicación para generar una articulación entre las mismas. De igual forma, se observa que el equipo de voluntariado tiene una relación puntual con la coordinadora de contenido digital, coordinadora de voluntariado y directora de programas y proyectos, este vínculo diferencial genera una fricción en los procesos de comunicación.

Frente a la relación del representante legal con el equipo de voluntariado, se puede decir que es aislada, ya que los temas que maneja desde su cargo, son más administrativos y financieros. Adicionalmente, se evidencia que dentro de la organización se pueden presentar conflictos, los cuales no generan un alto impacto en las relaciones, ya que no existen ambientes hostiles y se resuelven desde el diálogo y nuevas propuestas.

Siguiendo este análisis, se ve la necesidad de fortalecer espacios en los cuales el equipo voluntariado pueda interactuar y participar en conjunto con todas las áreas, con el objetivo de crear lazos más fuertes, cercanos y que se sientan parte de la organización.

#### ***1.8.4 Matriz comunicacional***

A continuación, se relaciona la matriz de actores y prediagnóstico comunicacional por medio de las cuales se identificaron los canales, flujos, lenguajes y códigos de los actores y sus relaciones al interior de la fundación Niñas Sin Miedo.



PREDIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL						
N°	LOS ACTORES	CON QUIÉN SE COMUNICA	CONTEXTO	CANALES	LENGUAJES Y CÓDIGOS	FLUJOS
1	Directora de programas y proyectos	Coordinador de voluntariado, Coordinación de campañas y contenidos digitales, Coordinador Junta directiva, directora de alianzas y comunicaciones y Representante Legal Encargado	La labor la desempeña una persona y a su cargo está el desarrollo de programas y proyectos que hacen parte del currículum, el cual está enfocado en temas deportivos y de educación en Derechos Humanos, Sexuales Y Reproductivos.	WhatsApp	Oral Informal Coloquial Confianza Abierta	Horizontal, una vez semanal.
				Reuniones virtuales	Oral Informal Precisa Directa	
				Correos Electrónicos	Escrito Formal Directo	
				Encuentros presenciales	Presencial Oral Coloquial Informal Confianza	
		Equipo de voluntariado		WhatsApp	Oral Informal Coloquial Abierta	Horizontal según la necesidad.
				Encuentros presenciales	Presencial Oral Coloquial Informal Directa	



2	Coordinadora de voluntariado y procesos en comunidad	Directora de programas y proyectos	La persona lidera el equipo de voluntarios, es quien se encarga de generar convocatorias, selección, inducción y acompañamiento, adicionalmente maneja procesos de comunicación con padres de familia, Alcaldía de Soacha, colegios y colectivos.	WhatsApp	Oral Informal Coloquial Confianza Abierta	Horizontal, una vez semanal.
		Encuentros presenciales		Presencial Oral Coloquial Informal Confianza		
		Equipo de voluntariado	La Fundación Niñas Sin Miedo, está ubicada en la comuna cuatro de Ciudadela Sucre en Soacha Cundinamarca. En total, son 904 niñas, niños y adolescentes víctimas de violencias, el 61%, dirigidas exclusivamente hacia las niñas (347 niños y 557 niñas).	Llamadas telefónicas.	Oral Informal Directa	Horizontal según la necesidad
				WhatsApp	Oral Informal Coloquial Constante Confianza	
				Encuentros presenciales	Presencial Oral Coloquial Informal Confianza	
		Niñas y adolescentes	La Fundación Niñas Sin Miedo, está ubicada en la comuna cuatro de Ciudadela Sucre en Soacha Cundinamarca. En total, son 904 niñas, niños y adolescentes víctimas de violencias, el 61%, dirigidas exclusivamente hacia las niñas (347 niños y 557 niñas).	Llamadas telefónicas.	Oral Informal Directa Abierta	Horizontal según la necesidad
				Encuentros presenciales	Presencial Oral Coloquial Informal Abierta	



				WhatsApp	Oral Informal Coloquial Directa	
3	Directora de Alianzas y comunicaciones	Coordinador de voluntariado, Coordinación de campañas y contenidos digitales, Coordinador Junta directiva, directora de programas y proyectos y Representante Legal Encargado	Elabora las presentaciones de los proyectos y líneas de sostenibilidad para ser presentadas al sector empresarial, adicionalmente apoya la imagen institucional y su posicionamiento en canales de comunicación y comunidades digitales.	WhatsApp	Oral Informal Coloquial Escrito Formal	Horizontal, una vez a la semana (Equipo Fijo) Horizontal y directa con la coordinación de contenidos digital
				Correos Electrónicos	Escrito Formal Directo	
				Llamadas telefónicas.	Oral Informal Abierta	
				Encuentros presenciales	Presencial Oral Coloquial Informal	
				Reuniones virtuales	Oral Informal Abierta	
4	Coordinadora de campañas y contenidos digitales	Coordinador de voluntariado, directora de Alianzas y comunicaciones, Coordinador Junta directiva, directora de programas y proyectos y Representante Legal Encargado	Es la encargada de elaborar piezas gráficas para redes sociales y apoyo de comunicación interna y externa de la fundación, también cumple con requerimientos de las demás áreas.	WhatsApp	Oral Informal Coloquial Confianza	Horizontal, una vez semanal
				Reuniones virtuales	Oral Informal Abierta	



				Encuentros presenciales	Presencial Oral Coloquial Informal Confianza Abierta	
				Llamadas telefónicas.	Oral Informal Abierta Confianza	
				Correos Electrónicos	Escrito, Formal	
		Equipo de Voluntariado		WhatsApp	Oral Informal Coloquial Escrito Formal Confianza	Horizontal, según la necesidad
5	Representante Legal Encargado	Coordinador de voluntariado, directora de alianzas y comunicaciones, Coordinador Junta directiva, directora de programas y proyectos y Coordinación de campañas y contenidos digitales	Es quien está actualmente a cargo de las funciones legales y administrativas que realiza en nombre de la fundadora y directora, quien está de licencia.	WhatsApp	Oral Informal Coloquial	Horizontal, una vez semanal
				Reuniones virtuales	Oral Informal Directa	
				Encuentros presenciales	Presencial Oral Coloquial Informal Confianza	
				Llamadas telefónicas.	Oral Informal Abierta	



6	Equipo de voluntariado	Área de Coordinación de Voluntariado y directora de programas y proyectos	El equipo se encarga de ejecutar las actividades dirigidas a las niñas y adolescentes en la comunidad de Ciudadela Sucre, Soacha, las actividades se centran en labores deportivas y educativas (bicicleta, yoga, inglés, educación, fútbol, club de lectura).	Correos Electrónicos	Escrito Formal Directo	Horizontal, según la necesidad
		Niñas y adolescentes		Encuentros presenciales	Presencial Oral Coloquial Informal Confianza Abierta	
				WhatsApp	Oral Informal Coloquial Abierta	
				Encuentros presenciales	Presencial Oral Coloquial Informal Confianza Abierta	Horizontal semanalmente

TABLA 1 CREACIÓN PROPIA – MATRIZ PREDIAGNOSTICO COMUNICACIONAL

REALIDADES		DATOS	CAUSAS		TENDENCIAS	LÍNEAS DE ACCIÓN
POSITIVAS	NEGATIVAS		PROFUNDAS	SUPERFICIALES		





<p>Se tiene una buena comunicación entre todas las áreas internas y se fortalece en las reuniones de equipo.</p>		<p>Hay reuniones semanales en las que participan las áreas internas de la fundación, y es frecuente su comunicación por medio de whatsapp</p>	<p>Se sienten en un espacio de cercanía para dialogar</p>	<p>Existe el espacio virtual para compartir información, aunque no es suficiente.</p>	<p>Las áreas van a continuar con mejores procesos de comunicación sin que eso impacte las relaciones interpersonales</p>	<p>Fortalecer las actuales reuniones con espacios menos informativos y más dialógicos y dinámicos, para que se sigan promoviendo los espacios de participación y comunicación.</p>
	<p>Falta más relacionamiento y espacios con el equipo de voluntariado.</p>	<p>A raíz de la pandemia COVID-19 no se ha dado la oportunidad de generar espacios que permitan un relacionamiento más cercano.</p>	<p>Falta de atención a los procesos que desarrolla el equipo de voluntariado</p>	<p>Falta de organización para involucrarlos en actividades y espacios de diálogo.</p>	<p>Los voluntarios no se sentirían motivados y terminarían su proceso antes del tiempo establecido</p>	<p>Crear espacios de interés para la coordinación de voluntarios con el fin de dimensionar la importancia que tienen los voluntarios para la parte interna y externa de la fundación.</p>
<p>Es muy buena la percepción que tiene el voluntariado a la hora de hablar de la fundación.</p>		<p>De los 45 voluntariados, 30 manifiestan tener un alto sentido de pertinencia</p>	<p>Se evidencia un alto grado de confianza hacia la fundación.</p>	<p>Los voluntarios han tenido experiencias en procesos sociales y trabajo con comunidad, por ello se sienten a fin con la organización</p>	<p>Van a seguir recibiendo personas interesadas en realizar el voluntariado.</p>	<p>Buscar estrategias para mantener la confianza y fortalecer la comunicación de los voluntariados con la fundación</p>



	Existen pocos espacios de retroalimentación de las labores realizadas por el equipo voluntariado	Solo se realiza una reunión informativa quincenal, donde asisten los líderes de cada programa de voluntariado	Se brinda autonomía en la labor de voluntariado, sin embargo, se deja de lado un seguimiento más profundo al trabajo que realizan	Falta de organización para involucrarse en espacios de diálogo.	Los programas que maneja el equipo de voluntariado seguirán estando desarticulados ya que no cuentan con una buena retroalimentación	Generar más apertura al diálogo por medio de comités los cuales aporten a los procesos de aprendizaje que realiza el equipo voluntariado
Hay un conocimiento en temas de género lo cual permite una buena comunicación entre los líderes de cada área		Gran parte de los líderes cuenta con estudios profesionales en temas de género.	Les apasiona los temas de género	Existe diálogo entre los mismos líderes de área de los conocimientos en el tema, aunque no son suficientes.	Seguirá un proceso de buena comunicación en temas de género entre los líderes, sin embargo, no existen los espacios para impartir esos saberes a los demás colaboradores de la Fundación	Implementar estrategias que permitan el aprendizaje mutuo entre todos los colaboradores.
	No hay suficientes herramientas para transmitir conocimientos en todas las áreas en temas de Derechos Humanos, Sexuales y Reproductivos, temas fundamentales para la población con la cual se trabaja.	No existen cartillas, guías o implementos que hagan referencia a temas de género y derechos humanos, sexuales y reproductivos	Se visualiza poco conocimiento en temas de derechos humanos por parte de algunos voluntariados	Ausencia de herramientas, las cuales ayuden a mejorar el proceso de aprendizaje y enseñanza de los voluntariados	Si no se implementan estas herramientas es posible que no se logre cumplir a totalidad el objetivo de la fundación	Fortalecer los conocimientos afines al objetivo de la fundación por medio de capacitaciones, charlas y material didáctico que se brindarían al equipo de voluntariado

TABLA 2 CREACIÓN PROPIA – MATRIZ REALIDAD COMUNICACIONAL

## 2 ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN

### 2.9 ANÁLISIS DOFA

# DOFA

#### FACTORES INTERNOS



#### FACTORES EXTERNOS



### Fortalezas

- 1 Capacidad de interacción entre las áreas.
- 2 Reconocimiento de la fundación
- 3 Trabajo en equipo y cooperación
- 4 Alianzas y redes de comunicación entre los/as trabajadores/as

### Debilidades

- 1 Pocos espacios de participación.
- 2 Falta de comunicación de los procesos internos y administrativos hacia el equipo de voluntariado.
- 3 Falta articulación en las labores de los diversos equipos de voluntariado.
- 4 Falencia en comunicar y reconocer procesos con resultados no favorables.

### Oportunidades

- 1 Por medio de las alianzas conseguir herramientas las cuales aporten a los procesos que se desarrollan en la fundación.
- 2 La identidad de género es uno de los temas más tratados en la actualidad, por lo que la fundación puede cumplir con el objetivo de llegar a más regiones del país.
- 3 La expansión de los medios digitales y diversas plataformas que logren mayor movilización y visibilidad de las actividades que se desarrollan en la fundación.
- 4 El ciclismo uno de los ejes importantes en la historia de la mujer y como una herramienta pionera de la fundación para procesos de educación experiencial en Colombia.

### Amenazas

- 1 Las actividades deportivas que se realizan en espacio público, pueden verse afectadas por exigencias de la comunidad.
- 2 No hay un lugar propio donde se desarrollen las actividades de la fundación (la sede funciona en una vivienda en arriendo)
- 3 No contar con incentivos o alianzas que ayuden a la sostenibilidad de la fundación.
- 4 Oportunidad laboral o de voluntariado en otra organización en la que tengan mejores condiciones de bienestar.

