

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA RED  
DEPARTAMENTAL DE MUJERES DEL CAUCA**



**ANGIE STEFANY LOZANO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNICOMFACAUCA  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
POPAYÁN - CAUCA**

**2023**

**DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO DE LA RED DEPARTAMENTAL DE  
MUJERES DEL CAUCA**



**ANGIE STEFANY LOZANO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNICOMFACAUCA  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
POPAYÁN - CAUCA**

**2023**

## Nota de Aceptación

---

---

---

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Popayán. Mayo de 2024



## **TABLA DE CONTENIDO**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>RESUMEN</b>   | <b>7</b>  |
| <b>INTRODUCCIÓN</b>  | <b>9</b>  |
| <b>PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN</b>   | <b>10</b> |
| <b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>  | <b>12</b> |
| Acciones Tomadas   | 13        |
| <b>PREGUNTA PROBLEMA</b>   | <b>16</b> |
| <b>OBJETIVOS</b>   | <b>16</b> |
| Objetivos General  | 16        |
| Objetivos Específicos  | 16        |
| <b>JUSTIFICACIÓN</b>   | <b>17</b> |
| <b>METODOLOGÍA</b>   | <b>19</b> |
| 1. Desarrollo de actividades:  | 21        |
| Diagnóstico de contexto REDEMUC  | 22        |
| 2. Aplicación de cuestionarios   | 27        |
| 3. Revisión Documental   | 29        |
| <b>2. Desarrollan un plan de comunicación internos y externo Formulación de plan estratégico de comunicación Interna y Externa</b> | <b>32</b> |
| 2. 1 Consolidar un área de comunicaciones de REDEMUC con los siguientes objetivos:   | 32        |
| 2.2 Funciones del área de Comunicaciones   | 33        |
| 2.2.1 Posicionamiento de la página Web   | 33        |
| 2.2.3 Estrategia interna para el fortalecimiento de las acciones institucionales   | 47        |
| <b>Comunicación interna acuerdo sobre principios y valores de REDEMUC</b>  | <b>49</b> |
| <b>CONCLUSIÓN</b>  | <b>55</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>  | <b>62</b> |



# RESUMEN

La Red Departamental de Mujeres del Cauca (REDEMUC) es una organización social sin ánimo de lucro, creada para abogar, defender y hacer efectivos los derechos humanos de las mujeres del Departamento. Algo que logran, a través de estrategias de incidencia pública y promoción de la transformación social, económica, política y cultural, con una perspectiva de género y un enfoque diferencial.

La propuesta de este proyecto consiste en mejorar la presencia de la institución y su identidad por medio de un plan estratégico, para sus redes sociales, con el propósito de generar una mayor visibilidad y alcance. Con la intención, de incrementar su capacidad de convocatoria y visibilidad, con el fin de que más mujeres, puedan vincularse al proceso que lleva a cabo la organización.

Esto implicaría, varias actuaciones, por ejemplo, consolidar procesos organizativos internos para una proyección positiva de la organización a largo plazo, que genere confianza, y que proyecte los valores de la organización.

Además, se planea crear canales de comunicación idóneos para este fin, como lo sería, las redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter, lo que se complementaría con una página web para la red.

Para la implementación de los canales de comunicación, se realizará un diagnóstico, con la intención de definir, las falencias y las fortalezas, que se deberían mejorar en el área

comunicativa, las posibilidades y necesidades de segmentación, la caracterización del público objetivo y un análisis de medios donde se pueda identificar el posicionamiento de la organización.

Para lograr esto se ejecutará un análisis DOFA y una sistematización del diagnóstico.

Se aplicarán metodologías cualitativas, y de observación participante, para lograr un mejor desarrollo a la hora de estructurar un plan de acción comunicativo, enfocándonos en las debilidades, las fortalezas, oportunidades y amenazas de los cuales se va a desarrollar el análisis de estrategia comunicativa.

Además, se conceptualiza lo que es la comunicación estratégica y eficaz, como una manera de mejorar la eficacia de la estrategia.

Todo esto nos permitirá, generar una mirada crítica al contexto actual de la asociación y priorizar las estrategias, objetivos y acciones necesarias para continuar fortaleciendo la capacidad comunicacional interna y externa de la organización, lo que nos permitirá apoyar el cierre de brechas de desigualdad y exclusión, que han obstaculizado el ejercicio pleno de los derechos de las mujeres en el Departamento del Cauca.



# INTRODUCCIÓN

La Red Departamental de Mujeres del Cauca, es una organización que fomenta y promueve los derechos humanos, para construir un fortalecimiento y empoderamiento de las mujeres, tanto política, económica y cultural

Teniendo en cuenta lo solicitado durante mi estancia en la organización como comunicadora, se me solicitó desarrollar estrategias para fomentar la participación, vinculación e intervención del público objetivo con la organización.

Para llevar a cabo este proceso, se plantea desarrollar un plan de comunicaciones, que satisfaga los objetivos planteados. Este se diseñará en tres fases, diagnóstico, análisis de la información, y planeación comunicativa, para esto, se utilizarán metodologías cualitativas y cuantitativas, cómo encuestas, observación, análisis de información, entrevistas, y revisión de datos estadísticos.

Además, se ejecutará un rastreo histórico de la asociación con base en la perspectiva de sus miembros y fundadores, en el que se tendrán en cuenta relatos, fotografías. Igualmente, se planea un rastreo y/o análisis de redes sociales, con el fin de conocer los antecedentes organizacionales.

También se analizarán los documentos de planeación de la organización, la información distribuida en redes sociales y su estrategia de marketing.

## PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La Red Departamental de Mujeres del Cauca, inició en el año 1990, con un grupo significativo de mujeres, con el fin de promover la igualdad de derechos, sin ningún tipo de discriminación por razones de género, por identidad étnica, procedencia, religión o ideología.

“La Asociación Red Departamental de Mujeres del Cauca (REDEMUC), es una organización social, sin ánimo de lucro y de segundo nivel; creada con el fin de promover, defender y hacer exigibles los derechos humanos de las mujeres en el Departamento del Cauca; a través de la puesta en marcha de estrategias de incidencia pública y transformación social, económica, política y cultural con perspectiva de género, y enfoque diferencia.” ( Manual corporativo).

Estos espacios de encuentro, generan coordinación y concentración que se materializan en los diferentes encuentros y actividades que se realizan en la organización, en estos espacios se reflexiona y situaciones se reflexiona sobre la desigualdad, discriminación, violencia de género.

De esta forma, se consolidó la organización Red Departamental de Mujeres del Cauca una organización sin ánimo de lucro, creada con el propósito de promover y defender los derechos de las mujeres y el empoderamiento, tienen presencia en diferentes zonas y municipios del departamento del cauca, con el objetivo de desarrollar proyectos y programas relacionados con el objetivo social.

En la actualidad, la Red departamental de Mujeres de Cauca cuenta con 10 organizaciones de mujeres y 5 subregiones del departamento con el objetivo de aportar a la formación y emprendimiento de las mujeres, con el fin reconocer una exigibilidad de los derechos humanos.

Para la Red Departamental de Mujeres Del Cauca es fundamental implementar una estrategia de comunicación, porque esto permite llegar a un público más específico para tener más visibilidad, y que la información llegue directamente a las personas de interés.

“En las últimas décadas, la concentración de los medios de comunicación está condicionando la democracia, al convertir la libertad de expresión no solo en un activo de su negocio, sino en un instrumento de poder al servicio de sus intereses. Frente a este desequilibrio de poder, las democracias del siglo XXI tienen que resolver esta tendencia que las debilita, logrando que los medios de comunicación estén al servicio de la sociedad.” (Ciencia y Sociedad, vol. XXXVII).

En respuesta a la petición realizada por la directora ejecutiva de la asociación, se planteó la elaboración del plan estratégico de comunicaciones, conscientes de la necesidad de mejorar la capacidad de gestión interna y externa de la asociación.

# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Teniendo en cuenta que ( Red Departamental de Mujeres del Cauca ) REDEMUC, es una organización sin ánimo de lucro que tiene como fin promover, fomentar, defender y hacer cumplir los derechos humanos de las mujeres en el Departamento del Cauca, se diagnostica que hace falta, gestión y planeación en el área de comunicaciones.

La organización tiene estructura, pero no cuenta con un área de comunicaciones. Por esa razón, se propone plantear estrategias de incidencia pública, transformación social, política, económica y cultural con perspectiva de género, teniendo en cuenta, un enfoque diferencial, a partir de un análisis crítico sobre el contexto actual de la organización.

Esto es un problema, debido a la importancia de la organización en la lucha por los derechos humanos de las mujeres del departamento del Cauca, debido a que no hay una estructura clara en la planeación de las comunicaciones internas y externas de la organización.

Se propone realizar, un diagnóstico de comunicaciones que reconozca la diversidad de identidades y orientaciones sexuales, de las mujeres colombianas.

Se destaca, la importancia de defender los derechos de las mujeres, debido a que tuvieron que pasar muchos años para que se reconociera que ***“todos los seres humanos nacemos libres e iguales en dignidad y derechos”***. (Declaración Universal de los Derechos Humanos, el 10 de diciembre de 1948).

La anterior declaración, instó a las naciones del mundo para que progresivamente adoptaran el compromiso de fomentar los Derechos Humanos y libertades sin distinción de sexo, raza, idioma y religión.

## Acciones Tomadas

Es así como la organización, sin tener ninguna área de comunicación decide focalizar y fortalecer el área de comunicaciones, aceptando este método como una oportunidad para generar interacción, efectiva y dinámica, de esta forma compartiendo y adquiriendo experiencias, informaciones, o simplemente utilizando estos canales como una manera de expresión, para así construir una comunidad focalizada, interlocutora y sensibilizada dispuesta a vincularse y ayudar

De acuerdo con lo anterior, se evidenció un problema de tipo comunicativo, dado que la organización no cuenta con ningún plan de acción o estrategia comunicativa ni interna, ni externa, que les permita un desarrollo o alcance a las personas que quieran conocer este proceso o el trabajo realizado dentro de ellas.

Fernando Martín Martín (1995) (citado por Trelles, 2001.p.4) las puntualiza en tareas como coordinar y canalizar el plan o la estrategia de comunicación de la organizconación; gestionar acciones encaminadas a mejorar la imagen pública; potenciar, desarrollar y difundir la actividad de comunicación; conseguir que esta sea clara, veraz, transparente; mantener estrecha relación de colaboración con los medios y verificar y controlar la calidad e incidencias informativas y publicitarias todas las acciones de comunicación.

