

GESTIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS ACCIONES DE INCLUSIÓN  
EN BUCARAMANGA A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN PROGRESA

DEILY NAIDÚ CASTRO DUEÑEZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL -PERIODISMO  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES BUCARAMANGA  
2019

GESTIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS ACCIONES DE INCLUSIÓN  
EN BUCARAMANGA A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN PROGRESA

DEILY NAIDÚ CASTRO DUEÑEZ  
Trabajo de Grado Modalidad Pasantía  
Para optar por el título de: Comunicador social – Periodista

Supervisor:  
PhD. Olga Beatriz Rueda Barrios

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES BUCARAMANGA  
2019

Nota de Aceptación

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

*Dedico este trabajo a todas las  
personas que me han acompañado  
durante este largo y provechoso  
camino.*

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	7
OBJETIVOS .....	9
REFERENTE CONTEXTUAL .....	10
CONTEXTO INSTITUCIONAL.....	12
RESULTADOS .....	15
CONCLUSIONES.....	20
RECOMENDACIONES .....	21
BIBLIOGRAFIA.....	22

## **RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TITULO:** GESTIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS ACCIONES DE INCLUSIÓN EN BUCARAMANGA A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN PROGRESA

**AUTOR(ES):** DEILY NAIDÚ CASTRO DUEÑEZ

**PROGRAMA:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR(A):** OLGA BEATRIZ RUEDA BARRIOS

### **RESUMEN**

El trabajo de pasantía consistió en el fortalecimiento de las acciones de la Fundación Progresas, en la ciudad de Bucaramanga. Desde el ámbito de la comunicación se realizaron acciones de visibilización externa, mercadeo social y gestión de redes sociales, con el propósito de promover el mensaje de inclusión y la posibilidad que diferentes actores se sumarán a las iniciativas lideradas por la Fundación. El aporte de la comunicación en los objetivos organizacionales de la Fundación Progresas se convierten en fundamentales, dada la necesidad de relacionamiento interno y externo, así como, la posibilidad de aprovechar los espacios digitales para fortalecer las acciones comunicativas que permitan promover la inclusión como un compromiso del Estado, empresa privada y organizaciones no gubernamentales.

### **PALABRAS CLAVE:**

Inclusión, comunicaciones, mercadeo social, redes sociales.

**V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## **GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE**

**TITLE:** MANAGEMENT FOR THE STRENGTHENING OF INCLUSION ACTIONS IN BUCARAMANGA THROUGH THE PROGRESA FOUNDATION

**AUTHOR(S):** DEILY NAIDÚ CASTRO DUEÑEZ

**FACULTY:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR:** OLGA BEATRIZ RUEDA BARRIOS

### **ABSTRACT**

The internship work consisted in strengthening the actions of the Progresa Foundation, in the city of Bucaramanga. From the field of communication, external visibility, social marketing and social network management actions were carried out, with the purpose of promoting the inclusion message and the possibility that different actors will join the initiatives led by the Foundation. The contribution of communication in the organizational objectives of the Progresa Foundation becomes fundamental, given the need for internal and external relations, as well as the possibility of taking advantage of digital spaces to strengthen communication actions that allow promoting inclusion as a commitment of the State, private company and non-governmental organizations.

### **KEYWORDS:**

Inclusion, communications, social marketing, social networks.

**V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK**

## INTRODUCCIÓN

La Fundación Progresá acompaña a las personas e instituciones en su desarrollo para mejorar la calidad de vida en la perspectiva de un país competitivo, democrático, pacífico y con equidad social. Gestionando y ejecutando proyectos sociales, educativos, ambientales, culturales, de infraestructura, humanitarios y empresariales de calidad para el desarrollo y progreso de localidades, regiones, ciudades y países.

El departamento de comunicaciones, ha trabajado bajo los conceptos de la comunicación organizacional como la define Fernández Collazos es “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”<sup>1</sup>, convirtiéndola en una base de total importancia para las empresas, pues esta representa el fortalecimiento de los múltiples contextos que alimentan una organización, aún más en estos tiempos en que vivimos, donde los cambios que suceden transforman el panorama laboral en segundos, auspiciados por el auge de las nuevas tecnologías de la información.