TABLA 3 CREACIÓN PROPIA – ANÁLISIS DOFA



### 2.9.1 Cruce DOFA

## CRUCE DOFA

<b>FO</b>	<p><b>1.1</b> Generar espacios de interacción y participación, como talleres y eventos que logren articular una mejor relación entre los trabajadores.</p> <p><b>2.2</b> Fortalecer el interés y sentido de pertenencia que se tiene hacia la fundación por medio de contenido de identidad de género y derechos sexuales y reproductivos de las niñas.</p> <p><b>3.3</b> Utilizar diferentes medios digitales para integrar a todos los colaboradores y mejorar el trabajo en equipo.</p> <p><b>4.4</b> Desarrollar nuevos espacios de relacionamiento a través del deporte como lo es el ciclismo.</p>
<b>DO</b>	<p><b>1.1 2.2 3.3 4.4</b></p> <p>Crear procesos integrados que permitan articular, comunicar, y participar a través de espacios que den paso al desarrollo de estos objetivos. También, establecer espacios digitales en los que puedan expresarse de forma anónima para generar más cercanía y tener más confianza para mejorar procesos internos.</p>
<b>FA</b>	<p><b>1.1</b> Diseñar un cronograma con tiempo de antelación para llevar a cabo espacios de interacción y contar con mayor participación, así mismo, presentar ante la Junta de Acción Comunal los proyectos que se tienen y las fechas para el desarrollo de las actividades.</p> <p><b>2.2</b> Seguir posicionando la Fundación en la comunidad y realizar contenido de interés para que más niñas asistan.</p> <p><b>3.3 4.4</b></p> <p>A través de incentivos intangibles y tangibles fortalecer el trabajo en equipo. Además, ampliar y mejorar los canales de comunicación para reforzar los procesos y generar una fidelización en todos los colaboradores.</p>
<b>DA</b>	<p><b>1.1 3.3 4.4</b></p> <p>Diseñar, crear y estructurar un programa de seguimiento dirigido a todos los actores de la fundación (inversores/as, equipo fijo, equipo de voluntariado, comunidad, niñas, embajadores), lo cual permita cumplir con los objetivos a nivel interno y externo de la organización.</p> <p><b>2.2</b></p> <p>Generar un plan de actividades enfocado al equipo de voluntariado con el fin de establecer mejores relaciones con el equipo fijo de la fundación y generar un sentido de pertenencia.</p>

TABLA 4 CREACIÓN PROPIA – CRUCE DOFA

### 2.9.3 Siete casillas de Weisborn

Con el objetivo de analizar la realidad corporativa se usó el modelo de las Seis Casillas de Weisbord, para tener una visión más cercana de los procesos que se llevan a cabo dentro de la fundación, lo cual se relaciona a continuación:



GRÁFICO 19 CREACIÓN PROPIA - SEIS CASILLAS DE WEISBORD

Teniendo en cuenta el gráfico, se puede establecer que en la organización el liderazgo principal lo lleva el Representante Legal Encargado, quien está al tanto de las actividades realizadas por las diferentes áreas, es de resaltar que cada área es autónoma a la hora de desarrollar y dar cumplimiento a sus funciones y responsabilidades, sin embargo, se requiere de un proceso para motivar o incentivar a los colaboradores de la fundación. Adicionalmente, se puede determinar que falta fortalecer las dinámicas y medios para el manejo de los conflictos que surgen entre el equipo con el fin de mejorar el clima laboral.



### 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO (PESTEL)

Para este análisis del entorno se toma como base la herramienta **PESTEL** con el fin de conocer los factores del entorno de la fundación, lo cual permite identificar las amenazas y oportunidades de la organización, teniendo en cuenta los factores político, social, económico, tecnológico y ambiental, según este análisis se podrá identificar necesidades y oportunidades para aprovecharlas o mitigarlas.

#### 3.1. Factor Político/Legal

La fundación Niñas Sin Miedo cumple con las normas del Código Civil, bajo el Decreto 2150 de 1995 y demás normas complementarias, por lo anterior en el acta No. 001 del 11 de marzo de 2016, de Asamblea de Fundadores, quedó inscrita en la Cámara de Comercio el 12 de mayo de 2016 con el No.00261908 del Libro I de las entidades sin ánimo de lucro.

Según los parámetros establecidos, la fundación pertenece al tercer sector, clasificada como microempresa, por ello no debe aplicar las Normas Internacionales de Información Financiera sino a las Normas de Información Financiera local. La entidad que ejerce la función de inspección, vigilancia y control es la Alcaldía Mayor de Bogotá, ya que el centro administrativo de la fundación y su creación se realizó en la capital, pese a que el centro de empoderamiento está ubicado en Soacha.

#### 3.2 Factor Económico y social

Frente al nivel socioeconómico de la comunidad de Soacha de los 660.179 habitantes, que viven en el municipio; 126 mil pertenecen a los estratos 1 y 2 y un 22% vive en estrato 3. El resto de estratos son inexistentes. Muchas de estas personas han llegado hasta el municipio huyendo del conflicto armado. El Centro Nacional para la Atención a Víctimas indica que entre 1985 y 2018 han llegado a Soacha 55.538 desplazados, de los cuales 51.265 han sido declarados oficialmente. El mayor registro se dio en 2017, con 5.672 víctimas de desplazamiento forzado. (Rural, 2020)

De acuerdo con las cifras registradas por Migración Colombia al cierre del mes de enero del año 2021 el municipio de Soacha, representa el 1,52% de la concentración a nivel nacional, y se ubica en la posición 14 de los lugares en Colombia con mayor presencia de población migrante del país venezolano, y según la entidad, 11.250 venezolanos en Soacha cuentan con un Permiso Especial de Permanencia (PEP).



También se presenta el difícil acceso a la comuna 4, ya que para desplazarse hasta allí es necesario tomar un colectivo particular que se movilice desde la avenida de la Autopista Sur hasta el sector ya mencionado.

### 3.3 Factor Tecnológico

La comuna 4 de Soacha cuenta con un acceso limitado a internet, además, existen demasiadas brechas tecnológicas, puesto que no cuentan con herramientas, y aunque Colombia trabaja en la expansión de gasto en TIC, aún hay deficiencias, que no solo se reflejan en el municipio sino a nivel regional y nacional, pues pese a la implementación de políticas e iniciativas en el país, este ocupa el puesto número 64 dentro del ranking de los países más digitalizados, según indica el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, (TIC).

A este se le suman otros temas relacionados a la brecha digital en los hogares del país como por ejemplo el desinterés y desconocimiento para usar un computador, así mismo, el acceso a internet, cobertura y conexión a la misma, lo cual se refleja en la siguiente tabla de datos:

Hogares colombianos que no les interesa usar computador de escritorio, portátil o tablets.	2'551.016 Hogares
Hogares colombianos que no saben cómo usar computador de escritorio, portátil o tablets	959.336 Hogares
Hogares colombianos que no les interesa usar una conexión a internet	2'661.993 Hogares
Hogares colombianos que no saben cómo usar una conexión a internet	492.226 Hogares
Hogares colombianos que no tienen cobertura en la zona en internet	274.839 Hogares

TABLA 5: BRECHA DIGITAL EN COLOMBIA, CREADO: REVISTA UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

Esto demuestra que influyen varios factores con relación a la brecha digital del país, y afecta el acceso a internet, y por ende limita a algunos colombianos a su uso.



### 3.4 Factor Ecológico

El sector de Ciudadela Sucre colinda con la Laguna de Terreros, hay urbanizaciones legalizadas en sus terrenos, pero también existen zonas de invasión. El barrio sufre importantes carencias a nivel de infraestructura vial y sistemas de transporte, ya que el 97% de las vías está sin pavimentar.

En dicho lugar se presenta una situación de riesgo, debido a fenómenos de desorden ambiental, social, cultural, físico, económico y espacial, lo cual causa una discontinuidad del paisaje. Por su ubicación geográfica, esta zona es propensa a deslizamientos, además, se evidencia la construcción concentrada que genera contaminación de partículas, emisión de contaminantes y el descenso de especies como la flora y fauna del lugar.

No hay que desconocer que en esta zona existen acciones de minería ilegal en un 91%, que generan consecuencias a la comunidad, en donde se identifican oportunidades laborales y a su vez falencias que afectan la calidad del ambiente.

## 4. PREGUNTA ORIENTADORA

**¿Qué estrategias podría implementar la fundación para hacer que el proceso de voluntariado sea más orgánico, y así mismo mejorar las relaciones con todas las áreas?**

## 5. PROBLEMA NECESIDAD U OPORTUNIDAD

El equipo de voluntariado es parte vital del crecimiento del proyecto, ya que son personas que prestan su tiempo a la fundación, para hacer posible la ejecución de talleres, actividades, y proyectos a distancia y presenciales. Es importante mencionar que el equipo de voluntario cumple un papel fundamental dentro de la organización, puesto que son los que llevan a cabo los programas que ofrece la misma, es decir, sin ellos no existiría quien desempeñe esta labor y cumpla con el objetivo de la organización.

A raíz de las encuestas y entrevistas realizadas, se conoció más acerca de la labor del voluntariado y su importancia en la fundación, así mismo, se logró identificar tanto falencias como procesos positivos. Entre los procesos negativos se encuentran; la falta de comunicación de los/as voluntarias/as con el equipo fijo de la fundación, limitados canales de comunicación, puesto que solo utilizan WhatsApp e información vía correo electrónico, además, se evidencia una ausencia de espacios de integración, acompañamiento, aprendizaje, seguimiento y reconocimiento.



En cuanto a la falta de comunicación, se reflejó que solo tienen una interacción frecuente con la coordinadora de voluntariado y comunidad, y la directora de programas, es decir que falta un fortalecimiento con las demás áreas internas de NSM y los canales principales. El COVID-19 ha afectado y generado un cambio al nivel de relacionamiento, estos medios virtuales son los que se utilizan actualmente, pero, es importante que se siga generando espacios de interacción y comunicación entre todos los colaboradores, es por ello que se deben fomentar encuentros para que el equipo de voluntariado permanezca activo y animado, pues la organización no podría desarrollar los procesos a cabalidad.

Como se mencionó anteriormente, se encontraron aspectos positivos en las encuestas y entrevistas, se logró visualizar la gran acogida de los voluntarios hacia la fundación y la cooperación que hay entre las personas que conforman el equipo de voluntariado. A raíz de estos se generan lazos de amistad y compromiso, los cuales hacen que la labor del voluntariado sea ejecutada con más confianza y dedicación, adicionalmente, se identifica que la Fundación Niñas Sin Miedo en temas de voluntariado logra en sus convocatorias tener un alto nivel de postulación, lo que demuestra que la fundación refleja una imagen positiva ante la comunidad.



GRÁFICO 20: CREACIÓN PROPIA - ÁRBOL PROBLEMA



Según el árbol de problemas, se refleja que se debe fortalecer la comunicación, ya que es uno de los elementos claves en una organización, gracias a esta se logran generar lazos y tejidos sociales, los cuales ayudan a construir, transformar procesos y espacios para el bien de la organización. De igual forma, es fundamental fortalecer estas redes de comunicación, en vista de que no solo logrará un mejoramiento en los procesos sociales y administrativos, sino que también mejorará el proceso de comunicación externa y la comunicación con las niñas beneficiarias de la fundación, sus acudientes y/o padres de familia.

De tal modo, se ve la importancia del equipo de voluntariado para la continuidad de los programas y proyectos de la fundación. Por consiguiente, es necesario generar un plan estratégico de comunicación que permita mejorar los procesos dentro de la fundación con el equipo de voluntariado, esto con el fin de que tengan un mejor sentido de pertenencia, que su labor sea resignificada, y proponer herramientas para mejorar el desarrollo de sus procesos de voluntariado y que la fundación siga fortaleciendo aptitudes de cada persona que hace parte del equipo. Es por ello que, si se mejoran los procesos de comunicación, relacionamiento y de resignificación para el voluntariado, no solo mejorará esta área, sino también aportará al crecimiento sólido de toda la fundación.

Consideramos que, si se trabaja en una comunicación horizontal, donde se tenga en cuenta los aportes y opiniones del equipo, se puede aportar a diversos campos débiles de la fundación. Pues al emplear espacios de comunicación, el equipo de voluntariado y administrativos no solo estarían recibiendo información, sino apropiándose de sus intereses y/o saberes para actuar y transformar desde espacios que favorezcan la organización, cabe señalar que sin esta comunicación no se podría fortalecer la interacción de los actores que integran a Niñas Sin Miedo y promover esos espacios de participación entre los mismos.

Así mismo, se puede hablar del tejido social como esa mayor riqueza que puede tener la fundación y donde se dan esos primeros pasos para transformar desde el papel que desempeña cada persona que hace parte. Fortaleciendo retos, desafíos de convivencia, aprendizajes y todo un trabajo en comunidad.



## 6. OBJETIVOS

### 6.1 Objetivo General

Fortalecer al equipo de voluntariado de la Fundación Niñas Sin Miedo, por medio de la comunicación estratégica y la participación activa, con el fin de dar continuidad a los programas y proyectos de la organización.

### 6.2 Objetivos específicos

- Conocer la estructura organizacional de la fundación Niñas Sin Miedo, para fortalecer y mejorar procesos internos que ayuden a cumplir los objetivos.
- Comprender el rol del equipo de voluntariado desde su vinculación hasta finalizar su periodo de apoyo, con el fin de mejorar su experiencia dentro de la organización.
- Identificar las relaciones y la comunicación que tiene el equipo de voluntariado, para generar una articulación entre los mismos.

## 7. ANTECEDENTES

Para hablar sobre los procesos de voluntariado y cuál es el rol que este cumple en la organización es importante hacer mención a lo que significa la palabra voluntariado, según Luciano Tavazza “un ciudadano que, una vez cumplidos sus deberes de estado (estudios, familia, profesión) y civiles (vida administrativa, política o sindical) se pone a disposición desinteresada de la comunidad, promoviendo la solidaridad. Para ello ofrece energías, capacidades, su tiempo y, eventualmente, los medios de que dispone, como respuesta creativa a las necesidades emergentes del territorio y, prioritariamente a aquéllas que corresponden a los marginados. Todo ello, preferiblemente, mediante la acción de un grupo que suministre la formación permanente y la continuidad del servicio en colaboración con las instituciones públicas y las fuerzas sociales” (Tavazza, L., 1995. En: Emilio López Salas, 2009, p22).