Definir los objetivos y la misión como principio heurístico, tomando como base los valores determinados de la organización, para realizar una evaluación de usabilidad y encontrar los medios así como también la vía de solución. Llegado de este modo a una identidad corporativa a partir de esto, se derivan diferentes estrategias, definiciones, patrones y modelos conformadas a la funcionalidades de la organización.

Dada la oportunidad, lo que se busca a la hora de implementar las redes sociales, es conectar con miles de persona, y gracias algoritmo crecer en seguidores y potencialmente una mayor difusión, con la intención de hacer crecer a la organización, generar un posicionamiento, y que el público objetivo se informe de lo que se realiza en la organización como esto podría interesarles en sus vidas.

La asociación REDEMUC, no crea contenido audiovisual o piezas gráficas, dado que no tienen implementado ningún canal comunicativo, los cuales son importantes puesto que nunca han manejado los Reels, debido a que no tienen experiencia ni conocimiento de las tendencias y algoritmos de las redes sociales, herramientas importantes de Instagram que facilitan el posicionamiento y llaman la atención del usuario.

“Crear contenido audiovisual para las fundaciones es necesario ya que, a través de las imágenes y lenguaje verbal, se aproxima a la experiencia de sus públicos, facilitando la lectura y comprensión del mensaje” (Manosalva Salazar y Latorre Latorre 2013, p. 25).

Por otro lado, la fan page que está establecida, corresponde a un usuario personal (de la directora ejecutiva), que está siendo utilizado como corporativo, por esto, no se diferencian los eventos o dinámicas organizados. Pues se mezclaban cosas personales como de trabajo, generando un ruido en las comunicaciones organizacionales de la empresa, entorpeciendo el flujo de información, perdiendo veracidad y relevancia.

Del mismo modo, REDEMUC carece de un diagnóstico y caracterización de sus seguidores, por lo que desconoce cómo llegar a ellos, sus gustos y preferencias.

En última instancia, no se contaba con una página web activa, esto no les facilita la comunicación efectiva, ni genera ningún tipo de alcance o posicionamiento de marca, esto hace que su información se pierda o sea ineficiente.

Desde el campo de la comunicación, se plantea un reto, ¿cómo desarrollar una estrategia de posicionamiento en redes sociales para la organización?, capaz de darle a las comunicaciones un enfoque efectivo, generando fidelización y posicionamiento.

# PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo construir una estrategia de comunicación interna y externa efectiva, para REDEMUC?

## OBJETIVOS

### Objetivos General

Construir una estrategia de comunicación interna y externa que permita fortalecer a la asociación de mujeres REDEMUC, los procesos y proyectos que desarrolla en defensa de los derechos de las mujeres, su empoderamiento económico y político.

### Objetivos Específicos

- Analizar las comunicaciones internas y externas de la Red Departamental de Mujeres del Cauca REDEMUC.
- Identificar factores internos y externos que sirvan de referencia para el diseño de la estrategia de comunicación.
- Proponer una estrategia de comunicación interna y externa para REDEMUC.



- Implementar la estrategia de comunicación externa. ( medimos efectiva)

## JUSTIFICACIÓN

La universidad incentiva a los estudiantes a crear, gestionar, y definir en los diferentes ámbitos organizativos, profesionales, que generen un cambio evolutivo, a una organización o empresa por esta razón implementamos todos los saberes adquiridos a este proyecto por realizar.

“Unicomfauca como institución ofrece un ambiente de formación integral de ciudadanos y profesionales que, apoyándose en la docencia, la investigación y la proyección social – extensión, atiende los requerimientos de la sociedad, buscando la excelencia, la equidad social, el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades en contextos locales y globales.”  
(Unicomfauca - 2023)

La universidad incentiva a los estudiantes a crear, gestionar, y definir en los diferentes ámbitos organizativos, profesionales, que generen un cambio evolutivo, a una organización o empresa por esta razón implementamos todos los saberes adquiridos a este proyecto por realizar.

Este proyecto propone el diseño y la ejecución, plan y/o estrategia en comunicaciones tanto interna como externa, permitiendo un mejor desarrollo y posicionamiento en los diferentes canales de comunicación, así mismo una articulación en los diferentes sectores (público, privado, comunitario) esto surge de la necesidad de implementar una identidad que represente a REDEMUC, como una organización que busca defender los derechos humanos.

Logrando así, tener un posicionamiento y promoción de su marca, debido a que la organización cuenta con una buena estructura organizacional, pero en el área de comunicaciones, no contaban con ningún tipo de conocimiento.

Por ejemplo, no se tenía ningún tipo de evidencia o muestra por parte de la organización sobre los eventos que realizaba.

Por tanto, REDEMUC, no cuenta en el momento de la realización de este proyecto, con ninguna área de comunicación establecida, lo cual afecta su estructura organizativa y su visibilidad, por eso, un plan de comunicación es una herramienta que ayudaría a establecer de forma clara y concisa; cómo, cuándo y de qué manera comunicarse con el público. La meta es alcanzar los objetivos fijados y contribuir al marketing de la organización, renovando el interés del público mediante diversas acciones estratégicas.

Fernández Collado, define la comunicación organizacional como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”, también la entiende como: “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos” (Collado: 1997)

El plan estratégico de comunicaciones ayuda a que dichos canales de comunicación a que se desarrollen tanto interna como externamente, aumentando así el alcance y la visibilidad de la organización Red Departamental de Mujeres del Cauca, esto ayudará al área de comunicaciones a

generar un gran crecimiento y reconocer la importancia de la comunicación en una organización o empresa.

# METODOLOGÍA

El desarrollo de este proyecto de comunicación con la Asociación Red Departamental de Mujeres del Cauca corresponde a un abordaje cualitativo, éste permite obtener una perspectiva de integración con las necesidades del colectivo al que presentó una solución de comunicación, puesto que lo cualitativo, se interesa por la identificación del comportamiento humano y en este caso abordando las inquietudes y luchas de las mujeres como elementos claves para el desarrollo de una identidad corporativa que permita potenciar la experiencia de sus proyectos.

De acuerdo a lo anterior el diseño de este proyecto es investigación acción

“La (I-A) constituye una importante alternativa en los métodos de investigación cualitativa. Este término, introducido originalmente por Lewin, implica una forma de búsqueda realizada por los propios participantes en una determinada situación social, con el objetivo primordial de mejorar el desarrollo de la propia práctica educacional o social de que se trate, su comprensión o entendimiento de estas prácticas, y el contexto situacional en el que estas prácticas se desarrollan.

En la **I-A** se producen un conjunto de espirales cíclicas de planeamiento, acción, observación y reflexión que son consustanciales a esta aproximación. Lewin describió este proceso basándose en tres aspectos centrales: el planeamiento, el hallazgo de hechos (observaciones) y la ejecución (acción).” ( R. Borroto Cruz y R. Aneiros Riba de Kemmis S. Action Research. 1992. Escuela Nacional de Salud Pública, 2002.Pg 01)

En ese sentido la propuesta de comunicación interna y externa fue un ejercicio consensuado con las mujeres que la integran. Las inquietudes y las perspectivas que ellas tenían sobre su imagen corporativa se obtuvieron a través de cuestionarios abiertos, el desarrollo de grupos de discusión y la observación participante que tiene el investigador al ser parte del equipo de trabajo.

Con la recolección de información interna y externa se logró la realización de la estrategia. Este tipo de metodología se basa en realizar un rastreo de la organización, que valida la importancia de conocer las experiencias personales, las historias de vida. También se desarrolló un abordaje documental sobre documentos de constitución de la organización, los proyectos que vienen desarrollando y sus informes, la estructura organizativa y en términos generales toda la producción de información con la que cuenta REDEMUC, eso favorece la comprensión de la identidad corporativa.

Este proyecto se apoya en datos cuantitativos en la implementación de la estrategia de comunicación externa, para verificar la efectividad de la propuesta el método cuantitativo de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010) usan la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico estos datos corresponden a las mediciones de las publicaciones y los alcances de usuarios, con esos datos se analizó la visibilidad lograda.

El proyecto se trabajó con la red departamental, que es una organización femenina que cuenta con una amplia experiencia en el empoderamiento de la mujer caucana, a través de diferentes procesos

han contribuido al desarrollo y la independencia económica de las mujeres. En este proceso se trabajó con 15 mujeres que conforman la estructura administrativa de la red.

*Tabla 1 Participantes Elaboración Plan Estratégico REDEMUC*

| NOMBRE                   | CARGO  |
|--------------------------|--|
| María Soraida Fuelantala | Directora Ejecutiva REDEMUC                                  |
| Fraidaley Echeverry      | Fundación para el desarrollo social y naturaleza             |
| Bella María Calluce      | Funcop   |
| Ana Cely Mosquera        | Asomurcal  |
| Hermesinda Mosquera      | Cofundadora Redemuc  |
| Nery Quisobony           | Mujeres por la Paz y desarrollo integral                     |
| Luz Miryam Moncayo       | Fundación Mujer Sola   |
| Arcelia Villarreal       | Cofundadora Redemuc  |
| Miosoris Castillo        | Redmunorca   |
| María Eugenia Lozano     | Fiscal Junta directiva Grupo semilla                         |
| Cristin Girón            | Mujeres por la Paz y desarrollo integral                     |
| Claudia Rosely Gómez     | Mujeres Campesinas del municipio del El Tambo                |
| Zulma Hurtado            | Grupo Semilla  |
| Eduardo González         | Asesor Tributario Redemuc                                    |
| Nancy Muñoz Barona       | Vicepresidenta Junta directiva Facilitadora Plan estratégico |

## 1. Desarrollo de actividades:

### 1. Grupos Focal

Fecha: 16 de noviembre de 2023

Tema : Diagnóstico situación actual de REDEMUC con la estructura administrativa

Participantes: 14 mujeres

Metodología: Este grupo focal se realizó con el desarrollo de una matriz DOFA, la misma posibilitó la identificación de:

## Diagnóstico de contexto REDEMUC

Teniendo en cuenta que toda organización debe identificar factores internos y externos que sirvió de referencia para el diseño del plan estratégico, se obtuvieron los siguientes resultados a partir de la aplicación de instrumentos para identificar capacidades en diferentes áreas y aplicación de la matriz FODA en la cual se ponderaron los principales Fortalezas y Debilidades, Oportunidades y Amenazas.