La cultura corporativa que maneja la Fundación Progresá, determina el actuar de sus empleados, en sus acciones y compromisos con los diferentes públicos con los que se relaciona, permitiendo, que el clima laboral sea favorable para el desempeño de pares si es necesario y el reconocimiento de los logros y esfuerzos que se consiguen día a día desde cualquier área.

Tal y como lo asegura, Cristina Benito y Begoña Gómez en un artículo para la revista imagen y comunicación la relación entre la comunicación interna y la cultura corporativa es muy intensa. La cultura de una organización se establece,

<sup>1</sup> Fernández Collado, Carlos. La Comunicación en las Organizaciones. Editorial Trillas. México, 1997.p. 27-31.

principalmente, a través de su capital interno; de la personalidad y modos de actuar de las personas que lo conforman que no se podría lograr si la comunicación interna no se fortalece, no como una opción por revisar si no como una necesidad.

Por estas razones situó a la Fundación Progresá en la teoría de Elton Mayo sobre las relaciones humanas porque dentro de sus características generales presenta muchas que están incluidas en la teoría ya mencionada, las más notorias tales como que el énfasis está en el recurso humano generando un clima de confianza laboral, la organización se ve como un grupo de personas que trabajan unidas para llegar a una meta y la dinámica grupal e interpersonal tiene buena fluidez, permitiendo el trabajo en equipo.

## **1. OBJETIVOS**

### **General**

Gestionar acciones para el fortalecimiento de la inclusión en Bucaramanga a través de la Fundación Progresá.

### **Específicos**

- Establecer relaciones con las empresas públicas y privadas, para que contribuyan en el desarrollo de distintas actividades de inclusión en Bucaramanga.
- Gestionar contenidos en redes sociales digitales con el propósito de visibilizar las acciones de la Fundación Progresá.
- Desarrollar acciones pedagógicas en temas de inclusión en las instituciones educativas, empresas y comunidad general.

## **2. REFERENTE CONCEPTUAL**

La Comunicación Organizacional, se ha convertido en una necesidad que las empresas han ido implementando y diversificando, convirtiéndose en una parte integral de ésta, constituyendo una fuerza más poderosa que la acción, para una cultura que ya no es la de la producción, sino la de las relaciones, la gestión y el conocimiento eficaz de las comunicaciones y la información, que permean las relaciones vitales de la empresa. En la actualidad se puede afirmar que el diseño de estrategias comunicativas involucra unos servicios específicos y la gestión se combina con los productos generados a partir de la prestación del servicio.

El objetivo de la Fundación Progresá es lograr la acción comunicativa en la organización empresarial, y en el mercado social, realizando procesos más eficientes y eficaces que contribuyan a la inclusión integral de las personas con discapacidad, en distintos escenarios de las instituciones, empresas u organizaciones.

De manera que la comunicación establecida en la Fundación Progresá, es aquella que se planteó en el modelo Hersey - Blanchard, en su teoría de liderazgo situacional, determinando que la comunicación eficaz requiere respuestas que demuestren interés, comprensión y preocupación por el otro. Dándole importancia a los procesos positivos y de doble flujo que se tejen al interior de las organizaciones, pues es allí, donde surge el intercambio de información, entendiendo las necesidades los planes y los proyectos, de los mandos superiores, como de los líderes grupales.