Pero es bueno mencionar que a raíz del tiempo y de la historia el concepto de voluntariado se redefine constantemente, evidenciando siempre la relación que debe tener con el bienestar colectivo y la participación social, aportando a una transformación social, pues el papel de este ser está lleno de acciones humanas que son cambiantes y complejas como la humanidad misma y sus diversos contextos históricos y culturales.

En este orden de ideas hacemos mención a organizaciones sin ánimo de lucro que su sustento principal son los voluntarios, en primera instancia tenemos a “Un techo para mi país”, la cual trabaja con determinación en los asentamientos informales para superar la pobreza por medio de acciones sociales que impactan a la población, así mismo, uno de los objetivos principales es formar jóvenes voluntarios y voluntarias a través del vínculo relacional y el trabajo en conjunto con las personas afectadas.

“Un techo para mi país”, nace en el año 1991 en Chile, como una iniciativa para superar las injusticias de las diversas situaciones de pobreza, poco a poco fue creciendo y en 2006 logran tener un establecimiento formal en Costa Rica, Argentina, Colombia, entre otros. Actualmente, es una de las fundaciones con mayor reconocimiento a nivel latinoamericano, la cual ha dejado huella en la mayoría de pobladores. Es de destacar que el equipo de voluntarios de la fundación es muy fuerte, pues se identifican con el nombre de “Con los pies en la tierra” y la fundación ofrece escuelas de formación comunitaria, ciclos de talleres de profundización en trabajo comunitario, también, les permite tener espacio de encuentro de saberes entre los mismos voluntarios con la coordinación de la fundación.

Por otro lado, se hace mención a la fundación “Aldeas infantiles”, la cual ofrece un modelo basado en la familia, para acoger a niños, adolescentes y jóvenes que han sido separados de sus familias, de igual forma, acompañan a las familias en riesgo social, para que desarrollen capacidades con el fin de proteger adecuadamente a sus hijos e hijas. La fundación en Colombia existe desde hace 50 años aproximadamente y tiene diversos centros de atención en regiones del país, las cuales han sido afectadas por el conflicto armado, la violencia, o situaciones de emergencia. En cuanto a los voluntariados, se identifican como “Voluntariado SOS”, quienes tienen la oportunidad de conocer más sobre la situación de la infancia en el país, fortalecer el liderazgo, movilizar a otros y cambiar la sociedad desde un enfoque netamente social. Así mismo, cuentan con un proceso de resignificación de la labor, ya que tienen incentivos y/o reconocimientos que hace más visible la acción social.



En este mismo orden de ideas, se menciona a la fundación ANAR (ayuda a niños y adolescentes en riesgo), su objeto social se enfoca en promover la defensa de los derechos de los niños y adolescentes en la situación de riesgo y desamparo, es reconocida a nivel Mundial, principalmente en España y en toda Latinoamérica. Existe desde los años 1970, donde poco a poco ha tenido reconocimiento en el ámbito de los derechos humanos y en prevenir situaciones negativas para los niños. El voluntariado tiene diversas funciones y están posicionados como parte fundamental de la fundación, ya que afirman que sin ellos el objetivo de la fundación no se podría cumplir. De igual forma, dan la posibilidad a personas que se encuentran estudiando una carrera profesional, desarrollar las prácticas de grado y posgrado en la fundación, con el objetivo de formar personas con una mirada de transformación social.

También se destaca la fundación “Renacer contra la violencia Sexual”, la cual tiene como propósito contribuir a la no explotación de niñas y niños, mediante programas de acompañamiento y asesorías, desde una mirada de defensa, ayuda y protección. En su voluntariado se ofrece un aprendizaje amplio sobre los diversos tipos de temáticas que tienen relación con el objeto social.

Con lo anterior, podemos ver que una de las fuerzas más importantes a la hora de hablar de fundaciones enfocadas a la transformación social es el equipo de voluntariado, pues son quienes impulsan concretamente y hacen eficaz el objeto social de la organización. Cada vez se enfatiza que son un puente de transformación social, liderazgo y desarrollo social, están en una posición que requiere responsabilidad y compromiso con todos los actores que están involucrados en la acción de la organización.

Destacamos un estudio realizado en el año 2017 sobre Niñas Sin Miedo, el cual se centra en el “registro y transmisión de información en los talleres del programa de educación”. Esta investigación se abordó desde el campo del diseño social y cómo desde el rol de diseñador gráfico se puede contribuir a la responsabilidad social y de igual forma, a transformar y apoyar el diseño de procesos de aprendizaje en las niñas y adolescentes que participan en la fundación.

Dicho estudio elaborado por Erika Salas de la Universidad Piloto de Colombia, destaca que los elementos visuales son herramientas que aportan a las menores para vincular lo que aprenden con su entorno social, por lo que desde el campo del diseño sugiere fortalecer las habilidades artísticas para estimular la creatividad de cada niña, esto teniendo en cuenta que hacia el año de 2017 la



investigadora del trabajo, encuentra falencias en las herramientas que se usan para los métodos de aprendizaje, pues describe que los procesos de registro y transmisión de información en las actividades que se dictan presentan dificultades, por lo que propone que desde el diseño gráfico no solo se apoye al desarrollo metodológico de los talleres, sino también se ayude a potencializar herramientas como los cuadernos, desde este punto la investigadora propone la realización de un diario de experiencias de Niñas sin Miedo, para que las beneficiarias expresen lo que sienten por medio de dibujos o escritos en dicho diario.

Es pertinente mencionar que se halló otra investigación realizada en 2019 a la fundación por parte de Nicole Mayorga, de la Universidad Nacional de Colombia, en el que expone una “reflexión sobre el empoderamiento de niñas, desde el contexto de la fundación Niñas sin Miedo”, con el objetivo de comprender el fenómeno de empoderamiento que se lleva a cabo, teniendo en cuenta la relación “niñas-educación-empoderamiento”, a lo largo de este, la autora busca entender la propuesta de empoderamiento por parte de la fundación desde la mirada conceptual, experiencial y relacional.

En medio de su proyecto investigativo halló que se genera una transformación en el “entorno subjetivo y relacional de las niñas” en el que la organización ve el empoderamiento más allá de los indicadores que se registren frente a la prevención de violencia sexual y embarazo a temprana edad. Así mismo, reconoce que las menores identifican diversas situaciones de desigualdad y que la fundación fortalece temas de autoestima en las niñas beneficiarias, aportando así a su proyecto de vida. Además, resalta la bicicleta como herramienta pedagógica en los talleres y donde el “Yo sí puedo” contribuye a la construcción de una identidad poderosa. Con esto vemos que la fundación ha logrado generar reflexiones y desarrollar otras miradas frente a la labor que realizan en comunidad con las niñas y adolescentes.

Con lo anterior se evidencia que se han llevado a cabo otras investigaciones sobre la organización, que buscan aportar de forma significativa en los procesos que desarrollan los colaboradores y en especial el voluntariado, quienes son los que dictan los talleres y a partir de estos estudios han contribuido de alguna forma a la fundación en sus programas y proyectos.



## 8. CATEGORIZACIÓN

Teniendo en cuenta lo ya mencionado, es importante destacar las categorías que desarrolla el proceso de investigación: **comunicación organizacional integrada, gestión del cambio, voluntariado, participación activa y pensamiento estratégico**. Estas nos ayudaron a entender y comprender aún más la realidad de la organización y nos dieron una nueva mirada para poder gestionar un cambio en la misma.

En primera instancia, se hace mención a la categoría **voluntariado**, donde Joaquín García, manifiesta que “Los voluntarios son actores locales capaces de iniciativas que promueven la acción conjunta..., el voluntario se hermana esencialmente con la acción colectiva y su signo es la puesta en movimiento de la cultura cívica y la movilización de nuevos actores...pero su secreto está en el mismo movimiento que suscita, en la iniciativa que provoca, en la acción compartida que convoca” (p.3) Es decir, la posición de voluntario en una entidad u organización es como la columna vertebral del ser humano, puesto que se encarga de llevar a la realidad el objeto social de las organizaciones. En Niñas Sin Miedo, la postura del voluntariado va orientada a esa persona que da apoyo, guía, y es una inspiración para las niñas, puesto que se deja de lado el concepto de “asistencialismo” o “salvador(a)”, ya que el objetivo de la fundación va más de la mano a que las personas hagan parte de ella, sean una red de apoyo para las niñas y adolescentes, convirtiéndose en un ejemplo de vida, pero sin imponer pautas o conductas establecidas.

Es por ello que en la fundación Niñas Sin Miedo el voluntariado debe tener claridad en lo que realiza, y ser consciente del rol que tiene en la sociedad asumiendo con responsabilidad el compromiso de cada acción que decide apoyar para lograr un trabajo más fuerte en la sociedad. Es entonces que vemos la necesidad de fortalecer aún más el equipo de voluntariado, pues ya mencionado anteriormente es uno de los ejes principales que sostiene la fundación.



A continuación, mencionamos una de las categorías, la cual daría más apertura al fortalecimiento del equipo, esta es **participación activa**, ya que destacamos en toda la investigación que la interacción y el intercambio de saberes con todo el personal de la organización es de vital importancia porque hace ver la articulación de la misma, es bueno destacar a Daniela Bruno (2011), quien resalta que cada circunstancia nos demandará “nuevas miradas y renovadas formas de acercamiento”, además, agrega que; Esta manera relacional de la **comunicación** se comprende como un proceso de significación y producción de sentido en el que el intercambio informacional es sólo un aspecto más de cuantos están involucrados en el proceso. De esta manera, las prácticas comunicativas son comprendidas como espacios de interacción en los que se verifican procesos de producción de sentido. (Bruno, 2011, p.13).

Entendiendo lo anterior, las prácticas sociales que identifiquemos en el proceso de un diagnóstico nos permitirán reconocer la base de los problemas y así crear acciones para suplir esa necesidad, mejorar el panorama o transformar congruentemente los escenarios comunicacionales de la organización en la que estamos inmersas.

Por consiguiente, es importante señalar lo que nos dice Washington Uranga (2014) “Las prácticas sociales, entendidas como todo aquello que se vincula al ser y actuar del sujeto social en cada uno de sus escenarios de actuación, están cargadas de comunicación.” (p. 3); es decir que son situaciones, momentos, experiencias y actividades que se realizan de forma constante y que hacen parte de la forma de ser, el pensar y el actuar de una persona. Las prácticas sociales en el ámbito de la comunicación estratégica están centradas en transformar, aportar, construir, y aprender del saber de las personas que hacen parte del entorno, con el fin de crear y conformar tejido social, generando así un lazo de transformación que es el objetivo que la fundación busca cumplir.





También las prácticas sociales son actividades que se llevan a cabo de forma diaria en una comunidad y se desarrollan en la vida cotidiana, donde se generan redes de comunicación y tejido social. De acuerdo con Uranga (2014), la vida cotidiana “es el lugar donde los actores sociales construyen su identidad y procesan el modo de entender y de entenderse; también las formas de disputa y la manera en que vamos dando sentido a aquello que llamamos la realidad, siempre sujeta a visiones particulares y sesgadas por la coyuntura” (p.2). de tal modo, podemos considerar que la fundación es el espacio donde las personas expresan sus creencias, gustos, saberes y pasiones, los cuales se van dando según su contexto sociocultural y las relaciones que se crean entre estos para contribuir a la comunidad.

En este orden de ideas, se logra identificar que los medios de comunicación más utilizados son los medios digitales como whatsapp y correos electrónicos, en los que los procesos se deben mejorar para que la comunicación sea más eficaz, así mismo, es de mencionar que los encuentros presenciales y espacios que estén fuera del mundo digital, también son de relevancia, ya que en ellos es donde se logra una relacionalidad y una comunicación horizontal. Es por ello que mencionamos la categoría de **comunicación organizacional integrada**, como lo dice Margarida Khoriling (2012)

“Las estructuras de comunicación de las instituciones gubernamentales como de las organizaciones en general se encuentran con nuevos instrumentos o soportes del mundo digital, como: el correo electrónico, internet, blogs, fotologs, wikis, wikipedia, sala de prensa, chats, banco de datos, conectividad, interactividad, conexión, links, redes sociales de conversación (Orkut, Facebook, MSN, RSS, Web 2.0), entre tantos otros medios e instrumentos. Todos esos nuevos soportes deben ser utilizados, más no pueden prescindir de una planificación eficiente y de una producción adecuada”. (p. 15)

Retomando la categoría de comunicación organizacional integrada, la fundación cuenta con varias herramientas digitales y virtuales, pero no pueden dejar todos los procesos, métodos de crecimiento y acercamiento en ellas, puesto que estos espacios cumplen la función de ser una herramienta ágil para comunicarse, pero no deben ser el foco principal de la comunicación, ya que en estos procesos de relacionalidad entre los actores, debe primar la horizontalidad con la que se



transmite la comunicación y dar prioridad a saberes y experiencias colectivas, así como lo dice Margarida “Los receptores son actores activos que producen contenidos y nuevos significados que poseen mucho más fuerza” (Krohling, Margarida, 2012,p.15), estos contenidos llenos de ideas y nuevos saberes, son lo que le da el sentido a la fundación para consolidarse y convertirse en una fuente de comunicación horizontal y de construcción, pues si se ve a todos los colaboradores desde una mirada de participación activa va a ser posible el mejoramiento de las relaciones entre todas las áreas.