Como resultado de este ejercicio se identificaron como principales factores internos los siguientes:

*Tabla 2 - Oportunidades y amenazas*

| Oportunidades.  | Amenazas.   |
|---|---|
| · Existen fuentes de financiación a nivel departamental como Fondo Nacional de regalías para el financiamiento de proyectos con perspectiva de género.  | · Amenazas contra líderes sociales defensores y defensoras de derechos humanos y organizaciones sociales, que limitan la presencia de la organización en algunos territorios del Departamento o la participación de beneficiarias de proyectos en eventos liderados por la Asociación |
| · Se cuenta con la aprobación de políticas públicas a nivel departamental y en el municipio de Popayán, lo que permite incidencia para la exigibilidad de derechos de las mujeres, con el propósito de disminuir las brechas de desigualdad e inequidad que caracteriza a las mujeres del Cauca | · Las exigencias legales ante la DIAN y Cámara de Comercio limitan la permanencia jurídica de algunas organizaciones sociales   |
| · Plan de Desarrollo Nacional con prioridades para atender los requerimientos de las mujeres y fortalecer la presencia del Estado en territorios afectados por el conflicto armado como el Departamento del Cauca   | · Las malas prácticas políticas y clientelistas no permiten el avance en la organización social.  |
| · Distintas organizaciones del nivel internacional y nacional tienen interés en desarrollar proyectos en el Departamento del Cauca como estrategia para construcción de Paz   | · Se reducen donaciones de agencias de cooperación internacional, dada la crisis económica mundial  |
| · Distintas organizaciones de base en el Cauca con interés de pertenecer a la Asociación.   | · Existen otras organizaciones sociales con capacidad de liderazgo para la captación de recursos públicos y para acceder a los cargos de poder.   |
| · Normatividad Nacional e internacional que ampara los derechos humanos de las mujeres.   | · Acciones políticas para impedir el desarrollo de los diálogos de paz en los territorios más afectados por el conflicto armado   |
| · Existencia de servicios de apoyo en sector público y privado para formación de lideresas, asesoría contable y financiera, fortalecimientos organizativos etc  | · Los riesgos que implica el ejercicio del liderazgo y defensa de los derechos humanos.   |
| · Diálogos de paz con participación de las organizaciones de la sociedad civil.   | · Que la agenda de cooperantes no priorice el departamento del Cauca  |
| · Existen programas de protección y prevención de las defensoras de derechos humanos a lideresas, avances en la construcción en el plan de protección y defensoras de DDHH.   | · Las acciones de reconfiguración del conflicto armado en los territorios   |
| · Interés del gobierno nacional en fortalecer las organizaciones sociales   | · Incremento de las tasas de feminicidio a Nivel Nacional y departamental   |
| · Amplia oferta de convocatorias por parte de instituciones y agencias de cooperación para la ejecución de proyectos.   | · La priorización de algunos municipios por parte de agencias de cooperación no siempre coincide con las prioridades de la Asociación.  |
| · Oportunidad de alianzas y convenios con instituciones y organizaciones para la formulación ejecución de macroproyectos.   | · Medios de comunicación que desinforman y estigmatizan a las mujeres y los procesos organizativos de las mujeres   |
| · Observatorio de asuntos de las mujeres del Cauca, en secretaria Departamental de la Mujer, permite conocer información estadística sobre distintas variables que dan cuenta de las brechas de género en el Cauca.   | · Pocos y pocas profesionales de la comunicación que desarrollan su profesión desde un enfoque de género  |
| · Creación del Ministerio de la Igualdad en la nueva arquitectura del Gobierno Nacional.  | · Medios de comunicación con muchas debilidades en talento humano organizativas y de logística  |
| · Elección de nuevos gobernantes a nivel departamental y local, para el periodo 2024-2027 que exige la formulación de nuevos planes de desarrollo departamentales y municipales, con enfoque de género.   | · Riesgos en el ejercicio de la comunicación alternativa  |
| · Ofertas de capacitación en estrategias de comunicación, diseño de piezas comunicativas  | · Las administraciones territoriales limitan la difusión de los programas, proyectos y acciones impidiendo la participación activa de las mujeres lideresas   |
| · Interés de los medios de comunicación para visibilizar los aportes de las mujeres en el desarrollo y construcción social  |   |
| · Apoyo en el fortalecimiento de las organizaciones para el diseño de sus procesos y procedimientos para la comunicación interna y externa  |   |

**Fecha: 20 de noviembre de 2023**

**Tema :Diagnóstico sobre identidad corporativa de la red interna y externa**

En el análisis FODA de la organización, se han identificado varias oportunidades potenciales de crecimiento y desarrollo a largo plazo. Estas oportunidades surgen de factores internos y externos que pueden influir en la capacidad de la organización para alcanzar sus objetivos estratégicos y maximizar su potencial.

Dentro del entorno externo, se observa una creciente demanda ya que la organización cuenta con una estructura establecida, que ofrece una creciente demanda del mercado, esto representa una oportunidad significativa para expandir los servicios que como organización ofrece REDEMUC, visibilidad y alcance es uno de los objetivo principales para que las personas conozcan el trabajo que se realiza dentro de esta.

El avance tecnológico abre nuevas posibilidades, para mejorar la eficiencia operativa y desarrollar propuestas innovadoras para un mejoramiento continuo y estructural tanto interno como externo. La expansión internacional también puede proporcionar acceso a recursos y talentos clave que pueden impulsar el crecimiento y la competitividad a nivel mundial.

Además, los cambios en las normativas gubernamentales y las políticas económicas pueden presentar oportunidades para la organización. Por ejemplo, la incidencia política de las mujeres o los programas de empoderamiento y derechos humanos con enfoque de género, pueden proporcionar ventajas competitivas que permitan a la organización invertir en nuevas iniciativas o ampliar sus operaciones de forma más rentable.



Respecto a las amenazas identificadas en el análisis FODA, estas amenazas incluyen respecto a su entorno y a la creciente competencia del mercado, esto hace que las tecnologías vayan avanzando pero estas no sean implementadas a favor de la organización, es importante tomar medidas para establecer alianzas estratégicas o explorando nuevos servicios o mercados dependiendo el público que queremos llegar, respecto al área de comunicaciones es importante, ya que se ve reflejada en el análisis DOFA como un punto importante y relevante para la organización, la comunicación en sus diferentes ámbitos buscará mejorar el flujo de información tanto interna como externa, generando una veracidad al público y visibilidad a la hora de emitir una información, generar una noticia relevante o convocar a las mujeres a un evento o taller, al hacerlo la organización estará mejor preparada para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que se presenten largo plazo,

*Tabla 3 - fortalezas y debilidades*

| Fortalezas  | Debilidades  |
|---|--|
| La asociación cuenta con personería jurídica expedida por la Cámara de Comercio del Cauca   | · Alta dependencia de financiación externa para la sostenibilidad de la Asociación.  |
| · La asociación cuenta con estatutos aprobados y registrados en Cámara de Comercio que permiten tomar decisiones para guiar el accionar de la Asociación  | · Concentración de responsabilidades y funciones en la directora ejecutiva, ante inoperancia de junta directiva y escasa participación y compromiso de las asociadas para invertir tiempo, trabajo y recursos para fortalecimiento y sostenibilidad de la Asociación |
| · La Asociación cumple con todas las exigencias legales ante la DIAN y Cámara de Comercio del Cauca. Conforme a las leyes colombianas   | · No se cuenta con una base de datos actualizada que permita conocer características, experiencias y competencias de las organizaciones y grupos de asociadas  |
| · Directora comprometida con la organización  | · Debilidad administrativa de organizaciones asociadas a la Red  |
| · Transparencia en el manejo de recursos, demostrada en auditorías nacionales e internacionales realizadas a los proyectos.   | · Baja cobertura de organizaciones y grupos asociados en el territorio departamental.  |
| · Confianza de organismos de cooperación internacional y organizaciones nacionales respecto a la capacidad de ejecución de proyectos por parte de la Asociación   | · No se cuenta con un banco de proyectos, limitando la posibilidad de participar y acceder de manera oportuna a diferentes convocatorias institucionales, ongs, y agencias de cooperación internacional.   |
| · La asociación cuenta con un pequeño fondo de solidaridad para apoyar iniciativas productivas que les permite a algunas mujeres desarrollar emprendimientos para su autonomía económica  | · No existe una estrategia clara para incorporar recurso humano interno o contratar personas expertas en la formulación de proyectos, conforme a los protocolos establecidos por las instituciones u organizaciones que cuentan con los recursos para financiarlos   |
| · Capacidad para gestionar a través de terceros la prestación de servicios de capacitación en diferentes áreas de conocimiento.   | · No se dispone de herramientas claras para la planificación, seguimiento y monitoreo de proyectos, desaprovechando lecciones aprendidas que pueden estandarizarse o replicarse para optimizar la ejecución de algunos proyectos                                     |
| · Amplia experiencia en ejecución de proyectos con entidades públicas y ONGs nacionales e internacionales. En los últimos cuatro años se ejecutaron más de 20 proyectos, que representaron una inversión superior a los 100 millones de pesos por año.  | · Se carece de una política, manual de procesos y procedimientos para la comunicación interna y externa  |
| · La Asociación cuenta con dos agendas elaboradas por distintas organizaciones de mujeres, lideradas por redemuc, Agenda por la PAZ y agenda caucana con mirada de mujer que se convierten en un instrumento idóneo para la incidencia en la elaboración de los planes de desarrollo departamental y municipal y participación en los diálogos para el proceso de paz | · No se cuenta con personal idóneo en el tema de las comunicaciones (manejo de redes, diseño y producción de piezas comunicativas, etc.)   |
| · La Asociación tiene definidos, de manera concertada, siete ejes de trabajo para dar cumplimiento a su objeto social y misión.   | · No se aprovechan las nuevas tecnologías para la comunicación.  |
| · La asociación cuenta con posicionamiento, reconocimiento y legitimidad como instancia de interlocución en la promoción, defensa y exigibilidad de los derechos humanos de las mujeres   | · No se cuenta con suficientes canales ni personal idóneo para la difusión de la información   |
| · Algunas asociadas cuentan con competencias profesionales en diferentes áreas del conocimiento para liderar procesos de formación, formulación coordinación de proyectos.  |  |
| · Amplio conocimiento del territorio por parte de las asociadas que permite focalizar población beneficiaria de proyectos   |  |
| · la Red es reconocida por las instituciones públicas y privadas como instancia de interlocución para decidir sobre asuntos relacionados con los derechos de las mujeres  |  |
| · Se cuenta con todas las páginas de redes sociales y página institucional  |  |
| · Algunas de las organizaciones asociadas y asociadas independientes tienen páginas en redes y página institucionales   |  |
| · Se cuenta con relaciones con emisoras y comunicadores tanto del sector privado como comunitario   |  |
| · Formación de un número significativo de mujeres lideresas en derechos humanos, política pública por la Dignidad de las mujeres del Cauca, y control social que les permite incidir en lo público para la exigibilidad de sus derechos.  |  |
| · Capacidad de convocatoria por parte de la red.  |  |

La organización realizó un exhaustivo análisis FODA para evaluar su posición en el entorno actual, entre los hallazgos más relevantes se encuentran las fortalezas, que son fundamentales para el éxito y la efectividad de la organización

En primer lugar, las mujeres que forman parte de la organización aportan una amplia gama de habilidades, experiencias y conocimientos que enriquecen al grupo y lo hacen más resistente ante los retos. Esta diversidad de talentos refuerza la capacidad de la organización para abordar los problemas desde múltiples perspectivas y encontrar soluciones innovadoras.