Brunet (2011) en su libro el clima de trabajo de las organizaciones hace referencia a diferentes variables de la estructura y de los procesos organizacionales:

La “estructura organizacional”, que abarca los siguientes elementos: La envergadura del control administrativo, el tamaño de la organización (número de empleados), el número de niveles jerárquicos, la relación entre el tamaño de un departamento y el número de departamentos comprendidos dentro de la organización, la configuración jerárquica de puestos (organigrama), el grado de centralización de la toma de decisiones, la especialización de funciones y tareas, el aspecto normativo, la formalización de procedimientos organizacionales, el grado de interdependencia de los diferentes subsistemas. En lo que se refiere a la variable proceso organizacional, ésta se manifiesta sobre los siguientes elementos: el liderazgo, los estilos y niveles de comunicación. (p. 15)

Continuando la línea de las comunicaciones, el marketing social, es un concepto que se trabaja desde el departamento de comunicaciones de la Fundación Progresá, aplicando sus cuatro ejes principales, como son: el análisis, el planteamiento, la ejecución y la evaluación de los programas diseñados, y teniendo como único fin, influir en el comportamiento de los públicos objetivos, mejorando su bienestar personal y social. En la revista de Antropología Iberoamericana, se hace referencia que el mayor reto del marketing social en estos tiempos es conseguir que las empresas y organizaciones sean en el largo plazo, socialmente responsables y beneficiosas para la sociedad, de manera que generen un cambio de conducta.

Como en los diferentes tipos de marketing, el marketing social cuenta con diferentes tareas a seguir o implementar, la primera y más importante es la de identificar la problemática que existe en la sociedad, ya sea un grupo de individuos, comunidades, o familias, para después determinar cuál es la necesidad social y qué grupo es el que requiere con mayor rapidez una oferta social (Pérez, 2004).

### 3. CONTEXTO INSTITUCIONAL<sup>2</sup>

Según la información institucional de la Fundación Progres a se identifica como un operador que brinda servicios en todo el país frente a la inclusión educativa, garantizando los procesos de la educación inclusiva y equitativa de calidad, además de la promoción de las oportunidades de aprendizaje permanente para todos. “Tenemos una concepción humanista de la educación y del desarrollo, basada en los derechos humanos y la dignidad, la justicia social, la inclusión, la protección, la diversidad cultural, lingüística, étnica y la responsabilidad”<sup>3</sup>.

Fundación Progres a nació en Bucaramanga, Santander, ofreciendo un servicio de calidad en el ámbito educativo con inclusión para diferentes regiones de Colombia. Parte de su labor se refiere al acompañamiento a personas e instituciones en la gestión y ejecución de proyectos educativos, ambientales, culturales y de infraestructura, humanitarios y empresariales, buscando un país competitivo, democrático, pacífico y con equidad social.

La inclusión en temas educativos es un proceso que requiere diferentes fases en las que se realizan cambios, no solo en las instituciones educativas, sino también en el entorno sociocultural colombiano. Para ello, contamos con un equipo de profesionales con formación y experiencia específica en modelos educativos, pedagogías y didácticas flexibles para favorecer los procesos de inclusión, los cuales se ajustan a los requerimientos establecidos por el Ministerio de Educación Nacional.

<sup>2</sup> Fundación Progres a. Información Institucional. Red Social Facebook. Disponible en <https://www.facebook.com/1568600766767246/posts/2026344790992839/>