De igual forma, es bueno mencionar que durante la investigación se logró evidenciar una amplitud de intereses de los colaboradores para aportar a la fundación a su crecimiento, pero a la vez se presentan unas falencias en cuanto a la comunicación y sus canales, los cuales están obstaculizando la buena ejecución de las labores, específicamente por el equipo de voluntariado, como lo dice la autora Margarida Krohling (2012)

“Debido al hecho de que las organizaciones están formadas por personas, la comunicación constituye un factor determinante para su existencia y supervivencia. El aporte comunicacional se torna, por lo tanto, imprescindible para viabilizar en la práctica del día a día los procesos, las redes de conexión, las interacciones, la vehiculación de los medios internos y externos y el pleno funcionamiento de cualquier organización”. (p.6)

Puesto que, fortalecer la comunicación es uno de los mayores procesos que debe realizar una organización, ya que a través de ella se logran grandes lazos y tejidos sociales, los cuales ayudan a construir y transformar procesos y espacios para el bien de la organización. Es por esto que, es fundamental fortalecer estas redes de comunicación, ya que no solo logrará un mejoramiento en los procesos sociales y administrativos, sino que también mejorará el proceso de comunicación externa y la comunicación con las niñas beneficiarias de la fundación, sus acudientes y/o padres de familia. Pues si se mejoran los procesos de comunicación, relacionamiento y de resignificación para el voluntariado, no solo mejorará esta área, sino también aportará al crecimiento sólido de toda la fundación, Margarida Krohling Kunsch (2012) nos dice que:



“Si pensamos la comunicación en las organizaciones de forma comprensiva y holística, tenemos que preocuparnos con una sinergia de propósitos y acciones. Las acciones comunicativas precisan ser guiadas por una filosofía y una política de comunicación integrada que tengan en cuenta las demandas, los intereses y las expectativas de los públicos y de la sociedad”. (p. 23)

Es decir, que, si se centra en una comunicación horizontal y que tenga en cuenta los aportes y opiniones del equipo, se puede aportar a diversos campos de la fundación. Así mismo, es importante resaltar que a pesar de que el rol del voluntariado es uno de los más importantes de la fundación, las demás áreas también tienen su nivel de importancia, ya que todo lo que construye la fundación hace que esta siga su funcionamiento, por ello se habla de una comunicación integrada, la cual pueda abarcar todos los aspectos que hacen parte de la organización, en este caso, iniciando con el fortalecimiento de los procesos comunicacionales del equipo de voluntariado.

Ante esta afectación en los procesos de comunicación, se trae a colación la categoría de pensamiento estratégico, donde Sandra Massoni indica que se debe “reposicionar los canales de comunicación, utilizarlos para hacer circular productos y hacer emerger espacios que aporten a procesos de conocimiento y de transformación” (2007. p.11), pues es por medio de estos canales es que la fundación puede lograr grandes cambios, ya que “los canales cumplirán su cometido si los mensajes, productos y espacios se incorporan como parte de una estrategia de comunicación que los comprenda, los incluya y les dé marco específicamente conversacional, de comunicación como encuentro con el otro” (p.12).

Según lo anterior, es importante esta perspectiva, puesto que en la fundación los canales de comunicación con los voluntariados son usados más para informar que para comunicar, es por tanto que se ve la necesidad de re-pensar el contexto en el que circulan los mensajes de la organización, y por tanto generar espacios que salgan de la línea de emitir mensajes y más en crear comunicación. Ante el tema Massoni precisa entonces que:



“La comunicación es un espacio de cruce que atraviesa lo social y que, como tal, excede en mucho a los mensajes. Es el espacio en el que se usan los textos y los objetos socioculturales; el uso –en el sentido de aquello no previsto inicialmente- es lo que permite el cambio y la transformación, porque permite la diferenciación” (p.10)..

Pues al emplear espacios de comunicación, los voluntarios y administrativos no solo estarían recibiendo información, sino apropiándose de sus intereses y/o saberes para actuar y transformar desde espacios que favorezcan la organización, cabe señalar que sin esta comunicación no se podría lograr entonces fortalecer la interacción de los actores que integran a Niñas Sin Miedo y promover esos espacios de participación entre los mismos, teniendo como base los “procesos cognitivos” que se producen, ya que si no se tiene en cuenta este factor, la falta de disposición o comprensión puede afectar las oportunidades que se tengan en la fundación.

La investigación ha reflejado la necesidad que existe de fortalecer espacios en los cuales el equipo voluntariado pueda interactuar y participar en conjunto con las áreas, con el objetivo de crear lazos más fuertes, aplicando lo que nos dice Rafael Alberto Pérez, quien señala que se debe sustituir al “actor racional” por el “relacional”, a partir de una interacción más participativa y relacional y cambiando entonces “lo caótico y complejo”, para aplicar lo que nos dice Pérez sobre la Nueva Teoría Estratégica y centrándose en la categoría de Pensamiento Estratégico, se debe trabajar por un ambiente funcionalista e innovador y no lineal, lo cual se puede dar desde la articulación de todos los actores que conforman la fundación desde la escucha activa, el diálogo y el reconocimiento del otro, comprendiendo así que hay diferentes racionalidades que logran una armonización de las mismas para ir adaptando un sistema más estratégico al interior de la fundación con el fin de que el equipo voluntariado fortalezca sus relaciones y por tanto las demás áreas le den más valor a la labor que un actor clave como lo es el equipo de voluntariado, ya que a través de su labor aporta a las niñas y adolescentes, y por ende a la organización, lo que se busca es que estos puedan aprovechar espacios de participación y sea resignificada su labor.

Es por tanto que se considera pertinente destacar lo que señala Pérez, quien asegura que debemos “vernos como seres relacionales, como sistemas abiertos, dinámicos y complejos



insertos en una trama de relaciones en la que participemos de forma estratégica para transformar” (2008.p.197), lo cual no es visibilizado en Niñas Sin Miedo, en vista de que los voluntario/as aunque están vinculados a la organización su comunicación y relación está centrada en las niñas y adolescentes, reflejando así poca cercanía con los administrativos y demás colaboradores de la organización, demostrando que están más aislados de la parte interna y por tanto viendo que son tenidos en cuenta más como sujetos racionales, que como actores que pueden crear redes y factores de transformación al interior de la fundación. Es por esto, que surge la necesidad de crear una estrategia para reconfigurar la trama relacional que se observa en NSM.

Para promover el pensamiento estratégico es importante mencionar la última categoría, la cual es **Gestión del Cambio**, pues como lo Dice Kotter “Hasta la fecha, importantes esfuerzos en pro del cambio han ayudado a algunas organizaciones a adaptarse de manera significativa a las condiciones cambiantes, han mejorado la posición competitiva de otras, y han ubicado a algunas en posición de contar con un mejor futuro”.

Ante este tema, se ve la necesidad de que la fundación NSM pase del paradigma actual en el que se encuentra a comprender la racionalidad de los seres humanos y de la organización, lo cual implica asumir el entorno en el que se encuentra la fundación, reconociendo al actor que está inmerso en este, que genera sentidos y acciones para darle participación y visibilizar toda su labor, dándole apertura al cambio y a las nuevas oportunidades de crecimiento tanto para la fundación, como para cada persona que la conforma. A continuación, se presenta la matriz de coherencia, donde se refleja la relación entre los objetivos de investigación y las categorías conceptuales, las cuales soportan todo el desarrollo del trabajo y la realización del plan estratégico.



### MATRIZ COHERENCIA – Cruce de categorías y objetivos

Objetivo general de la indagación	Objetivos específicos	Categorías	Definiciones (al menos 2 autores)	Referencia APA	Actores		
					Afectación	Posición	Propuesta
Fortalecer al equipo de voluntariado de la Fundación Niñas Sin Miedo, por medio de la comunicación estratégica y la participación activa con el fin de dar continuidad a los programas y proyectos.	<b>Conocer la estructura organizacional de la fundación Niñas Sin Miedo, para fortalecer y mejorar procesos internos que ayuden a cumplir los objetivos</b>	<b>Comunicación organizacional integrada</b>	“Debido al hecho de que las organizaciones están formadas por personas, la comunicación constituye un factor determinante para su existencia y supervivencia. El aporte comunicacional se torna, por lo tanto, imprescindible para viabilizar en la práctica del día a día los procesos, las redes de conexión, las interacciones, la vehiculación de los medios internos y externos y el pleno funcionamiento de cualquier organización”	Krohling, Margarida (marzo 2012) Comunicación Organizacional Integrada, Sustentabilidad Y Compromiso Público, Revista académica de la federación latinoamericana de facultades de comunicación social, volumen 83, (6 – 23).	Equipo de voluntariado: Expresan que no hay organización para llevar a cabo los procesos internos, y que no tienen interacción con el equipo fijo y entre las diversas áreas de voluntariado (Yoga, Bici, Inglés, Lectura, Fútbol)	Equipo de voluntariado: Abiertos al cambio y dispuestos a contribuir a la fundación	Equipo de voluntariado: Se podría mejorar los procesos internos para contribuir a la interdisciplinariedad en los grupos de trabajo



			<p>“Una nueva postura ética en la que las organizaciones deben promover relaciones en las que el poder sea dinamizado de una manera sinérgica; es decir, que al tiempo que consigan sus intereses, satisfagan las expectativas vitales de sus integrantes y, para el caso de las que son empresas, de sus colaboradores, porque su pleno compromiso solo se alcanzará cuando se presente un entrelazamiento significativo entre sus expectativas vitales y los intereses de aquellas”</p>	<p>Vélez Jiménez, L. M., Ruíz Roldán, C. I., &amp; Zuleta Ruíz, C. M. (2012). Las conversaciones en las organizaciones: reto investigativo ante la evidencia de los paradigmas presentes. Anagramas - Universidad de Medellín volumen 10, 89. P 89.</p>	<p>Equipo Fijo (Personal de planta): Identifican que hay falencia en los compromisos y procedimientos de actividades, específicamente en el equipo voluntariado</p>	<p>Equipo Fijo (Personal de planta): Radical, puesto que saben del problema, pero no han profundizado para mejorarlo</p>	<p>Equipo Fijo (Personal de planta): Programar reuniones dinámicas con todos los equipos, lideradas por el Representante Legal Encargado.</p>
	<p>Comprender el rol del equipo de voluntariado desde su vinculación hasta finalizar su periodo de apoyo, con el fin de mejorar su experiencia dentro de la organización.</p>	<p><b>Pensamiento estratégico - Voluntariado</b></p>	<p>“reposicionar los canales de comunicación, utilizarlos para hacer circular productos y hacer emerger espacios que aporten a procesos de conocimiento y de transformación”</p>	<p>Massoni, Sandra (2007) Versión de Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente publicado en el libro Massoni Sandra: "Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido". Homo Sapiens Ediciones. Rosario, Argentina.</p>	<p>Equipo de voluntariado: Sienten que no hay una buena orientación o un paso a paso para cumplir con el curriculum de la fundación.</p>	<p>Equipo de voluntariado: Están dispuestos a colaborar para que haya mejoras</p>	<p>Equipo de voluntariado: Proponen un Intercambio de equipos, distribuir mejor las labores, brindar transporte y un acompañamiento en los procesos.</p>



			<p>“vernos como seres relacionales, como sistemas abiertos, dinámicos y complejos insertos en una trama de relaciones en la que participemos de forma estratégica para transformar”</p>	<p>Pérez, R, y Mossonni, S. (2008) <i>Hacia una Teoría general de la estrategia</i></p>			
			<p>“Los voluntarios son actores locales capaces de iniciativas que promueven la acción conjunta..., el voluntario se hermana esencialmente con la acción colectiva y su signo es la puesta en movimiento de la cultura cívica y la movilización de nuevos actores...pero su secreto está en el mismo movimiento que suscita, en la iniciativa que provoca, en la acción compartida que convoca”</p>	<p>Joaquín García Roca. (2001). <i>Caminar juntos con humildad. Acción colectiva, relaciones sinérgicas y redes solidarias</i>. Colección “Pensamiento en acción”, Cáritas Española. Madrid</p>	<p>Directora de programas y proyectos - Coordinadora de voluntariado y comunidad: Observan que el equipo de voluntariado no está llevando a cabalidad sus actividades, no hay iniciativa y compromiso para cumplir las funciones.</p>	<p>Directora de programas y proyectos - Coordinadora de voluntariado y comunidad: Están abiertas a propuestas, pero no las han consolidado</p>	<p>Directora de programas y proyectos - Coordinadora de voluntariado y comunidad: Han contribuido con la flexibilidad de horarios para que cumplan con el cronograma de actividades. Así mismo, quieren abrir espacios de escucha para el equipo de voluntariado y conocer los factores que impiden el cumplimiento de las funciones.</p>
<p><b>Identificar las relaciones y la comunicación que tiene el equipo de voluntariado, para generar una articulación entre los mismos.</b></p>	<p><b>Participación activa - Gestión del cambio</b></p>	<p>“Las prácticas sociales, entendidas como todo aquello que se vincula al ser y actuar del sujeto social en cada uno de sus escenarios de actuación, están cargadas de comunicación. “</p>	<p>Uranga, W. (2014). <i>Conocer, transformar, comunicar: para incidir</i>. P3 – P6.</p>	<p>Equipo de voluntariado: No se sienten incluidos en todos los espacios de comunicación y articulación que brinda la fundación.</p>	<p>Equipo de voluntariado: Dispuestos a participar e interactuar con las demás áreas en otros espacios de esparcimiento y así trabajar para un</p>	<p>Equipo de voluntariado: Quieren tener una comunicación más amplia y acompañamiento en los procesos, mencionan que sería bueno realizar encuentros para conversar o dialogar.</p>	





			<p>“El concepto de establecer el diálogo con los beneficiarios a lo largo del proceso de concebir, planificar, implementar y evaluar un proyecto ha ganado terreno paulatinamente. En un primer tiempo, se comprendió que era importante involucrar a los beneficiarios en las actividades de desarrollo económico y social, para reforzar el sentido de “apropiación” comunitaria. Finalmente, se entendió la importancia de esa participación para garantizar la sostenibilidad del proyecto. “</p>	<p>Gumucio, A. (2001). Haciendo olas, Historias de comunicación participativa para el cambio social P11.</p>	<p>cambio que conlleve a mejoras continuas en sus relaciones comunicacionales.</p>	
			<p>Hasta la fecha, importantes esfuerzos en pro del cambio han ayudado a algunas organizaciones a adaptarse de manera significativa a las condiciones cambiantes, han mejorado la posición competitiva de otras, y han ubicado a algunas en posición de contar con un mejor futuro”</p>			



## 9. METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo cualitativo - cuantitativo descriptivo, como lo menciona Sampieri (2014) “No debemos ver a los dos enfoques como aproximaciones rivales o en competencia, sino como alternativas disponibles para los investigadores, que incluso pueden ser complementarias e integrarse”. Por lo anterior, se aplicaron varias herramientas que fueron empleadas desde el mes de marzo hasta noviembre del año 2021.