También se caracterizan por ser una fuerte red de apoyo y solidaridad entre las mujeres de la organización constituye otro punto fuerte crucial. Esta red proporciona un espacio seguro para el intercambio de ideas, la capacitación mutua y el desarrollo personal y profesional. La conexión emocional y el apoyo entre los miembros refuerzan el tejido social de la organización y fomentan un sentimiento de comunidad y pertenencia.

Otro punto fuerte importante de la organización de mujeres es su capacidad para movilizar recursos y generar impacto tanto a nivel local como global. Mediante campañas de sensibilización, actividades de voluntariado, proyectos de capacitación económica y defensa de los derechos de la mujer, la organización demuestra su compromiso con la igualdad de género y su capacidad para influir positivamente en la sociedad.

Estos puntos fuertes son de vital importancia para la organización de mujeres, ya que le permiten afrontar los retos externos e internos con mayor confianza y resistencia. Aumentan su capacidad para alcanzar sus objetivos y cumplir su misión de capacitar a las mujeres y promover la igualdad de género en todos los aspectos de la vida.

Como debilidades y sus áreas de mejora identificamos la falta de diversidad en la representación de las mujeres dentro de la organización. Aunque la organización se esfuerza por ser integradora, puede haber ciertas voces y perspectivas que no estén adecuadamente representadas. Para abordar este punto débil, la organización podría aplicar políticas y prácticas que fomenten la participación de mujeres de distintos orígenes étnicos, socioeconómicos y culturales. Esto no sólo enriquecería al grupo con una variedad de experiencias y puntos de vista, sino que también aumentaría su credibilidad y legitimidad como defensora de la diversidad y la inclusión.

Otro punto débil importante es la falta de recursos financieros y humanos para llevar a cabo eficazmente los programas y proyectos. La organización puede ver limitada su capacidad para alcanzar sus objetivos debido a la escasez de fondos y de personal. La búsqueda de subvenciones es importante.

Es crucial que la organización reconozca estos puntos débiles y esté dispuesta a abordarlos de forma proactiva y eficaz. Al hacerlo, podrá reforzar su posición y aumentar su impacto en la promoción de los derechos de la mujer y la equidad de género. Las mejoras en estos ámbitos no sólo beneficiarán a la propia organización, sino que también contribuirán a un cambio positivo y duradero en la sociedad en su conjunto.

## 2. Aplicación de cuestionarios

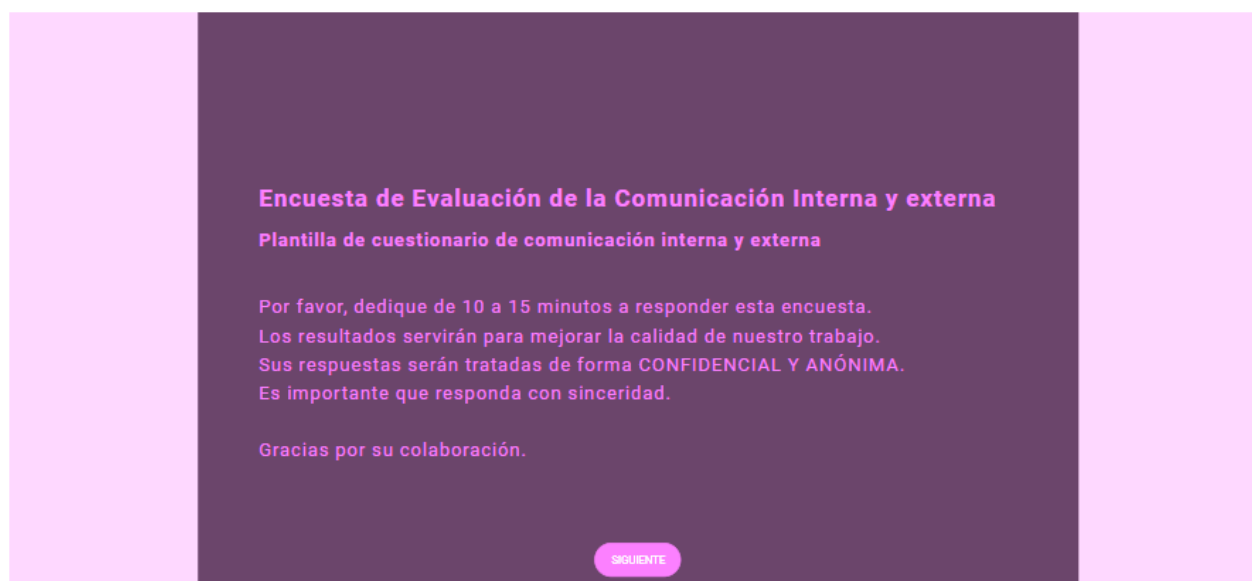
Fecha: 20 de noviembre de 2023

Tema :Diagnóstico sobre identidad corporativa de la red interna y externa

Participantes: 14 mujeres ( cuántas personas diligenciaron el formulario)

Formulario: ( resultados)

*Tabla 4 encuesta de comunicación interna y externa*



**Encuesta de Evaluación de la Comunicación Interna y externa**  
**Plantilla de cuestionario de comunicación interna y externa**

Por favor, dedique de 10 a 15 minutos a responder esta encuesta.  
Los resultados servirán para mejorar la calidad de nuestro trabajo.  
Sus respuestas serán tratadas de forma CONFIDENCIAL Y ANÓNIMA.  
Es importante que responda con sinceridad.

Gracias por su colaboración.

[SIGUIENTE](#)

Se elaboró un cuestionario con 17 preguntas enfocadas en identificar la percepción de las mujeres que lideran la organización respecto a la comunicación, el manejo interno y externo, así identificamos un diagnóstico mucho más enfocado en la organización y cómo se desarrolla en los diferentes ámbitos comunicacionales, determinando las fallas que ayudarán a generar una estrategia de comunicación efectiva, por esta razón encontramos preguntas internas como: ¿el manejo interno está siendo positivo para las personas que pertenecen a esta organización? ¿los canales

de comunicación están distribuyendo la información relevante de REDEMUC? ¿los canales de comunicación que convocan a las mujeres son los adecuados? ¿La comunicación interna es asertiva con los directores administrativos? (ver anexo 1. [https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1vR2yenByK5p\\_sbLztgChYH138JKJm-4Z](https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1vR2yenByK5p_sbLztgChYH138JKJm-4Z)) (para diagnosticar).

El análisis de la encuesta ha desempeñado un papel vital en la identificación de las áreas de mejora internas y externas de la organización, con los datos recogidos, se establecen los problemas y debilidades que exigen atención inmediata, así como reconocer las fortalezas. Dentro de este análisis, el campo de la comunicación ha surgido como un punto crucial, se identifica la necesidad de una comunicación eficaz, tanto interna como externa, columna vertebral de cualquier organización, capaz de impactar en la percepción de la marca, la satisfacción del cliente y el rendimiento del equipo.

Respecto al rendimiento del equipo ha permitido establecer la necesidad de mejorar los canales de comunicación entre los distintos departamentos y niveles jerárquicos. Puesto que, una comunicación ineficaz puede dar lugar a malentendidos, duplicación de esfuerzos y desalineación de objetivos. Por tanto, es vital aplicar medidas que fomenten una comunicación clara, abierta y transparente dentro de la organización, ya sea mediante reuniones periódicas, plataformas de colaboración en línea o políticas de comunicación bien definidas.

Respecto a la percepción de la marca y la satisfacción de los clientes, la encuesta nos ha proporcionado información valiosa sobre las áreas en las que debemos mejorar la comunicación, ya sea mediante un mejor servicio de atención al cliente, una presencia más activa en las redes sociales o una estrategia de marketing más centrada.

Al abordar las áreas de mejora resultantes de esta evaluación, se identifica que la organización requiere además de reforzar los procesos internos y relaciones externas, generar estrategias sólidas de comunicación, las cuales garantizarán un crecimiento sostenible y una mayor competitividad en el mercado. Es crucial que demos prioridad a la mejora continua de la comunicación.

### 3. Revisión Documental

Se revisaron documentos de carácter público de la organización que dan cuenta de su estructura, conformación, historia y metodología de trabajo, a continuación, relaciono los documentos:

Organigrama, documentos de principios institucionales, acta de constitución, informes de acciones y página web.