<sup>3</sup> *Ídem.*

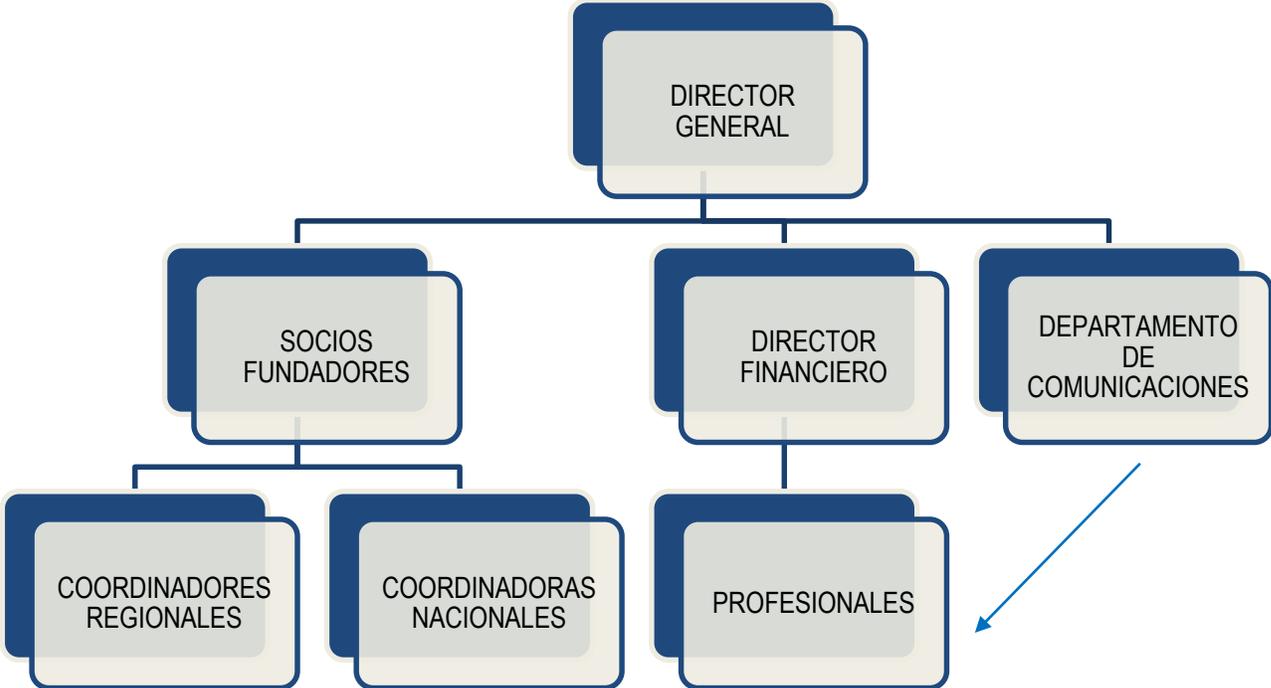
## **Misión**

La fundación social educativa para el progreso y desarrollo humano es una entidad sin ánimo de lucro cuya misión es acompañara a las personas e instituciones en su desarrollo para mejorar la calidad de vida en la perspectiva de un país competitivo, democrático, pacífico y con equidad social.

## **Portafolio de Servicios de la Empresa**

- ✓ Orientación Vocacional:
- ✓ Diplomados
- ✓ Educación Inclusiva
- ✓ Formación Docente
- ✓ Calidad Educativa
- ✓ Catedra para la Paz
- ✓ Primera Infancia

**ORGANIGRAMA**



## 4. RESULTADOS

### **Objetivo específico 1:**

*Establecer relaciones con las empresas públicas y privadas, para que contribuyan en el desarrollo de distintas actividades de inclusión en Bucaramanga.*

La Fundación Progresá, comprendiendo las coyunturas sociales, que nacen debido a la reivindicación de los derechos de la población con discapacidad, se trazó tres eventos en la ciudad de Bucaramanga que involucrara los distintos públicos a los que les ofrecen los servicios de inclusión integral. Por eso, se organizó un campeonato fútbol 5, que tuvo como fin integrar a personas con discapacidad visual, y personas con visión convencional.

También, se estableció una alianza con la Universidad Autónoma de Bucaramanga ( UNAB ) y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, con ellos se realizaron dos foros, con el único objetivo de ampliar la información acerca de la discapacidad en Colombia, las leyes que cobijan a esta población, y la pedagogía desde los diferentes escenarios educativos, y laborales.

Algunos elementos visuales:

Organiza



**Fundación Progresar**  
Fundación para el progreso y el desarrollo humano

**1er Campeonato de fútbol**  
Personas con discapacidad visual  
*Juguémonosla por la inclusión*

Invitan:



Lugar: Cancha de Deporte Extremo del Viaducto.  
(Barrio San Martín)

Fecha: MAYO 25 y 26    Hora: 2 P.M.