Asimismo, para la recolección y análisis de la información se desarrollaron matrices que permitieron identificar y reconocer los hallazgos y necesidades en los procesos de voluntariado, igualmente, analizar las diversas falencias y mejoras en la estructura de la organización.

En la investigación se emplea un mapa de actores que permite entender de una mejor manera el comportamiento de cada uno de los públicos y el papel que desempeña, analizando así cuál es el impacto que tiene dentro de la organización, como lo menciona Silva (2017) “Esta apuesta por entender las reglas del juego social permite determinar dinámicas sociales más complejas en donde las interacciones no necesariamente se pueden identificar desde variables fácilmente observables” (pag 80).

Los instrumentos aplicados en el proceso de investigación fueron: entrevistas, encuestas, observación no participativa y participativa en campo y revisión bibliográfica, donde se desarrollaron según la necesidad del proceso de indagación y en espacios que no afectarán el desarrollo y ejecución de las actividades. Luego de empleados estos métodos, se realizó una sistematización, codificación y análisis profundo, lo que permitió reconocer una de las grandes falencias que tiene la fundación, la cual se ha ido desarrollando en el presente trabajo.

### 9.1 Recolección de la información

Con el apoyo del equipo fijo de la organización, se obtuvo información sobre diferentes áreas, lo cual fue fundamental para analizar la estructura y funcionamiento de la organización. Así



mismo, se contó con el apoyo del equipo de voluntariado, quienes aportaron desde su experiencia.

## **9.2 La revisión bibliográfica**

Se utilizaron documentos institucionales de la fundación mediante la cual se pudo conocer sobre temas legales, contables, administrativos, jurídicos, comunicacionales, de programas, entre otros, los cuales permitieron tener un mejor acercamiento del funcionamiento de Niñas Sin Miedo y su estructura interna.

También encontramos información de otros trabajos realizados sobre la organización e indagamos información sobre el estado situacional en el trabajo en comunidad y operativo. Adicionalmente, se realizó una revisión del proceso de voluntariado y bases de datos durante el tiempo de investigación.

## **9.3 Observación participante:**

“La observación, especialmente la observación participante, ha sido utilizada en varias disciplinas como instrumento en la investigación cualitativa para recoger datos sobre la gente, los procesos y las culturas”. Barbara B. Kawulich (2005, pág. 1). Por medio de esta participación, fue posible conocer mejor cómo se llevan a cabo las actividades con las niñas y adolescentes y con el equipo de voluntariado.

## **9.4 Entrevistas**

Las entrevistas realizadas, fueron de tipo semi estructuradas, lo cual logró espacios reflexivos, espontáneos, empáticos y arrojó información fundamental para la investigación. Se realizaron entrevistas a la directora de programas y proyectos, la Coordinadora de voluntariado y comunidad, el Representante Legal Encargado y la directora de alianzas y comunicaciones. Las preguntas se enfocaron en los roles que desempeñan, su funcionamiento, organización y sobre el recorrido que han tenido dentro de la organización y procesos en relación con el voluntariado.



## 9.5 Encuestas

Las encuestas, al igual que las entrevistas, fueron semiestructuradas, se contaron con preguntas cerradas y abiertas, se aplicaron dos encuestas al equipo de voluntariado, una al equipo fijo y una a las niñas beneficiarias de la fundación. Dos de las encuestas se realizaron de forma anónima, lo cual arrojó resultados más abiertos y reales del funcionamiento interno de la organización y reflejó las falencias que se tienen.

# METODOLOGÍA



GRÁFICO 22 CREACIÓN PROPIA - METODOLOGÍA

## 10. RESULTADOS

### 10.1 Análisis general encuestas

A partir de una encuesta abierta realizada a 54 personas que hacen parte del Equipo Fijo y de voluntariado, se pudo hacer un análisis de los procesos de comunicación dentro de la fundación, dicha encuesta fue diligenciada por 35 personas.

Las preguntas abiertas que se generaron fueron:

1. ¿Qué es lo positivo de tu comunicación con las personas de la fundación?
2. ¿Qué consideras que se debe mejorar en la comunicación de la fundación?
3. ¿Con quién te relacionas más en la fundación?
4. Tienes alguna duda, sugerencia o recomendación que se pueda realizar en el proceso de voluntariado.

Para la primera pregunta se rescata una actitud positiva frente a los procesos de comunicación demostrando que es: abierta, comprensiva, empática, receptiva, respetuosa, clara y amable, también se destaca que todas las personas que hacen parte de la fundación tienen un objetivo de transformación social en común.

## POSITIVO DE LA COMUNICACIÓN



GRÁFICO 23 CREACIÓN PROPIA - POSITIVO DE LA COMUNICACIÓN

## MEJORAS EN LA COMUNICACIÓN



GRÁFICO 24 CREACIÓN PROPIA - MEJORAS EN LA COMUNICACIÓN

Para la segunda pregunta se evidencia bastante diversidad, pues algunas personas manifestaron estar muy conformes con los procesos, mientras que otras expusieron varias mejoras en la comunicación.

Semanalmente los diferentes grupos de voluntariado tienen un encuentro para hacer la planeación de las actividades, antes de la situación pública de COVID-19, estas eran desarrolladas en la oficina de la fundación, ubicada en la ciudad de Bogotá. Ahora, se tornaron de manera virtual por diferentes plataformas y ha sido un tema complejo poder coordinar las fechas y horarios para el desarrollo de las mismas, así mismo, las personas exponen que se debería avisar con tiempo de antelación y recordatorios para el cumplimiento de estas.

El equipo de voluntariado para el desarrollo de sus actividades está dividido en dos grupos, el primero corresponde a las niñas entre los 7 a 11 años; grupo pequeñas, y el segundo entre niñas de los 11 a 17 años: grupo grandes. Todo el equipo de voluntariado está dividido entre programas como; bici, educación, inglés, yoga, club de lectura y fútbol, esto debido a las temáticas y procesos que se desarrollan.

De esta manera, se puede analizar que el equipo de voluntariado se relaciona más entre sus mismos equipos de trabajo, sin embargo, el contacto más directo y frecuente que tienen es con la Directora de Programas y Proyectos y con la Coordinadora de Voluntariado y Comunidad.

Es importante mencionar que la coordinadora de voluntariado y comunidad (Zoé



GRÁFICO 25 - RECURSO NSM - CON QUIEN TE RELACIONAS MÁS

Kummerlé), finalizó labores en la fundación hasta el 1 de octubre del presente año. En este momento se encuentra una persona desempeñando esta labor.

Por otro lado, las personas que hacen parte del voluntariado les gustaría sentirse más involucradas en todos los procesos que se desarrollan en la fundación, pues explican que no ven un proceso de articulación en todas las áreas y entre el mismo equipo de voluntariado, adicionalmente no conocen muy bien la estructura de la organización, ni los medios en los cuales pueden solicitar certificaciones.

En consecuencia, los canales de comunicación actualmente son grupos de Whatsapp y correos electrónicos personales, los cuales no se están utilizando de la mejor manera, por lo tanto, las mismas personas recomiendan que se les dé un mejor uso o implementación de nuevas herramientas. En temas de bienestar no cuentan con espacios de interacción y esparcimiento, no



tienen reconocimientos por su labor, y tampoco hay celebraciones de fechas conmemorativas.

Si bien se ha mencionado que la comunicación que se tiene es positiva, hay varias mejoras que se pueden realizar y más específicamente en el proceso de voluntariado, ya que es el mayor número de personas que hacen parte de la organización y quienes hacen posible el trabajo con comunidad.

## DUDA O SUGERENCIA

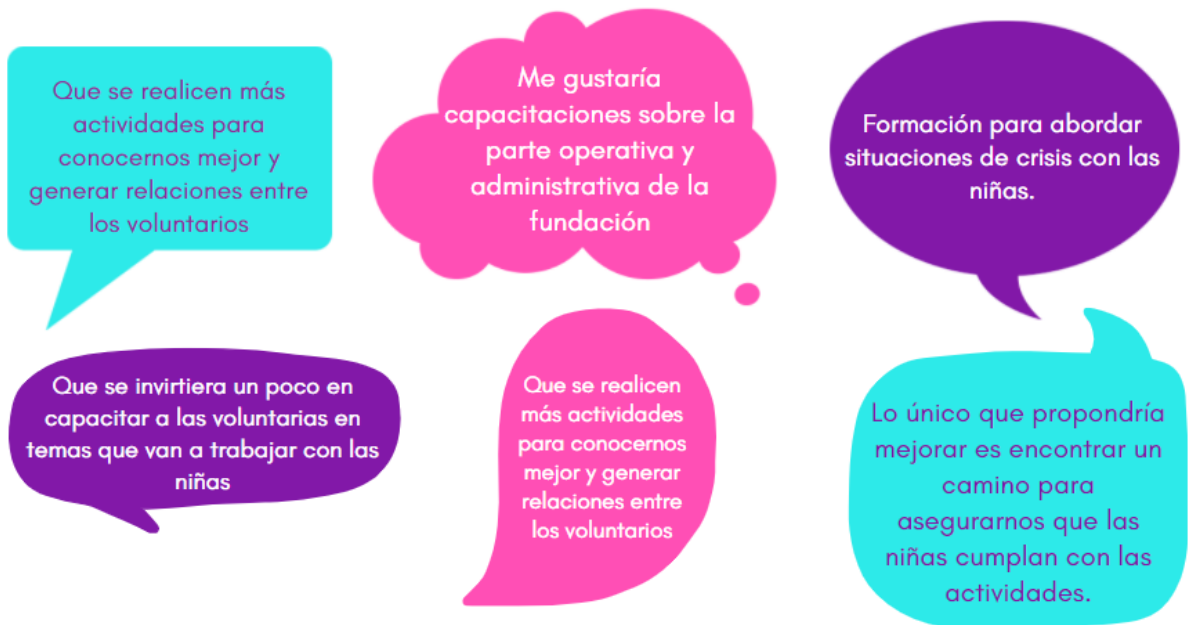


GRÁFICO 26 CREACIÓN PROPIA- DUDAS O SUGERENCIAS

Por lo anterior, el equipo de voluntariado en esta última pregunta de la encuesta sugiere que se realicen espacios de capacitación tanto de procesos internos como en temas que desarrollan con las niñas, también que se tengan más herramientas para el desarrollo de sus actividades y que se generen espacios en los cuales los/as voluntarios/as puedan compartir más sobre sus experiencias. En general demuestran una preocupación por cumplir con los objetivos de la fundación y que se tenga una articulación con todas las personas que hacen parte de la misma.

### 10.2 Justificación del resultado de la encuesta

La encuesta desarrollada anteriormente, se realizó por medio de la herramienta *Formulario Google* y se distribuyó por el grupo de WhatsApp, donde están todas las personas que hacen parte de la fundación, esto se realizó con el fin de conocer cómo se sentían y saber sobre los procesos de comunicación que se tienen a nivel interno en la organización. Teniendo en cuenta los resultados, se evidencia que hay un alto nivel de confianza, también refleja datos importantes que permiten el desarrollo y planteamiento de futuras mejoras.



Con el fin de obtener más datos, se desarrolló una entrevista con preguntas semiestructuradas con la Directora de Programas y Proyectos y con la Coordinadora de Voluntariado, y así conocer los procesos que se llevan a cabo con el Equipo de Voluntariado.

Para iniciar se indagó cómo está estructurado el proceso de voluntariado, la Directora de Programas y Proyectos, manifestó que desde los inicios de la fundación se contó con el apoyo de personas para el desarrollo de las actividades, pero identificaron que se estaba generando caridad y asistencialismo, por ende, se debía establecer un proceso de voluntariado.

Debido a lo anterior, se empezaron a crear procesos más consolidados en el voluntariado y manifestaron que las personas que participan en el equipo pueden realizar diferentes actividades según los programas que tiene la fundación. Además, mencionaron los requisitos que debe cumplir un/a voluntario/a:

1. Ser mayor de edad.
2. Ser estudiante o profesional.
3. Tener interés y gusto por los temas de género y el trabajo con niñas y adolescentes.
4. Contar con mínimo 6 meses de permanencia en el voluntariado.
5. Tener disponibilidad de tiempo para una reunión semanal de forma virtual o presencial.
6. Tener disponibilidad un sábado cada 15 días en un horario de 8:00 a.m. a 12:00 m. para asistir al Centro de Empoderamiento o entre semana de 3:00 p.m. a 5:00 p.m., lugar donde se desarrollan las actividades. (Soacha, comuna 4, Ciudadela Sucre).

Por otro lado, hacen énfasis en la postulación del voluntariado, precisando que los interesados deben realizar un video respondiendo varias preguntas, estas varían según el tipo de voluntariado que vayan aplicar (bicicleta, educación, inglés, lectura, fútbol, yoga y medición de impacto), seguido de esto, la directora de programas junto con la coordinadora revisan los videos de postulación y seleccionan los perfiles que consideran que cumplen con los objetivos del voluntariado, esta selección se realiza de forma empírica para posteriormente programar entrevistas. Luego de este proceso se seleccionan las personas que integrarán el equipo de voluntariado y se les realiza una inducción con el equipo fijo y el resto de voluntarios/as.