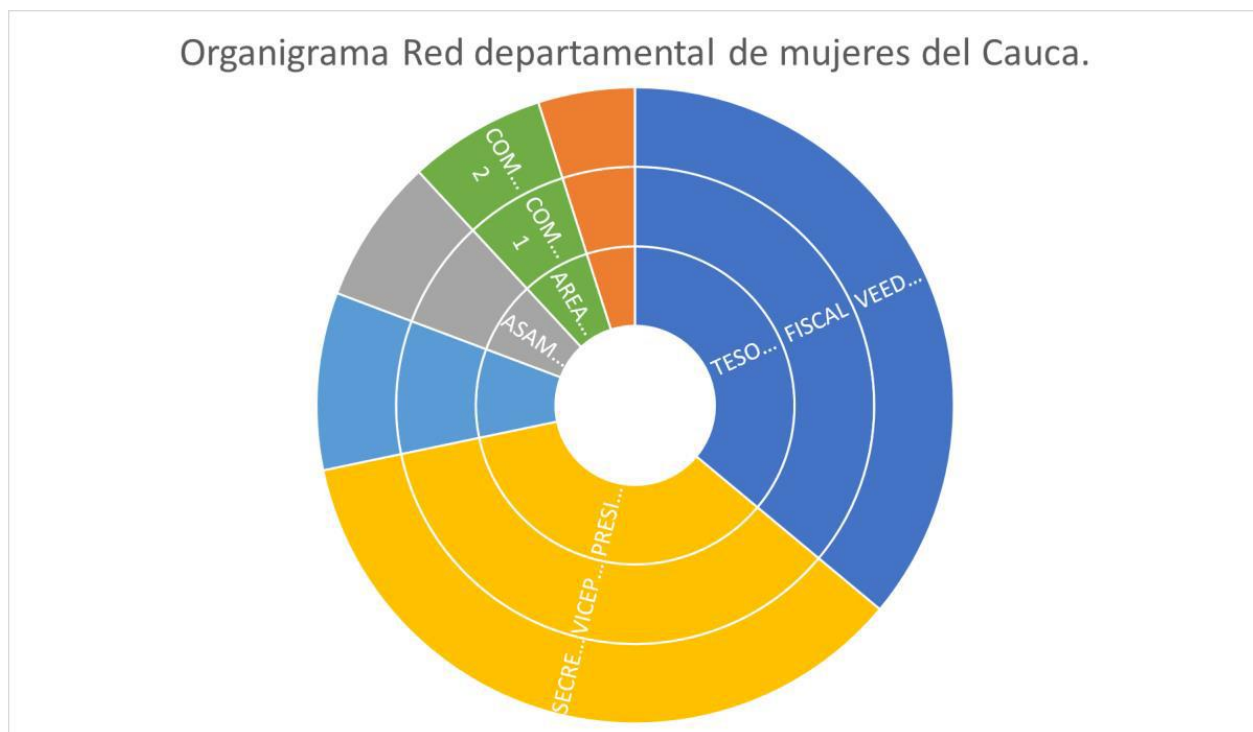
La recopilación de datos es una parte crucial del proceso de planificación estratégica de la organización. Estos datos proporcionan una comprensión clara del entorno interno y externo, así como de las operaciones, recursos y rendimiento en el pasado.

Analizando la información se establece desarrollar estrategias sólidas para alcanzar los objetivos a largo plazo. Esto incluye la identificación de áreas de mejora, la optimización de recursos y la anticipación a los cambios del mercado.

En resumen, la recopilación de datos es un componente esencial de mi proceso de desarrollo de un plan estratégico sólido. Proporciona la base necesaria para tomar decisiones informadas, anticipar

los cambios en el entorno empresarial y alinear los esfuerzos organizativos hacia objetivos comunes.

## ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL



- Este organigrama está establecido de forma circular y conformado de la siguiente manera:
- 1. Representación legal.
- 2. Junta directiva.
- 3. Asamblea general
- 4. Presidente, vicepresidente, tesorero, fiscal y veeduría.
- 5. Área de comunicaciones.

El organigrama circular es una representación visual de la estructura de una empresa o institución. A diferencia de los organigramas tradicionales, que suelen ser jerárquicos y piramidales, el organigrama circular tiene un diseño más circular o radial, que refleja una mayor igualdad y colaboración entre los distintos niveles y áreas de la organización. La importancia del gráfico circular radica en varios aspectos:

1. **Igualdad y estructura horizontal:** Al tener un diseño circular, este tipo de gráfico sugiere que todos los miembros de la organización tienen un papel importante y que no existe una jerarquía estricta. Esto promueve la igualdad entre los empleados y fomenta un entorno de trabajo más colaborativo y participativo.
2. **Comunicación abierta:** Al eliminar las barreras jerárquicas visuales, el organigrama circular facilita la comunicación entre los distintos niveles y áreas de la organización. Esto fomenta la transparencia y el intercambio de ideas, lo que puede conducir a una toma de decisiones más eficaz y a una mayor innovación.
3. **Flexibilidad y adaptabilidad:** Debido a su diseño no lineal, el gráfico circular es más flexible y adaptable a los cambios del entorno empresarial. No está limitado por una estructura rígida y jerárquica.
4. **\*Focalización en las relaciones interpersonales:\*** Al resaltar las conexiones entre los miembros de la organización, el organigrama circular hace mayor hincapié en las relaciones interpersonales y el trabajo en equipo. Esto puede reforzar el sentido de comunidad y pertenencia dentro de la organización, mejorando así la moral y la satisfacción laboral.



(Orlando Lucas Alfredo Palomino Portilla, Universidad Nacional San Luis Gonzaga de ICA - Perú 2005)

En resumen, el organigrama circular es importante porque promueve la equidad, la comunicación abierta, la flexibilidad y la atención a las relaciones interpersonales dentro de una organización. Al adoptar este tipo de estructura organizativa, las empresas pueden fomentar un entorno de trabajo más colaborativo, participativo y adaptable, que puede contribuir al éxito a largo plazo de la organización.

## 2. Desarrollan un plan de comunicación internos y externo Formulación de plan estratégico de comunicación Interna y Externa

A partir del diagnóstico con la FODA y los cuestionarios aplicados, respecto a la Página web de la organización, se identificó que es necesario :

### 2. 1 Consolidar un área de comunicaciones de REDEMUC con los siguientes objetivos:

1. Desarrollar estrategias para la consolidación de una comunidad en redes sociales.

2. Desarrollar el cubrimiento de los eventos de las organizaciones
3. Consolidar procesos organizativos desde el efectivo uso de la comunicación interna.
4. Generar una imagen organizativa con una proyección positiva, que genere confianza y proyecte los valores de la organización y que visibilice los procesos que se manejan dentro de la misma.

## 2.2 Funciones del área de Comunicaciones

### 2.2.1 Posicionamiento de la página Web

Este proceso comienza con el diseño colectivo el 25 de noviembre de 2023 de las condiciones que definen las características de la página web.

1. Diagnóstico del estado actual de las publicaciones en la página web y los sistemas que se utilizan para la actualización de la misma. José Lasso y la Coordinadora de REDEMUC Soraida Fuelantala, presentan tutoriales y se revisa la página existente, se identifican inconsistencias como links sin funcionar más información errada.
2. Regulación de la estructura de la información, la periodicidad de las publicaciones, los responsables.
3. Los contenidos acorde a los parámetros establecidos en el diseño de la página web., registro fotográfico de las mismas, entrevista con personas claves de la organización, información obtenida de fuentes directas y archivo, revisión del archivo fotográfico de REDEMUC, redacción de notas, edición de fotografías para ser subidas a la página, y así fortalecer el

conocimiento que se tiene de la organización a nivel interno y valorar así mismo las acciones que la organización ha desarrollado en más de 15 años de existencia permitiendo a las personas que no conocen la organización, acercarse a ella y obtener mayor información de manera oficial.

4. Se diseñaron diferentes sub paginas, que desarrollan contenidos como, la agenda de mujeres, paz y seguridad y la resolución 1325 del consejo de seguridad de naciones unidas, Derechos Humanos, Grupo Semillas, proyectos realizados anteriormente La página web es un medio a través del cual se puede no sólo brindar información permanente sino también generar espacios de opinión y dar a conocer los puntos de vista de la organización de diferentes temas de interés para las mujeres.
5. Difusión permanente de actividades a través de los medios digitales y de boletines de prensa. No sólo en las fechas especiales.
6. Cubrimiento y acompañamiento de las diferentes actividades que organiza Redemuc y otras organizaciones e instituciones aliadas.
7. Diseño y difusión de campañas puntuales sobre temas específicos.
8. Socialización de historias de vida y entrevistas a mujeres que desarrollan acciones importantes a
9. Organizar y priorizar la información que se quería difundir.
10. El manejo del lenguaje inclusivo y los términos específicos que se usan en ciertos temas.
11. Promover el uso de las redes sociales entre las integrantes de Redemuc y otras organizaciones aliadas.
12. Continuar el rediseño y la actualización de la página web.
13. Alimentar el archivo fotográfico y de vídeo de Redemuc.

#### 14. Continuar acompañando a la Redemuc en el área de comunicaciones.

Es importante continuar fortaleciendo el área de comunicaciones para seguir posicionando en la agenda pública los temas de mujeres, paz y seguridad y la resolución 1325. Aprovechar los medios digitales a disposición para generar estrategias de IEC permanentes y visibilizar procesos, historias de vida y alianzas estratégicas a favor de las mujeres de una manera sencilla, dinámica y pedagógica que cambie un poco la visión que se tiene acerca de los movimientos y organizaciones feministas.

Ilustración - portada

(anexo:

[https://docs.google.com/document/d/14hxkbAiAia9TiwAo1nk6Gmzb\\_JcOKfYr/edit?usp=sharing&ouid=108111439482891852701&rtpof=true&sd=true\)](https://docs.google.com/document/d/14hxkbAiAia9TiwAo1nk6Gmzb_JcOKfYr/edit?usp=sharing&ouid=108111439482891852701&rtpof=true&sd=true)

## Ilustración - Ejes Temáticos



- **Se presentan 5 ejes en total:**
- Capacitación en DDHH y otras del conocimiento con Perspectiva de Género
- Incidencia y Control Social
- Prevención de VBG
- Incidencia y Control Social
- Autonomía Económica
- Participación Política

Con su respectiva información.

## Ilustración - proyectos



Cada sección está dentro de una categoría, tiene un título y va acompañado de un texto con imágenes o vídeos. Por sugerencia de la vicepresidenta de Redemuc Nancy Muñoz Varona, en la sección Logros se describen los logros obtenidos en el desarrollo de proyectos ejecutados por la organización. También se consignan algunos logros del proceso en general. De igual manera se cambian los nombres de secciones como Noticias por Entérate y se incluyen algunos logros faltantes.

En la sección proyectos se destacan algunas de las acciones más relevantes realizadas dentro de cada uno de los proyectos ejecutados por la Redemuc.