Organiza



**Fundación Progresar**  
Fundación para el progreso y el desarrollo humano

**1er Campeonato de fútbol**  
Personas con discapacidad visual  
*Juguémonosla por la inclusión*

Invitan:



Patrocinadores



Fundación Progresar  
Fundación para el progreso y el desarrollo humano

**Foro Departamental**

Entrada libre

**Modalidades de atención de estudiantes con discapacidad**  
Tensiones e interrogantes

Apoya:



8:00 a.m a 12:00 m  
**28 de Mayo**

Lugar:  
Auditorio Mayor Carlos Gómez Albarraçin  
Universidad Autónoma de Bucaramanga  
Avenida 42 # 48 - 11 El Jardín

Foro Departamental

**Modalidades de atención de estudiantes con discapacidad**  
Tensiones e interrogantes

Fundación Progresar  
Fundación para el progreso y el desarrollo humano

**La Fundación Progresar agradece Especialmente a:**



Por el Gran Apoyo en el Foro Departamental de Modalidades de Atención a Estudiantes con Discapacidad - Tensiones e Interrogantes.  
Realizado el 28 de mayo de 2019 en la ciudad de Bucaramanga.



Rodrigo Cala Pulido  
Director Fundación Progresar



De izquierda a derecha; Oscar Lozano, psicólogo, y voluntario de la Fundación Me Interesas; Naidú Castro, encargada de Comunicaciones de la Fundación Progresá; Camilo Galvis, gestor social de la Fundación Progresá; Claudia Lozano, Coordinadora del capítulo Santander de ACELA, directora de la fundación me Interesas; Juan David Pérez, Promotor de la Fundación Progresá; Ángela Arévalo, Voluntaria de la Fundación Me Interesas y la Asociación Colombiana de Esclerosis Lateral Amiotrófica.

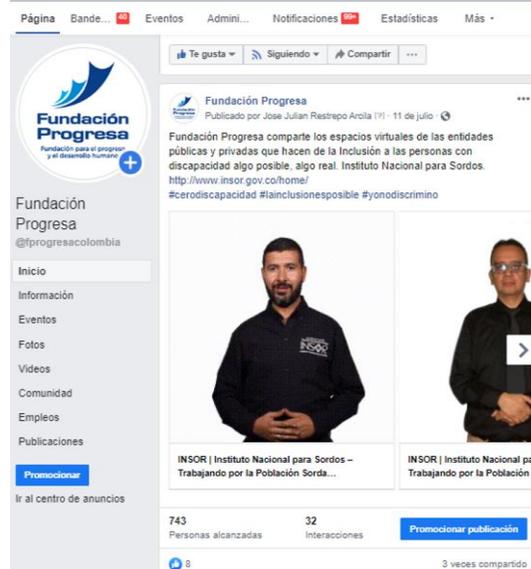
## **Objetivo específico 2:**

*Gestionar contenidos en redes sociales digitales con el propósito de visibilizar las acciones de la Fundación Progresá.*

Durante el tiempo de pasantía, se gestionaron contenidos en la red social Facebook porque encontramos que tiene grana cogida por parte de usuarios, además es la red preferida en Colombia según las cifras reportadas por el Ministerio de las TIC. A través de esta red social se buscó visibilizar el trabajo que profesionales, directivos y distintos patrocinadores que se han vinculado con los objetivos de la Fundación Progresá. De igual forma se publican

convocatorias e información de requisitos para contrataciones inmediatas con la Fundación.

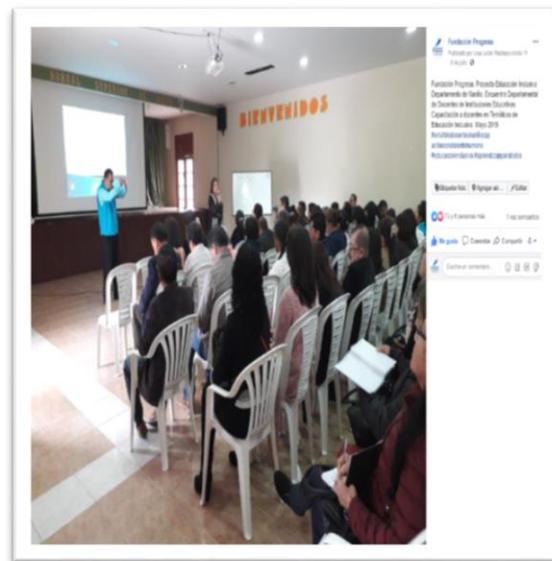
Lo que se logró con ese objetivo fue incrementar el número de seguidores, e interacciones. Y el acceso a la información, y futuras actividades de los diferentes departamentos.