En el crecimiento de la fundación, también se implementaron nuevos programas y proyectos por lo tanto se dividieron más los grupos y se generaron procesos de liderazgo entre los mismos, lo cual permitió diversas experiencias y aprendizajes entre los/as mismos voluntarios/as. La Directora de Programas y proyectos destaca la permanencia que tienen las personas en los diversos voluntariados.

Además, manifestó que actualmente no se tiene un control o registro de las horas que se emplean en cada voluntariado, porque esto puede generar que las personas se vean obligadas a cumplir con cierta cantidad de horas, sin embargo, recalca que si es importante contar con una herramienta que permita una medición del trabajo que se realiza.

La Directora de Programas respondió a las preguntas que se hicieron en relación al reconocimiento del voluntariado, manifestando que no han realizado ningún proceso frente a este tema, mientras que la Coordinadora de Voluntariado y Comunidad, señala que por temas de pandemia y como se tornó a la virtualidad no han podido tener espacios para compartir y realizar algunas actividades que organizaba el mismo equipo de voluntariado.

El área también manifiesta que muchas personas han dejado de hacer el voluntariado y desconocen las razones por las cuales lo hacen, simplemente dejan de asistir a las actividades y no responden por los canales que se tienen establecidos; WhatsApp, llamadas telefónicas y correos electrónicos, esto también ocasiona un desconcierto entre el equipo y las mismas niñas, quienes empiezan a tenerles cierto cariño y aprecio.

Por consiguiente, se les preguntó sobre el acceso a herramientas o materiales, a lo que ellas responden que muchas veces se utilizan materiales reciclados, en caso de necesitarlos la fundación los brinda, sin embargo, y por iniciativa propia es el mismo equipo de voluntarios/as, quienes ofrecen llevar los materiales para desarrollar las actividades. En general indican que la pandemia les ha traído muchos retos, los cuales han dificultado el desarrollo de las actividades y programas.

Para conocer un poco sobre el relacionamiento y la importancia de las niñas hacia el grupo de voluntariado y los procesos de la fundación, se empleó una encuesta de forma anónima dirigida a las niñas y adolescentes inscritas en la fundación. Esta encuesta fue enviada por un grupo de WhatsApp de padres, madres y acudientes. De las 80 niñas: 44 la respondieron, por

brechas tecnológicas no fue posible contar con un mayor número de participación.

### ¿YA HABÍAS HECHO PARTE DE NIÑAS SIN MIEDO EN AÑOS ANTERIORES?

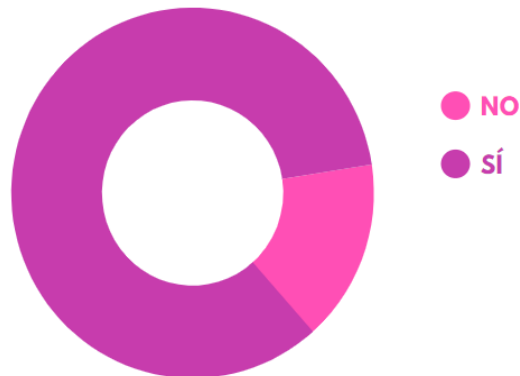


GRÁFICO 27 - PARTICIPACIÓN EN NSM - ENCUESTA

### DESDE HACE CUÁNTO CONOCES LA FUNDACIÓN

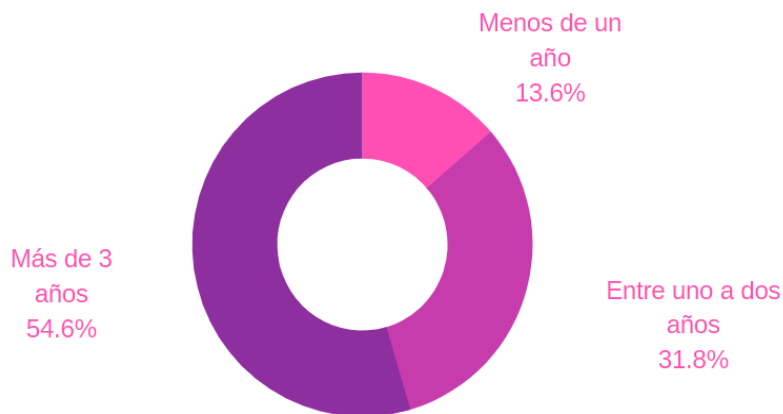


GRÁFICO 28 - CONOCES NSM - ENCUESTA

Para esta pregunta, se identifica que un 54.5% de las niñas inscritas llevan entre 1 a 2 años, mientras que un 31.8% llevan más de dos años y solo el 13.6% llevan menos de un año en la fundación, lo que se puede analizar es que hay una alta permanencia de las niñas en la fundación.

## ¿POR QUÉ MEDIO TE ENTERASTE DE LAS INSCRIPCIONES?

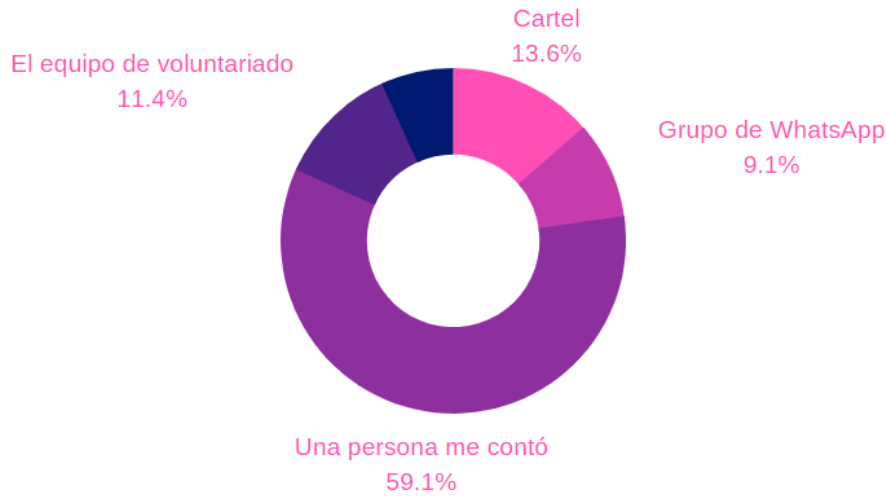


GRÁFICO 29 – INSCRIPCIONES NSM - ENCUESTA

En el año 2021 se evidenció un incremento de niñas y adolescentes inscritas para un total de 80, mientras que en el año anterior cerraron con 65 inscripciones, según la encuesta, ellas conocieron sobre las inscripciones por medio de un voz a voz de primas, hermanas, amigas, madres y vecinas de la comunidad, sin embargo, a pesar de ser un aspecto positivo, la Directora de Programas y Proyectos manifiesta que el tener más niñas inscritas, requiere de más recursos en temas de infraestructura , capital humano y económico.

## ¿QUÉ TE MOTIVO A INSCRIBIRTE A NIÑAS SIN MIEDO?

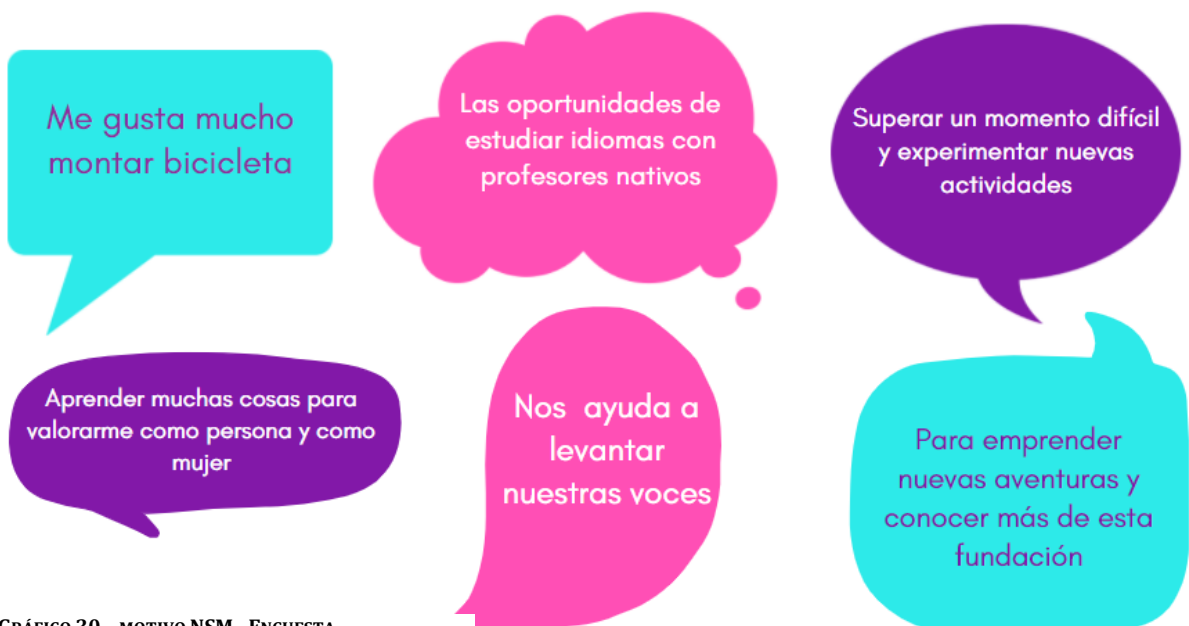


GRÁFICO 30 – MOTIVO NSM - ENCUESTA

## ¿CÓMO ES TU RELACIÓN CON EL EQUIPO DE VOLUNTARIADO?

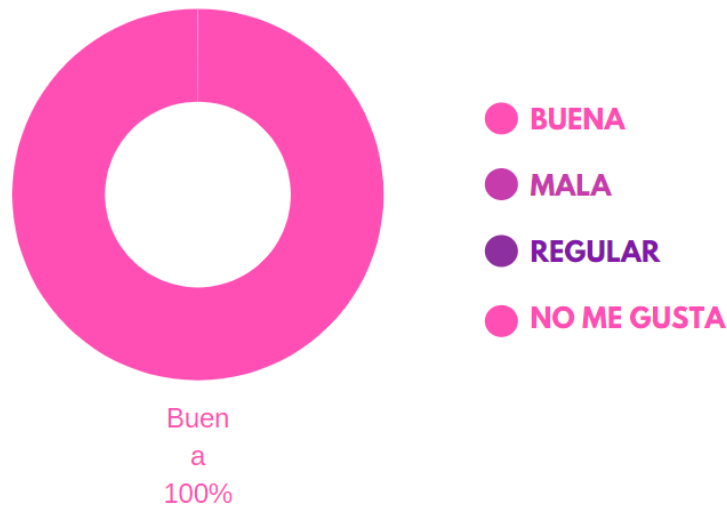


GRÁFICO 31 – RELACIÓN EQUIPO VOLUNTARIADO - ENCUESTA

Las niñas que diligenciaron la encuesta, señalaron que su relación es buena con el equipo de voluntariado. Esto habría surgido por medio de la confianza que hay entre el equipo y la disposición en su relacionamiento con las niñas.

## ¿CUÁL ES TU VOLUNTARIO O VOLUNTARIA FAVORITO/A? ¿POR QUÉ?



GRÁFICO 32 – VOLUNTARIADO FAVORITO - ENCUESTA

En esta pregunta de forma abierta, varias niñas y adolescentes indicaron no tener un o una voluntaria/o favorita/o, sin embargo, algunas expresaron sentirse más relacionadas o afín con personas que forman parte del equipo de voluntariado.

## ¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA DE ESTAR EN NIÑAS SIN MIEDO?

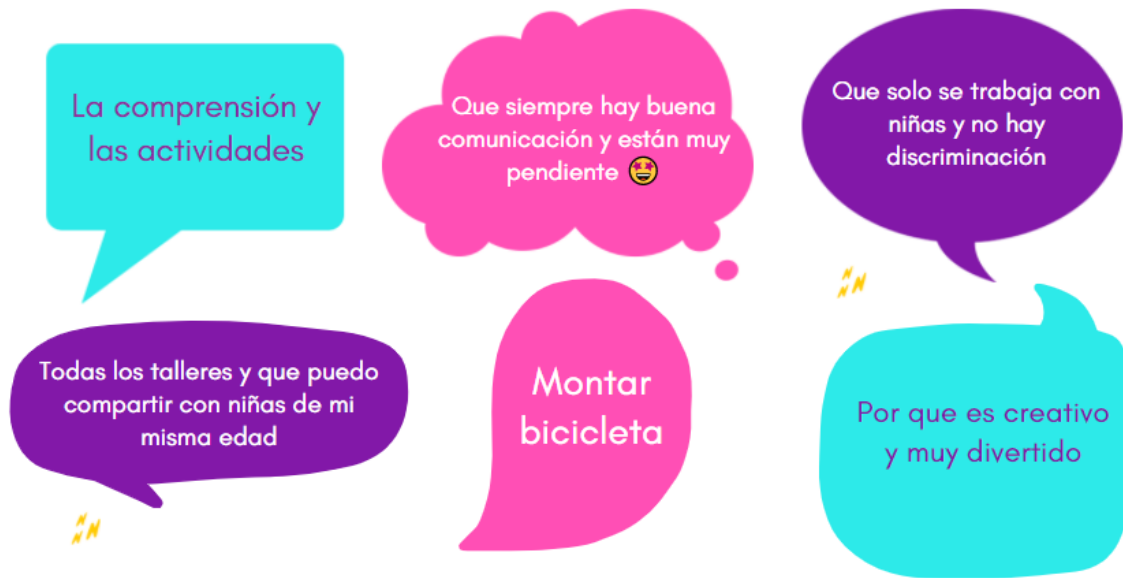


GRÁFICO 33 – QUE MÁS TE GUSTA NSM - ENCUESTA

Las niñas tienen una imagen y procesos positivos frente a las actividades y programas de la fundación, pues expresaron que han tenido grandes aprendizajes tanto personales como colectivos y resaltaron los programas que hay actualmente.