Ilustración - Logros



## Ilustracion - Áreas de trabajo

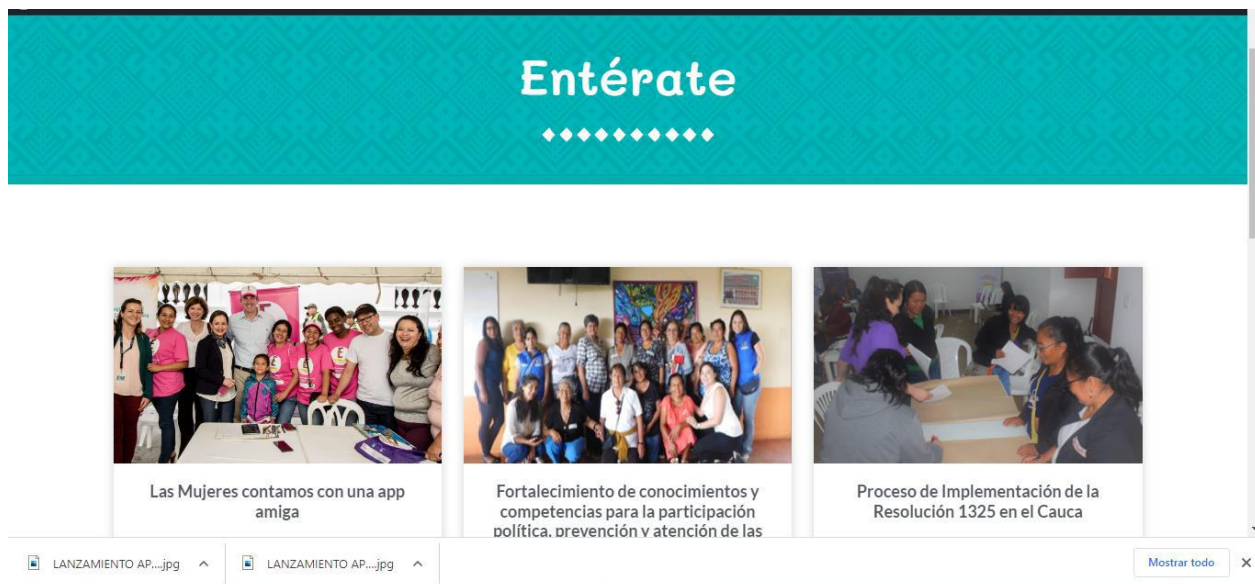


## Ilustracion- Equipo de trabajo





Ilustración - Enterarte



## 2.2.2 Creación y seguimiento de Redes Sociales



Los medios sociales y los canales de comunicación desempeñan un papel vital en una organización, ya que proporcionan una poderosa plataforma para promover la igualdad de género, fomentar la participación y construir una comunidad unida.

La importancia de estas herramientas digitales radica en la capacidad para amplificar la voz, conectar con mujeres de todo el mundo y hacer avanzar la misión de empoderamiento.

Establecer una presencia en los medios sociales nos permite llegar a un público de mujeres más amplio y diverso, incluidas aquellas que pueden no tener acceso a otros medios de comunicación tradicionales.

A través de plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y Youtube , podemos compartir información relevante, historias inspiradoras y recursos educativos que resuenen entre los seguidores y promuevan un cambio positivo. La visibilidad en las redes sociales también es crucial para mostrar los problemas que afectan a las mujeres y abogar por soluciones eficaces. Compartiendo noticias, eventos y campañas en las páginas y perfiles, podemos concienciar sobre cuestiones como la violencia de género, la diferencia salarial entre hombres y mujeres y la representación política, y movilizar a la comunidad para que actúe.

- Creación de contenido para las diferentes plataformas digitales.
- Lograr una comunidad digital que acoja el contenido.
- Visibilizar el trabajo de la organización en redes sociales.
- Contar las diferentes historias de empoderamiento en los diferentes formatos audiovisuales.
- Contar con un equipo de comunicación, que cubra y difunda los eventos de la organización.

- Alimentar la página web con los diferentes contenidos que se creen.
- **Instagram**

### Ilustración - instagram



- **Facebook**

### Ilustracion - facebook



### Youtube

## Ilustracion- Youtube



## - Twitter

### Ilustracion- Twitter



La visibilidad lograda a través de los canales de comunicación nos ha dado la oportunidad de resaltar las iniciativas, eventos y logros, lo que atrae la atención de personas e instituciones interesadas en apoyar la Causa. Además, pudimos llegar a mujeres de diferentes comunidades y regiones, ampliando el alcance y aumentando el impacto en la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Nutrimos constantemente los canales de comunicación los cuales nos permitió medir la efectividad. sobre las estrategias y campañas, identificar áreas de mejora y modificar las comunicaciones para lograr mejores resultados. Esto nos ha ayudado a optimizar los recursos y maximizar el impacto de las iniciativas.

En general, los canales de comunicación son una herramienta invaluable para REDEMUC, brindándonos visibilidad, alcance y capacidades de medición. Gracias a ellos pudimos avanzar hacia los objetivos, empoderando a las mujeres y promoviendo la igualdad de género de manera efectiva y sostenible. Continuaremos utilizando estos canales para marcar una diferencia en las vidas de las mujeres y niñas en la comunidad

### **c. Cambio de imagen institucional.**

Renovar la imagen organizacional es de suma importancia, porque nos ayuda a seguir siendo relevantes y efectivos en el trabajo encaminado, no solo se trata de cambiar un aspecto visual sino de renovar y/o actualizar la comunicación, para así llegar a una audiencia más amplia y diversa.

al crear una imagen corporativa podemos transmitir claramente la misión y compromiso con la organización REDEMUC, esto conlleva a tener un mensaje de identidad e inclusión que represente a todas las mujeres, una imagen renovada puede ayudarnos con mucha más visibilidad a la hora de atraer más miembros y colaboradores. Una imagen actualizada puede inspirar y transmitir confianza y credibilidad lo que significa que podrá tener más apoyo y participación con la comunidad, enfrentando nuevos desafíos, así reafirmando el compromiso con la igualdad de género, los derechos humanos y un impacto social.





### **Significado de los elementos de la imagen**

Empoderamiento y unidad es uno de los pilares que se ve reflejado en logo de REDEMUC, la mariposa significa transformación, también simboliza empoderamiento y crecimiento personal e individual en la mujer que experimentan dentro de la organización, los lazos que vemos en el logo significan solidaridad, colaboración y el apoyo mutuo entre las mujeres, esto representa que juntas son más fuertes y se puede lograr más en equipo y equidad.

La metamorfosis de la mariposa desde un cambio inicial significa transformación y superación personal crecimiento, desarrollo y logros individuales, que las participantes experimentan al unirse y apoyarse en comunidad en su camino hacia el empoderamiento y crecimiento personal

## **2.2.3 Estrategia interna para el fortalecimiento de las acciones institucionales**

La comunicación interna, es un tejido importante que conecta con los hilos de la organización, es fundamental para su funcionamiento fluido y eficiente, la comunicación interna no solo refleja los valores y objetivos de REDEMUC sino también las perspectivas, experiencias y enfoques de género únicos que caracterizan.

Con la identificación de las áreas de REDEMUC y la claridad sobre los ejes prioritarios se propone dinamizar los procesos y el fortalecimiento de comunicación interna desde la vocería y la apropiación tecnológica, desarrollando formación sobre:



- Comunicación asertiva
- Trabajo en equipo
- Talleres de formación de identidad con la organización: objetivos, misión visión etc
- Educar por medio de conferencias y conversatorios a las participantes a mantenerse informadas sobre los procesos de la organización y fomentar el sentido de pertenencia
- Crear confianza interna para generar un focus group o grupo focal para la solución de problemas, permite un intercambio de ideas y estar abierto a nuevas experiencias y desarrollo laboral
- Implementación y capacitación sobre herramientas tecnológicas y la comunicación como complemento.
- Relevancia e importancia en los temas como celebraciones de cumpleaños, días conmemorativos o sucesos importantes que surjan dentro de la organización,
- retroalimentación mensual para contribuir a un crecimiento tanto individual como el de la organización
- 

la comunicación interna requiere un enfoque deliberado que promueva la transparencia el apoyo mutuo, el diálogo, la participación para fortalecer el empoderamiento de todas las mujeres que hacen parte de REDEMUC



# Comunicación interna acuerdo sobre principios y valores de REDEMUC



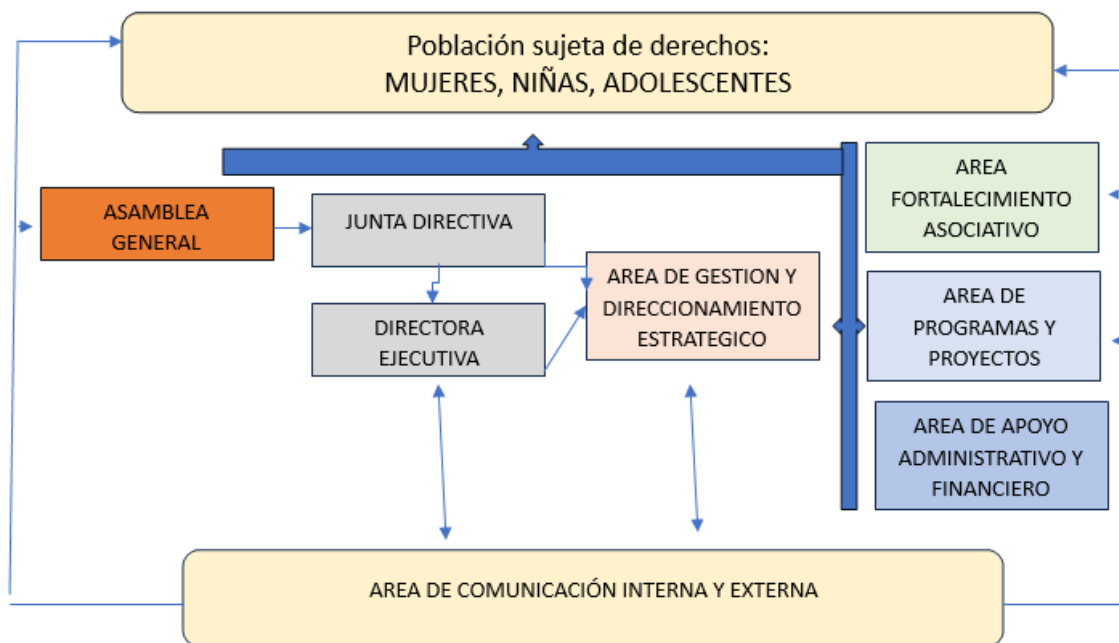
## **Acuerdo sobre los ejes prioritarios de trabajo de la Asociación.**

- Capacitación y formación en derechos humanos con perspectiva de género.
- Fortalecimiento del liderazgo, empoderamiento y participación política de las mujeres.
- Fortalecimiento de la Autonomía Económica de las mujeres.
- Prevención de la violencia y discriminación contra las mujeres.
- Incidencia y control social a la gestión pública, para la inclusión de la perspectiva de género en las políticas, programas y proyectos a cargo del Gobierno

- Intercambio de experiencias y fortalecimiento de la capacidad asociativa con otras organizaciones.
- Movilización social y participación en los procesos de paz

### Acuerdo sobre estructura administrativa:

Se acuerda establecer como estructura organizativa interna el siguiente esquema



**Asamblea General:** Máxima autoridad de la asociación; Cumple funciones establecidas en los estatutos.

**Junta Directiva:** Integrada por presidenta, vicepresidenta, tesorera, secretaria; Fiscal, y Vocal. Cumple funciones establecidas en los estatutos.