### Objetivo específico 3:

*Desarrollar acciones pedagógicas en temas de inclusión en las instituciones educativas, empresas y comunidad general.*

Durante el tiempo de pasantía, apoyé los diferentes talleres y documentos que se realizaron el pro de la pedagogía por la inclusión integral. Estos se hicieron de manera escrita, con documentos y ayudas visuales y registros fotográficos de cada evento.



## 5. CONCLUSIONES

El equipo de Comunicaciones de la Fundación Progresá, ha venido desarrollando un trabajo importante en el tema de visibilización de las acciones que desde allí se realizan en los distintos escenarios donde tiene presencia, esto ha permitido que los conozcan más en los diferentes departamentos, y que se caracterice por tener un trabajo honesto, responsable y dinámico.

Con el departamento de Comunicaciones establecido, se da respuesta oportuna a las distintas inquietudes que tienen los profesionales que trabajan en la Fundación, y los familiares de las personas que tienen procesos de integración en la misma. Es decir, que en tiempo real se está informando de manera oportuna sobre cada proceso y los resultados del mismo.

Al tener presencia en más de siete departamentos, y dos países, hace que la comunicación sea un reto enorme, creando contenidos para cada necesidad, que lleven el sentir Institucional y que transmitan el mensaje que desde la gerencia se quiere hacer llegar manteniendo una comunicación bidireccional y un clima organizacional armónico.

Las alianzas como método de estrategia de recolección de fondos económicos o físicos para el desarrollo y bienestar de las personas con discapacidad, hace que la Fundación sea llamativa dentro del departamento por su razón social.

En consecuencia, este trabajo de grado, colabora en el cumplimiento del objeto social trazado por el Pacto Global de los Derechos Humanos, que es contribuir, y velar por el desarrollo de la población más vulnerable de la comunidad.

## **RECOMENDACIONES**

Acompañar los procesos de comunicación, desde los distintos departamentos, para centralizar la información y generarla de manera clara, oportuna y eficaz.

Ampliar los vínculos gubernamentales y privados, de tal modo que la ejecución de los servicios se materialice en la promoción y recaudo, de los distintos modelos pedagógicos que manejan

Desarrollar talleres que apoyen y refuercen a la comunidad, temas y conocimientos relacionados a la inclusión integral en sus distintos escenarios.

Es importante resaltar que para generar el reconocimiento de la Fundación debe enfocarse en realizar estrategias de comunicación a través de las redes sociales que son medios de bajo costo y de alto alcance, es decir que asignan a una persona para que sea la encargada de manejar y generar contenido de la Fundación para este medio que pueda ser multimedia y así captar la atención dentro de la comunidad.

## BIBLIOGRAFÍA

Colvin, M. & Rutland, F. (2008). Is Maslow's Hierarchy of Needs a Valid Model of Motivation. Louisiana Tech University. Documento en línea . Recuperado de <http://www.business.latech.edu/>

Brunet, L. (2011) El Clima de Trabajo en las Organizaciones. México: Trillas. Pág. 15

Fernández Collado, Carlos. La Comunicación en las Organizaciones. Editorial Trillas. México, 1997.p. 27-31

Félix Mateus, Anabela (2014). La Comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías - una visión histórica. Historia y Comunicación Social. 207 (Vol. 19) 195-210

Fedeg Daniel. (2014) La comunicación estratégica. Portafolio. Recuperado de:<https://www.portafolio.co/opinion/daniel-fedeg/comunicacion-estrategica-5409>

Fundación Progres. Información Institucional. Red Social Facebook. Disponible en <https://www.facebook.com/1568600766767246/posts/2026344790992839/>