## ¿TE GUSTA ESTAR EN GRUPOS DE EDAD SEPARADOS?

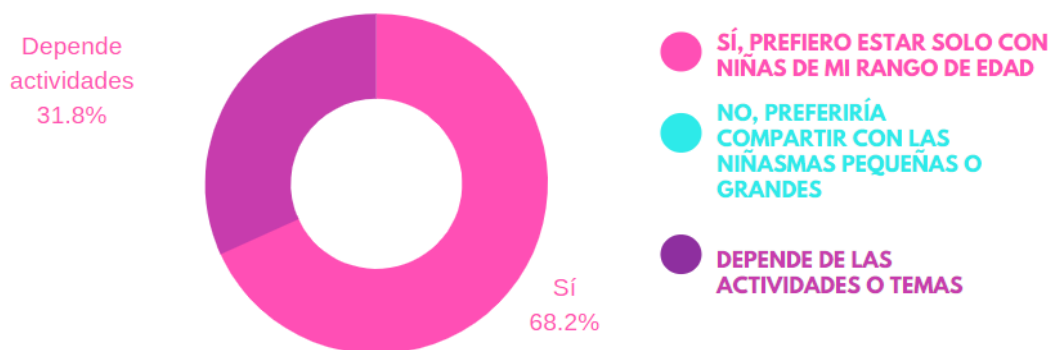


GRÁFICO 34 – GRUPOS NSM - ENCUESTA

## ¿CÓMO ES TU RELACIÓN CON LAS OTRAS NIÑAS DE LA FUNDACIÓN?

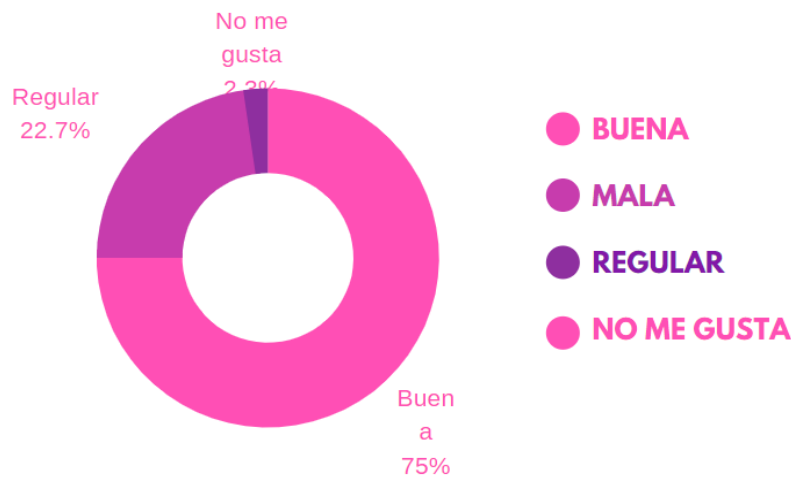


GRÁFICO 35 – RELACIÓN NSM - ENCUESTA

Para conocer de forma indirecta sobre las falencias que tiene la fundación generamos la pregunta: ¿Qué es lo que menos te gusta de estar en Niñas Sin Miedo?, muchas de ellas expresaron que se sienten a gusto y felices, sin embargo, la situación de salud por el COVID-19 ha generado una disminución en la realización de actividades y programas, también se encuentran falencias en el relacionamiento entre algunas niñas.

Teniendo en cuenta las dos encuestas generadas y la entrevista, se analiza que el equipo de voluntariado es quien hace posible la existencia de la fundación Niñas Sin Miedo, pues por medio de su labor es que se desarrollan las actividades, programas y proyectos. Los voluntarios y las voluntarias son parte fundamental para el funcionamiento en general y son a quienes menos reconocimiento, resignificación, articulación y valor se les da.





## 11. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN PECO

### 11.1 Logo



GRÁFICO 36: CREACIÓN PROPIA - LOGO

### 11.2 SLOGAN

**UN RECORRIDO HACIA EL CAMBIO**



### 11.3 Infografía

## LIDERANDO SIN MIEDO

Un recorrido hacia el cambio

### OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la resignificación del programa de voluntariado de la fundación Niñas Sin Miedo para fortalecer su rol, debido a que son parte fundamental en el desarrollo, funcionamiento y sostenibilidad de las actividades, programas y proyectos.



Generar procesos de articulación y participación activa entre el equipo de voluntariado, administrativos y directivos de la fundación para fortalecer la comunicación.

Comunicación integrada "Pedaleando y conectando sin miedo"



Mejorar y fortalecer los procesos de comunicación del programa de voluntariado desde la bienvenida, seguimiento, reconocimiento y fidelización para resignificar su labor.



Pensamiento estratégico programa voluntariado "Un camino sin miedo"



Fortalecimiento de capacidades - Participación activa "Mantener el equilibrio"

Promover espacios de interacción entre el equipo de voluntariado que permitan mejorar los programas y proyectos para contribuir a su comunicación y al desarrollo de aprendizajes y experiencias.



### RECURSOS POR ESTRATEGIAS

- 1 \$4.690.000
- 2 \$6.180.000
- 3 \$1.500.000

Valor Anual \$12.370.000  
Duración: 2 años



GRÁFICO 37 CREACIÓN PROPIA INFOGRAFÍA PECO

## 11.4 Objetivos PECO

### Objetivo general



Contribuir a la resignificación del programa de voluntariado de la fundación Niñas Sin Miedo para fortalecer su rol debido a que son parte fundamental en el desarrollo, funcionamiento y sostenibilidad de la fundación.

### Objetivos específicos

1

Generar procesos de articulación y participación activa entre el equipo de voluntariado, administrativos y directivos de la fundación para fortalecer la comunicación.

2

Mejorar y fortalecer los procesos de comunicación del programa de voluntariado desde la bienvenida, seguimiento, reconocimiento y fidelización para resignificar su labor.

3

Promover espacios de interacción entre el equipo de voluntariado que permitan mejorar los programas y proyectos para contribuir a su comunicación y al desarrollo de aprendizajes y experiencias.

GRÁFICO 38 CREACIÓN PROPIA - OBJETIVOS PECO



## 11.5 ESTRATEGIAS

### 11.5.1 Estrategia 1 (Comunicación integrada)

LIDERANDO SIN MIEDO						
OBJETIVOS ESPECIFICOS - ESTRATEGIA	PUBLICO	CAMBIO	MENSAJES	TACTICAS	INDICADORES	FRECUENCIA
<p style="font-size: 48px; text-align: center; color: #0070C0;">1</p> <p>Generar procesos de articulación y participación activa entre el equipo de voluntariado, administrativos y directivos de la fundación para fortalecer la comunicación.</p> <p><b>COMUNICACIÓN INTEGRADA "PEDALEANDO Y CONECTANDO SIN MIEDO"</b></p> 	Equipo de voluntariado	Apertura a una participación más frecuente con el equipo fijo y que se involucren en los procesos que se realizan	El trabajo en conjunto hará posible el funcionamiento de la fundación	<p><b>Llegar a la meta:</b> crear actividades lúdicas por medio de Zoom o Teams el cual permita el reconocimiento del equipo, la integración y participación en misiones grupales.</p>	Número de personas que participaron en las sesiones	Cada dos meses
	Equipo fijo (personal de planta)	Reconocer la importancia que tiene el equipo de Voluntariado en la fundación, articulando una comunicación más frecuente		<p><b>Equipándonos:</b> realizar encuentros dinámicos donde el equipo de voluntariado y directivos compartan espacios de participación al aire libre (Picnics, encuentros de bici, ciclovia compartida).</p>	Total de personas que realizan voluntariado	Cada mes
				<p><b>Es momento de frenar:</b> Darle un mejor uso al grupo de WhatsApp y los correos electrónicos para realizar actualizaciones quincenales (video, infografía, audio, foto, texto) de los procesos que desarrolla el equipo fijo y los diferentes grupos de voluntariado.</p>	<p>Cantidad de herramientas audiovisuales que compartan</p> <p>—————</p> <p>Número de personas que participen</p>	Quincenal

TABLA 6 CREACIÓN PROPIA -ESTRATEGIA 1



11.5.2 Estrategia 2 (Pensamiento estratégico)

LIDERANDO SIN MIEDO						
OBJETIVOS ESPECIFICOS - ESTRATEGIA	PUBLICO	CAMBIO	MENSAJES	TACTICAS	INDICADORES	FRECUENCIA
<p style="font-size: 48px; color: #00FFFF; text-align: center;">2</p> <p>Mejorar y fortalecer los procesos administrativos del programa de voluntariado desde la bienvenida, seguimiento, reconocimiento y fidelización para resignificar su labor.</p> <p><b>PENSAMIENTO ESTRATÉGICO PROGRAMA VOLUNTARIADO " UN CAMINO SIN MIEDO"</b></p> 	Equipo de voluntariado	Generar buena recordación y apropiación de la labor como voluntario(Sientan que son identificados, que los conozcan - IMPORTANCIA)	Visibilizar y reconocer la labor del voluntariado	<p><b>Tomando el manubrio:</b> generar Infografías o videos cortos sobre el proceso de voluntariado, dando a conocer la estructura de la organización, solicitudes de certificados o requerimientos y la trayectoria que va a tener en su experiencia con la fundación.</p>	<p>Cantidad de voluntarios nuevos</p> <p>_____</p> <p>Número de personas que participen</p>	Al inicio del voluntariado
	Coordinación de voluntariado.	Valorar más el rol del voluntario ofreciendo una mejor experiencia para el equipo (PARTICIPACIÓN)		<p><b>En dirección a la aventura:</b> tener un cronograma o calendario compartido de los eventos, actividades, cumpleaños y logros.</p>	<p>realizados semestralmente</p> <p>_____</p> <p>Número de eventos registrados en el cronograma</p>	Según la necesidad
				<p><b>Engranaje:</b> Cada líder del programa de voluntariado (Inglés, Bicicleta, Yoga y Club de lectura) socializará: plan de estudios, experiencias, conocimientos y retroalimentaciones sobre su vivencia en la fundación.</p>	<p>Cantidad de voluntarios</p> <p>_____</p> <p>Número de personas que participen</p>	Cada seis meses
				<p><b>Bomba de aire y energía:</b> Las niñas beneficiarias de la fundación junto con la coordinadora de voluntariado desarrollarán una actividad dedicada especialmente al equipo del voluntariado (cartas, manualidades, compartir alimentos, certificado, presentaciones y juegos).</p>	<p>Cantidad de actividades</p> <p>_____</p> <p>Número de personas que participen</p>	Cada seis meses

TABLA 7 CREACIÓN PROPIA -ESTRATEGIA 2



11.5.3 Estrategia 3 (Fortalecimiento de capacidades)

LIDERANDO SIN MIEDO						
OBJETIVOS ESPECIFICOS - ESTRATEGIA	PUBLICO	CAMBIO	MENSAJES	TACTICAS	INDICADORES	FRECUENCIA
<p style="font-size: 48px; color: #00FFFF; text-align: center;">3</p> <p>Promover espacios de interacción entre el equipo de voluntariado que permitan mejorar los programas y proyectos para contribuir al desarrollo de aprendizajes y experiencias.</p> <p><b>FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES "MANTENER EL EQUILIBRIO"</b></p> 	Equipo de voluntariado	Enriquecer conocimientos y aprendizajes frente a la labor que ejecutan.	Desarrollo de capacidades, formación profesional y personal desde nuevos aprendizajes	<p><b>Rodando en equipo:</b> realizar capacitaciones al equipo de voluntariado por medio de alianzas con empresas del sector público o privado que apoyen a los procesos de aprendizaje en temas relacionados con el objetivo de la fundación y que aporten al significado de ser voluntario/a.</p>	<p>Cantidad de voluntarios</p> <p>—————</p> <p>Número de personas que participen</p>	Trimestral
				<p><b>Juego de llaves:</b> Generar espacios de intercambio de saberes entre el mismo equipo de voluntariado, por medio de dinámicas educativas que sean lideradas por cada integrante del equipo desde sus saberes propios.</p>		Cada dos meses

TABLA 8 CREACIÓN PROPIA -ESTRATEGIA 3



### 11.6 Cronograma

CRONOGRAMA														
OBJETIVOS	ESTRATEGIA	TACTICAS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
OBJETIVO 1 COMUNICACIÓN INTEGRADA "PEDALEANDO Y CONECTANDO SIN MIEDO"	Llegar a la meta													
	Equipándonos													
	Es momento de frenar													
OBJETIVO 2 PENSAMIENTO ESTRATÉGICO PROGRAMA VOLUNTARIADO " UN CAMINO SIN MIEDO"	Tomando el manubrio													
	En dirección a la aventura													
	Engranaje													
	Bomba de aire y energía													
OBJETIVO 3 FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES "MANTENER EL EQUILIBRIO"	Rodando en equipo													
	Juego de llaves													



**CRONOGRAMA**

OBJETIVOS	ESTRATEGIA	TACTICAS	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24
OBJETIVO 1 COMUNICACIÓN INTEGRADA "PEDALEANDO Y CONECTANDO SIN MIEDO"	Llegar a la meta													
	Equipándonos													
	Es momento de frenar													
OBJETIVO 2 PENSAMIENTO ESTRATÉGICO PROGRAMA VOLUNTARIADO " UN CAMINO SIN MIEDO"	Tomando el manubrio													
	En dirección a la aventura													
	Engranaje													
	Bomba de aire y energía													
OBJETIVO 3 FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES "MANTENER EL EQUILIBRIO"	Rodando en equipo													
	Juego de llaves													