**Directora ejecutiva:** Designada por Junta Directiva, cumple con funciones establecidas en los estatutos.

**Área de Gestión y Direccionamiento Estratégico:** La dirección es la esencia y columna vertebral del proceso administrativo. Una buena dirección se caracteriza por contar con un plan; coordinar e

impartir órdenes para la ejecución del mismo; tomar decisiones acertadas y oportunas para la buena marcha de la asociación; orientar y motivar a las asociadas y equipos de trabajo para el logro de los objetivos propuestos.

**Integrantes:** Integrantes de la Junta Directiva, directora ejecutiva, coordinadoras de área de programas y proyectos; área administrativa y financiera; área de comunicaciones y fortalecimiento asociativo.

**Objetivo:** Adelantar de manera participativa y consensuada las funciones de planificación, organización, coordinación y control para la buena marcha y sostenibilidad de la asociación.

**Funciones:**

- Orientar políticas y directrices para el cumplimiento de las responsabilidades a cargo de la asociación.
- Elaborar de manera participativa y consensuada con las asociadas planes estratégicos y planes de acción.
- Gestionar apoyos y recursos económicos, institucionales y de cooperación, para la sostenibilidad de la Asociación y el cumplimiento de los objetivos y planes propuestos.
- Supervisar y controlar mediante el monitoreo de indicadores el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- Tomar decisiones oportunas y pertinentes relacionadas con los correctivos que se deben llevar a cabo para el adecuado funcionamiento y proyección de la asociación.
- Poner en marcha estrategias y mecanismos de motivación permanente entre todas las integrantes de la asociación, para el logro de los objetivos propuestos.
- Documentar experiencias y aprendizajes que permitan estandarizar futuras acciones por parte de la asociación.

**Área de Fortalecimiento Asociativo:** Para la consolidación y sostenibilidad de la Red de Mujeres del Cauca, se requiere antes que nada que todas las asociadas compartan una visión de futuro común, así como la misión institucional, quienes somos y para que nos organizamos, principios y valores que orientan el accionar de la Asociación. Así mismo se requiere definir apoyos específicos como atractivos para asociarse y permanecer en la Asociación

Integrantes: .....

**Objetivo:** Fortalecer la asociatividad, solidaridad, participación y compromiso entre las asociadas.

**Funciones:**

- Poner en marcha instrumentos que permitan conocer la historia y características de las asociadas a la Red departamental de mujeres del Cauca.
- Fortalecer la participación de las asociadas en los procesos de planificación organizativa de la asociación.
- Apoyar la participación de las asociadas en procesos de formación que les permitan desarrollar capacidades básicas de liderazgo en sus respectivas organizaciones y grupos.
- Apoyar a las asociadas en el fortalecimiento de capacidades organizacionales.
- Apoyar a las asociadas en actividades que les permitan darse a conocer entre las instituciones y comunidades de su entorno.
- Poner en marcha actividades socioculturales que le permitan a las asociadas conocerse mejor y apropiarse de los valores y principios comunes en los que se soporta el accionar de la asociación.
- Poner en marcha actividades que generen beneficios económicos para las asociadas.
- Motivar a las asociadas para invertir, esfuerzos, tiempo y dinero en las actividades promovidas por la Asociación.

**Área Operativa, Programas y Proyectos:** En esta área se concentra la responsabilidad operativa de la Asociación a través de la Gestión, diseño y ejecución de Proyectos en el marco de los ejes de trabajo acordados por las asociadas.

**Integrantes:** directora ejecutiva, coordinadora de área; contratistas, organizaciones y grupos asociados.

**Objetivo:** Maximizar a través del diseño y gestión de proyectos la capacidad operativa de la Asociación, en cumplimiento de la Misión, objetivos propuestos y ejes de trabajo definidos para atender las demandas de las mujeres como población sujeta de derechos.

**Funciones:**

- Revisar, participar y presentar propuestas, de manera oportuna, a las convocatorias del gobierno y organismos de cooperación internacional.
- Elaborar términos de referencia para contratación del talento humano requerido en la ejecución de proyectos.
- Documentar cada una de las experiencias y aprendizajes en los proyectos desarrollados de tal manera que a futuro se puedan estandarizar algunos procesos que inciden en la reducción de costos operacionales.
- Diseñar proyectos previendo situaciones de riesgo para evitar incumplimientos y sobre costos que empañen la imagen de la organización
- Fomentar la comunicación entre todas las áreas de la organización de tal manera que todas las integrantes de la asociación obtengan información oportuna respecto del alcance de cada uno de los proyectos a cargo

- Elaborar y presentar a la directora ejecutiva informes mensuales sobre seguimiento y monitoreo a los objetivos, acciones y metas propuestas en el plan de acción.

### **Área de apoyo financiero y administrativo:**

**Integrantes:** Tesorera, Asesor financiero; Contadora; Fiscal; veedora; Organización Mujer Sola.

**Objetivo:** Realizar la eficaz y eficiente administración de los recursos Humanos; financieros, físicos, tecnológicos y logísticos, requeridos y utilizados para el cumplimiento de las metas de la organización; controlando las actividades de contratación de recursos humanos; compras, suministros, presupuestación, costeo, pago de obligaciones; cobros y registro contable conforme a normatividad vigente, para el logro de los objetivos de la organización.

#### **Funciones:**

- Responder ante la directora ejecutiva y Junta directiva por la eficaz y eficiente administración de los recursos, humanos, financieros y físicos de la Asociación.
- Responder ante la directora ejecutiva y Junta directiva por la elaboración y presentación oportuna de los estados financieros de la asociación.
- Elaborar en coordinación con la directora ejecutiva, junta directiva y demás áreas presupuesto de funcionamiento e inversiones.
- Coordinar la ejecución de actividades para la provisión de los servicios administrativos y logísticos que requiera la Asociación para su funcionamiento y operación.
- Establecer procedimientos para la gestión, conservación y custodia de la documentación en medio físico y magnético.
- Presentar propuestas de ajustes que permitan corregir desfases entre la programación presupuestal y el cumplimiento de los compromisos adquiridos
- Elaborar y presentar a la directora ejecutiva informes mensuales sobre seguimiento y monitoreo a los objetivos, acciones y metas propuestas en el plan de acción

### **Área de Comunicación interna y externa:**

**Integrante:**

**Objetivo:** Poner en marcha actividades que mediante instrumentos comunicacionales **a nivel interno** le permitan a las asociadas apropiarse de mensajes claves para reforzar la visión y misión organizacional, los valores organizacionales, normas y metas anuales de la organización así como

los resultados de los proyectos en marcha **y a nivel externo**, difundir las actividades y servicios que adelanta la asociación en cumplimiento de su misión y objetivos organizacionales.

**Funciones:**

Se elaboró un plan de comunicación con objetivos claramente definidos para la comunicación interna y externa

Poner en marcha instrumentos comunicacionales como boletines, video, redes que permitan divulgar de manera oportuna mensajes claves de la Asociación.

#### **2.2.4 Manual de manejo de imagen corporativo**

Se establece la necesidad de generar un manual de imagen corporativa, el cual requiere un trabajo más extenso que debe ser asumido por el área de comunicaciones.

Recomendaciones para tal propósito:

1. Claridad en la identidad de la corporación
2. Conocimiento de proyectos a largo plazo
3. Integración de los diversos intereses de los miembros
4. Definición de colores y tipografías sistematizados
5. Facilita la orientación y la guía
6. Gestion de recursos humanos
7. Mitiga riesgos legales y su cumplimiento



# CONCLUSIÓN

La estrategia implementada en REDEMUC se ha desarrollado para el crecimiento y el éxito de la organización, en la formación y empoderamiento de las mujeres, esta ha fortalecido la identidad y visibilidad de la organización así como también los valores y objetivos que se encuentran dentro de esta.

Se ha logrado segmentar el público objetivo, generando visibilidad a través de los canales de comunicación como: redes sociales, eventos comunitarios, herramientas digitales esto con el fin de difundir el mensaje y llegar a diferentes mujeres con diversos contextos sociales, económicos y culturale; La visibilidad que a logrado REDEMUC no solo es un logro sino que también beneficia a las mujeres que participan de este programa y sus servicios.

Al realizar un diagnóstico DOFA pudimos notar las debilidades y amenazas que no permitía un buen flujo de información tanto interno como externo, la modificación de logo y la implementación de colores fortalece la identidad organizacional, estos elementos visuales proporcionan coherencia, consistencia y proyección a la imagen de REDEMUC, lo que facilita su reconocimiento, trayecto histórico, y memorabilidad por parte de las participantes, también transmiten los valores y objetivos de la organización de una manera más visual y atractiva ayudando a generar credibilidad y reputación como una organización comprometida a la igualdad de género, con base al empoderamiento femenino, y formación de mujeres conocedoras de sus derechos humanos.

La educación continua es importante porque esta estrategia cumple un papel fundamental a la hora de educar y concientizar sobre derechos humanos y la igualdad de género a través de campañas, talleres, publicaciones en redes sociales, y material educativos.

Con la apertura de los diferentes medios de comunicación digital, no solo facilita la información sobre REDEMUC si no que también la participación activa de la organización al permitirnos espacios de diálogo, retroalimentación y colaboración.

Esta estrategia de comunicación nos permitió conocer de una manera más detallada las problemáticas de REDEMUC y cómo a base de una estrategia se logró mejorar la estructura interna y externa del área de comunicaciones

“La cultura organizacional es un grupo complejo de valores, tradiciones, políticas, supuestos, comportamientos y creencias esenciales que se manifiesta en los símbolos, los mitos, el lenguaje y los comportamientos y constituye un marco de referencia compartido para todo lo que se hace y se piensa en una organización.