TABLA 9 CREACIÓN PROPIA -CRONOGRAMA



## 11.7 presupuesto

### 11.7.1 Presupuesto general

RESUMEN PRESUPUESTO GENERAL	
ESTRATEGIA	RECURSO POR ESTRATEGIA ANUAL
COMUNICACIÓN INTEGRADA "PEDALEANDO Y CONECTANDO SIN MIEDO"	4.690.000
PENSAMIENTO ESTRATÉGICO PROGRAMA VOLUNTARIADO " UN RECORRIDO SIN MIEDO"	6.180.000
FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES "MANTENER EL EQUILIBRIO"	1.500.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>12.370.000</b>


  

TOTALIZACION DEL PECO	
TOTAL DOS AÑOS	24.740.000
CONSULTORAS	15.000.000
<b>TOTAL CONSULTORÍA</b>	<b>39.740.000</b>



TABLA 10 CREACIÓN PROPIA – PRESUPUESTO GENERAL

### 11.7.2 Presupuesto detallado

PRESUPUESTO DETALLADO			
ESTRATEGIA	TACTICAS		RECURSO ANUAL
 COMUNICACIÓN INTEGRADA "PEDALEANDO Y CONECTANDO SIN MIEDO"	Llegar a la meta	Uso de la plataforma Zoom o Teams	390.000
		Plataformas de Vedoque, Jueduland y Cerebriti	0
	Equipándonos	Picnis (Decoración y refrigerio - cupcakes, jugo y sandwich) 2 veces al año	1.780.000
		Encuentros de Bici (refrigerio: Jugo de caja, manzana, ponque y goma) c/u 6.000 - 4 veces al año	1.920.000.
	Es momento de frenar	Uso del correo electrónico	0
		Crear herramientas (vídeo, fotos, infografías)	600.000

<p><b>PENSAMIENTO ESTRATÉGICO PROGRAMA VOLUNTARIADO " UN CAMINO SIN MIEDO"</b></p>	Tomando el manubrio	Edición de videos, infografías y gráficos Realización de certificados y/o medallas o menciones de honor	1.500.000 240.000
	En dirección a la aventura	Cronogramas y calendario	0
	Engranaje	Socialización presencial sobre las vivencias dentro de la fundación (Transporte)	3.000.000
	Bomba de aire y energía	Decoración del lugar y certificaciones Alimentación (Pastel, gaseosa y sandwich) 4 veces al año	240.000 1.200.000
<p><b>FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES "MANTENER EL EQUILIBRIO"</b></p>	Rodando en equipo	Alianzas para las capacitaciones dirigidas al voluntariado (Transporte)	1.500.000
	Es momento de frenar	Capacitaciones del mismo voluntariado (Espacio y desarrollo)	0
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>12.370.000</b>

TABLA 11 CREACIÓN PROPIA – PRESUPUESTO DETALLADO

## 12 CONCLUSIONES:

Con este proyecto investigativo se quiso reflejar el manejo de las relaciones comunicativas, la gestión y los procesos desarrollados en la fundación Niñas sin Miedo, específicamente con el voluntariado, quienes son parte importante de la organización, ya que permiten la funcionalidad de la misma.

En el proceso de la investigación que adelantamos y desde las categorías evidenciamos que es indispensable la comunicación, las prácticas sociales, la relacionalidad y el diálogo horizontal, para llevar a cabo retos y cambios que ayudan al crecimiento y la estabilidad de la organización. Es por ello, que desde el equipo de voluntariado con sus experiencias, conocimientos y actitudes se podrá seguir fortaleciendo el objeto social de la fundación.



En el recorrido fuimos indagando, explorando y reconociendo diferentes debilidades en temas de articulación, comunicación, reconocimiento y organización entre el equipo de voluntariado y las demás áreas, así mismo, identificamos falencias internas las cuales afectan el desarrollo y cumplimiento de los programas y proyectos de la organización. Por lo anterior, realizamos un proceso de análisis que permitió la construcción de un Plan Estratégico de Comunicaciones orientado a la estructura y los procesos de voluntariado que se vieron aún más afectados por el COVID-19.

Observar varias falencias en la fundación nos llevó a ver como una oportunidad de cambio esas debilidades para mejorar procesos comunicacionales en la organización, que impactan en la gestión del voluntariado, es por tanto que desde nuestra propuesta de comunicación estratégica buscamos contribuir, teniendo en cuenta que en todo grupo social la comunicación es un elemento clave y hacerla estratégica contribuye a una mejor gestión.

En este proceso de indagación logramos escuchar a los colaboradores de la organización y en especial al equipo de voluntariado, quienes desde su voz reconocen falencias y temas a trabajar, desde este panorama se evidencia la necesidad de mejorar en todas las áreas y visibilizar procesos que son imprescindibles para generar redes, interacciones y promover relaciones sinérgicas en espacios que aporten a transformaciones a través de una participación activa por parte de cada actor de la fundación.

Entre los hallazgos se logró detallar que falta fortalecer la comunicación del Voluntariado con las demás áreas, pues la fundación se centra en sacar adelante todos los proyectos y programas, en obtener alianzas para su sostenibilidad y seguir posicionados en redes sociales, esto refleja que trabajan más la parte externa de la organización y se deja de lado los procesos estratégicos de la parte interna. En la fundación no se llevan a cabo procesos de análisis o un seguimiento a los indicadores, y en este mismo sentido, se evidencia que la comunicación no tiene un espacio estratégico en NSM, teniendo en cuenta que no se tiene un plan de comunicaciones, y el área de comunicaciones se centra más en las alianzas con otras empresas, es por tanto que se ve la necesidad de tener uno para mejorar varios procesos que están débiles, pues el equipo de voluntariado en las encuestas manifestó varias inconformidades con relación al seguimiento de sus procesos y la articulación en su comunicación, lo que ha generado afectaciones .

Teniendo en cuenta lo anterior, se ha generado una falta de compromiso y motivación por parte del equipo de voluntariado, por lo que con este trabajo se pretende aportar generando espacios de interacción entre todos los colaboradores, orientando a los líderes de cada área y equipo de voluntariado para crear cambios positivos y que ellos mismos se vean beneficiados, pues si bien



cada función es de suma importancia para lograr metas y objetivos que le apuestan al aprovechamiento de las oportunidades que se tienen a partir de prácticas sociales y la construcción de nuevos espacios comunicacionales.

Es importante mencionar que con el paso a la virtualidad con el COVID-19, se vio aún más reflejada la necesidad de generar cambios en los procesos de comunicación y crear nuevas metodologías que involucren a todos/as colaboradores de la fundación, para fortalecer lazos, su estructura, motivar e incentivar a los/as voluntarios/as. Consideramos que es relevante que el equipo de voluntariado se motive y sienta que se resignifica su labor, como comunicadoras estratégicas no solo le apostamos a la humanización del rol de voluntariado, sino también a la integridad de nuevos saberes, que este espacio no solo sea de aprendizajes para las niñas y adolescentes, sino también para que puedan adquirir otros conocimientos en el desarrollo de su labor de voluntariado.

Esta investigación nos deja grandes aprendizajes, pues desde la virtualidad varios procesos nos crearon retos para avanzar en la exploración e indagación en la fundación Niñas Sin Miedo, donde los colaboradores siempre se mostraron atentos a apoyarnos para el desarrollo de las entrevistas, encuestas y la disposición en cada espacio compartido. Adicionalmente, el trabajo en equipo que logramos desarrollar y mantener en cada tarea nos unió y permitió que fortaleciéramos nuestro trabajo, pese a los diferentes puntos de vista que cada una tenía tratamos de llegar a acuerdos siempre con una comunicación clara para seguir en la construcción del proyecto.

En este año también vimos que trabajar por la comunidad y aportar desde nuestros conocimientos, es importante para ayudar en el camino al logro de objetivos, que no solo le suman a nuestro perfil profesional, sino también a otros para mejorar procesos y alcanzar sus metas.

Y en este recorrido por conocer más a la fundación, nos dimos cuenta que los procesos organizacionales y la comunicación entre todos los colaboradores son relevantes e influyen para que todo funcione a cabalidad. Así mismo, que el trabajo en equipo es fundamental para cumplir una misión en común.



### 13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bruno, Daniela (2011) EL DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

Diagnóstico y poder. Diagnóstico y participación.

<https://porunsiglo.files.wordpress.com/2011/02/el-diagnc3b3stico-comunicaci-onal-daniela-bruno.pdf>

Pérez, Rafael Alberto (2014) La estrategia como campo de estudio.

¿Tenemos ya un nuevo paradigma? Revista Mediterránea de comunicación. Vol. 5, No. 2, 1-21 ReMedCom\_05\_02\_03.pdf

[https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/43161/5/ReMedCom\\_05\\_02\\_03.pdf](https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/43161/5/ReMedCom_05_02_03.pdf)

Cruz, M (2019). Soacha pide al DANE revisar las cifras del Censo Nacional

2018. EL TIEMPO.

<https://www.eltiempo.com/bogota/soacha-pide-al-dane-revisar-las-cifras-del-censo-nacional-2018-319828>

Semana Rural (2020). Comer o cumplir la cuarentena: la dura realidad en Soacha.

SEMANA.

<https://semanarural.com/web/articulo/en-soacha-la-crisis-del-coronavirus-des-vela-la-desigualdad/1378>

Krohling, Margarida (marzo 2012) Comunicación Organizacional Integrada,

Sustentabilidad Y Compromiso Público, Revista académica de la federación latinoamericana de facultades de comunicación social, volumen 83, (6 – 23).

[https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1OERPjRK\\_a9\\_loqwZ2BvkS8pNQQt\\_Zm0eyG](https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1OERPjRK_a9_loqwZ2BvkS8pNQQt_Zm0eyG)

Massoni, Sandra (2007) Versión de Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente publicado en el libro Massoni Sandra: "Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido". Homo Sapiens Ediciones. Rosario, Argentina.

<https://octavioislas.files.wordpress.com/2011/08/massoni-modelo-comunicaci-c3b3n-estratc3a9gica.pdf>

Pérez, R, y Mossoni, S. (2008) Hacia una Teoría general de la estrategia



[https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1zaJcHiYsVYvIaXSg\\_mpXGVdrurL\\_9PEHc](https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1zaJcHiYsVYvIaXSg_mpXGVdrurL_9PEHc)

Uranga, W. (2014). Conocer, transformar, comunicar: para incidir. P3 – P6.

[Microsoft Word - Conocer, transformar y comunicar W Uranga dic 2014 \(unad.edu.co\)](#)

Ministerio de Comunicaciones República de Colombia. 2008a. Decreto 1151 de 2008. [http://hermesoft.esap.edu.co/esap/hermesoft/porta/l/home\\_1/rec/Normatividad/Decreto%201151%20de%202008.pdf](http://hermesoft.esap.edu.co/esap/hermesoft/porta/l/home_1/rec/Normatividad/Decreto%201151%20de%202008.pdf)

Revista Volumen especial - E-ISSN: 2248- 762X Universidad Distrital Francisco José de Caldas. <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/REDES/index>

Tavazza, Luciano. (1995). “El nuevo rol del voluntariado social”. Lumen, Madrid. [http://www.edlumen.net/index.php?route=product/product&product\\_id=1320](http://www.edlumen.net/index.php?route=product/product&product_id=1320)

Kawulich, B (2005). La observación participante como método de recolección de datos: FORUM: QUALITATIVE SOCIAL RESEARCH SOZIALFORSCHUNG <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/2715/1/La%20observaci%C3%B3n%20participante%20como%20m%C3%A9todo%20de%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos.pdf>

Sampieri R. (2014). Metodología de la investigación: Mc Graw Hill Education <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Jaramillo, S. (2007). Identificando a los protagonistas: el mapeo de actores como herramienta para el diseño y análisis de políticas públicas: The Journal of Latin American Public Policy and Governance <https://orb.binghamton.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1005&context=gobernar>

Kotter, J (1997) El Líder del Cambio, Un plan de acción del especialista en liderazgo de negocios más afamado del mundo. P3 [https://kupdf.net/download/kotter-john-el-lider-del-cambio-libro-completo\\_58a1db926454a7932eb1e8ee\\_pdf](https://kupdf.net/download/kotter-john-el-lider-del-cambio-libro-completo_58a1db926454a7932eb1e8ee_pdf)



Joaquín García Roca. (2001). Caminar juntos con humildad. Acción colectiva, relaciones sinérgicas y redes solidarias. Colección “Pensamiento en acción”, Cáritas Española. Madrid.

[https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12141/IsabelCristina\\_LopezMunoz%20\\_2017.pdf;jsessionid=AB84FEC56656E316AE63E438616E2BC0?sequence=2](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12141/IsabelCristina_LopezMunoz%20_2017.pdf;jsessionid=AB84FEC56656E316AE63E438616E2BC0?sequence=2)

Mayorga, N. (2019). ¡Yo sí puedo!. Una reflexión sobre el empoderamiento de niñas, desde el contexto de la Fundación Niñas sin miedo, tesis de trabajo de grado. Universidad Nacional, Repositorio institucional, biblioteca digital <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/75525>

Salas E. ( 2018). Registro y transmisión de información en los talleres del programa de educación en la Fundación niñas sin miedo. tesis de trabajo de grado. Repositorio Institucional Universidad Piloto de Colombia.

<http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/915>



Ilustraciones Realizadas por Gabriela Pérez  
(Diseñadora gráfica e ilustradora)