Los elementos de la cultura organizacional están dados por los caracteres del entorno compartidos; tecnología, hábitos y modos de conducta; cargos y funciones; roles; ritos, ceremonias y rutinas; redes de comunicación; sistema de valores, mitos y creencias.” (Comunicación Interna - M. Gonzalez Frigoli - pg. 15)

Se desarrollan conceptos relacionados a, qué es una estrategia de comunicaciones, ¿qué es comunicación efectiva?, comunicación interna y externa, enfoque diferencial y métodos de investigación utilizados.

Se determina que la comunicación, tanto interna como externa, es un conjunto de técnicas que nos ayudan a que el flujo de información sea más acertada dentro de la organización, con el fin de cumplir los objetivos.

Fernández Collado define la comunicación organizacional como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”, también la entiende como: “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos” (Collado: 1997)

Esta acción estratégica, se plantea para lograr un posicionamiento efectivo, permitiendo a la organización la emisión y recepción de mensajes, para así, generar un mejor flujo comunicativo, dado que esto se genera desde los diferentes ámbitos humanos y sociales.

Para Antonio Pascali la comunicación es “la relación humana que consiste en la emisión y recepción de mensajes entre interlocutores en estados de total reciprocidad”. (Saladrigas; 2005: 161)

La estrategia externa, que ayudo al proceso de construcción, tanto interno como externo, logrando un intercambio de información sobre la identidad de la marca, sus objetivos, y la metodología establecida de la Red Departamental de Mujeres del Cauca.

Greenbaum (1971, 1972) percibe el campo de la comunicación organizacional incluyendo el flujo de comunicaciones formales e informales dentro de la organización. Prefiere separar las comunicaciones internas y las externas y considera el papel de la comunicación como de coordinación (de los objetivos personales y de la organización así como los de las actividades que generan problemas).

se realizó un rastreo mucho profundo, de percepciones culturales y sociales, además de, indagar e identificar las problemáticas relacionadas con el área de comunicación empresarial, tanto interna como externa, para así llegar a una solución estratégica.

se reflexiona sobre la investigación cualitativa orientada a indagar sobre el que hacer organizacional. El diagnóstico organizacional supone el conocimiento de una situación problemática o no deseada que es necesario mejorar/resolver (Schmukler, 2016).

Las organizaciones nos han brindado diferentes perspectivas y enfoques dependiendo la temática o metodología de interés, esto ayuda al rendimiento organizacional y bienestar para sacar lo mejor de las personas

En 1956, William Whyte nos catalogó a la mayoría de nosotros como “hombres organización” debido al tiempo que pasamos dentro de distintas organizaciones. (1973, Harry) Levinson sostiene que esta clasificación sigue siendo cierta, ya que “el noventa por ciento de las personas que trabajan lo hacen dentro del marco de una organización”.

La organización Red Departamental Mujeres del Cauca, es un grupo de mujeres, las cuales se unen por un objetivo en común, sus derechos como mujeres, ideologías, un empoderamiento femenino, y medios de información por violencia de género, esta estructura organizativa hace que las mujeres se unan y trabajen para lograr cada uno de estos.

Scott (1967) resume casi toda la literatura gerencial definiendo a la organización “formal” (basada en los principios clásicos) como “un sistema de actividades coordinadas de un grupo de individuos que trabajan conjuntamente para conseguir un objetivo común bajo un

liderato y autoridad.” Scott identifica cuatro componentes básicos en la teoría clásica: división del trabajo; procesos escalares y funcionales, estructura, campo de control.

Esto determina que la comunicación es una herramienta esencial para la organización Red Departamental de Mujeres del Cauca, se fortalezca aumentando en gran medida, a la eficiencia, y la identidad,

Según Irene Trellez, la base del perfeccionamiento de la gestión empresarial en Cuba es el hombre. En la medida en que este se motive e implique más en el logro de los objetivos de la organización, identificándose con sus objetivos, aumentará la eficiencia, y la calidad de las empresas. (2003, p.28)

La comunicación, es una herramienta esencial para las organizaciones tanto interna o externa, por esto se creó estrategias en REDEMUC, para que pueda enfrentar las diferentes situaciones, tanto creativas como imprevistas, la metodología tanto cualitativa como participativa nos ayudo hacer un rastreo, donde nos mostró los diferentes resultados para mejorar internamente como el aspecto de identidad y culturalidad corporativa.

Ali, Pascoe, y Warne (2002) Afirman que el aprendizaje social ocurre hacia el interior de un grupo/organización en un contexto (conocimiento situado) y supone: a) la capacidad de la organización para generar nuevo conocimiento que le permita ajustarse a situaciones inesperadas y reaccionar creativamente a ellas; y b) los procesos a partir de los cuales conocimiento y práctica son transmitidos a través del tiempo y en diversas situaciones de trabajo. En este estudio piloto se utilizaron técnicas etnográficas, tales como observación y cuestionarios en el campo: se realizaron 59 entrevistas y una encuesta para triangular la

información, métodos e investigadores, sugieren que el desarrollo de los sistemas de aprendizaje requiere una comprensión de los aspectos culturales e interpersonales que prevalecen en los ambientes de trabajo.

Los mecanismos de comunicación han ido evolucionando por esto REDEMUC trabajara en la cultura interna de la organización, crear un plan de aprendizaje interno para que los miembros puedan capacitarse y aprender de la misma organización, el diálogo será un factor importante para que puedan expresar los puntos de vista e indagar en las situaciones que afectan al desarrollo de un crecimiento corporativo, las buenas relaciones internas, crear identidad en los usuarios para estos trabajen en conjunto a mismo objetivo y se apropien en un empoderamiento tanto interno como externo en la organización, como describen (Marsick y Watkins, 2003):

“Con el objetivo de medir la cultura de aprendizaje de una organización que aprende. Identifica siete dimensiones: a) creación de oportunidades de aprendizaje continuo, es decir, que el trabajo esté diseñado de modo tal que las personas puedan aprender en el trabajo y que existan oportunidades de aprendizaje continuo y crecimiento; b) promoción de la indagación y el diálogo como espacios en que las personas puedan expresar sus puntos de vista e indagar en los pensamientos de los demás, cuestionar y experimentar; c) animación a la colaboración y el trabajo en equipo como instancias de acceso a diversos modos de pensamiento; d) creación de sistemas para capturar y compartir el aprendizaje en la medida en que existen sistemas de alta y baja tecnología para compartir los aprendizajes con acceso y con sostenimiento a través del tiempo; e) empoderamiento de las personas hacia una visión colectiva en la medida en que los integrantes compartan y se apropien de una visión conjunta que se acerque a los niveles de decisión; f) conexión de la organización con su

medio ambiente, de modo tal que los miembros puedan identificar los efectos de su trabajo en la organización; y, g) liderazgo estratégico para el aprendizaje con el fin de obtener mejores resultados.”

poniendo en práctica las diferentes metodologías para implementar la estrategia comunicativa, de acuerdo a los resultados y estadísticas de la organización se cumplieron los objetivos propuesto a desarrollarse,

## BIBLIOGRAFÍA

- Ali, I.M., Pascoe, C., & Warne, L. (2002). Interactions of organisational culture and collaboration in working and learning. \*Educational Technology & Society, 5\*(2), 1–10.

- Ciencia y Sociedad, vol. XXXVII, núm. 2, abril-junio, 2012, pp. 227-240. Instituto Tecnológico de Santo Domingo. Santo Domingo
- Fernández Collado, C., Hernández Sampieri, R., & Baptista Lucio, P. (2014).
- Fernández Collado, C. (1997). La comunicación en las organizaciones. México: Ed.
- \*Metodología de la investigación (6a. ed.)\*. México D.F.: McGraw-Hill.
- (Unicomfauca - 2023) Corporacion Universitaria Comfauca
- Martín, F. (1995). (Citado por Trelles, 2001, p.4) \*La comunicación organizacional.\*
- Martín Urcuyo. (2013). \*Comunicación Organizacional\*, Apr 17.
- ONU: Asamblea General. (1948). \*Declaración Universal de Derechos Humanos, 10 diciembre 1948, 217 A (III).\*
- Disponible en esta dirección:  
[<https://www.refworld.org/es/docid/47a080e32.html>](<https://www.refworld.org/es/docid/47a080e32.html>) [Accesado el 29 Noviembre 2023]
- Pérez Chacón, O., & Otaño Hechevarría. (2011). \*La comunicación dentro de las organizaciones,\* en \*Contribuciones a las Ciencias Sociales,\* septiembre 2011.
- Red Departamental de Mujeres del Cauca (REDEMUC)
- Scott, J. (1967). \*Comunicacion Organizacional.\*
- Schmukler, R. (2016). \*Acerca de la investigación diagnóstica y la intervención en la administración pública.\* En M. Krieger (Ed.), \*Métodos y técnicas de diagnóstico e intervención en administración pública\* (pp. 3-20). Buenos Aires: Errepar.
- Trelles, I. (2002). \*Bases teórico-metodológicas para una propuesta de modelo de gestión de comunicación en organizaciones.\* (Tesis de Doctorado). Universidad de la Habana, La Habana.



- Trillas. Trelles, I. (2000). Comunicación organizacional: la importancia de su aplicación en Cuba. Revista Espacio, (3), p.28.
- *Investigación-acción*, de los profesores y DrC. Radamés Borroto Cruz y Ramón Aneiros Riba, quienes realizaron un resumen en el que abordan estos conceptos, su evolución en los últimos 50 años, los métodos, técnicas, evaluación y facilidades. Resume también la naturaleza de la investigación-acción, el enfoque de Lewin sobre este tema, la preocupación temática y 4 momentos de ésta, y sus puntos clave. Así como: “ 4 cosas que no es la investigación-acción”, lo cual lo convierte en un trabajo de revisión obligado para los que se interesan por este tema. Puede encontrarse a través de la dirección electrónica: [http://www.sld.cu/galerias/doc/sitios/infodir/39\\_investigacion\\_accion.doc](http://www.sld.cu/galerias/doc/sitios/infodir/39_investigacion_accion.doc).
- Orlando Lucas Alfredo Palomino Portilla Perú 2005 Universidad Nacional San Luis Gonzaga de ICA
- A. Brandolini - M. Gonzales Frigoli - Comunicacion Interna 1a ed. - Buenos Aires : La Crujía, 2008