

FUNDATA

Caso: FUNDATA

**Trabajo final de Proyecto para optar por el título de la Especialización en Gerencia de
Comunicación Digital y Multimedia**

Especialización en Gerencia en Comunicación Digital y Multimedios

Integrantes

Nelson Enrique Barrera Medina
Danicza Juliana Parada Sánchez
Nelly Johana Rodríguez Hernández
Juan Sebastián Rodríguez Rodríguez
Andrés Felipe Romero Astudillo

Tutor – director de proyecto

Nancy Cruz Hernández

EGMCD 2025 - 1

Universidad Santo Tomás

Facultad De Comunicación Social Para La Paz

Bogotá D.C.

2025

Tabla de Contenido

Tabla de Contenido.....	1
Resumen (1).....	5
Introducción (2).....	5
Tema (3).....	5
Objetivo General (4).....	5
Objetivos específicos (5).....	5
Justificación (6).....	6
Identificación del Problema (7).....	6
Descripción del Problema (8).....	7
Árbol de problemas (9).....	8
Canales (10).....	8
Planteamiento estratégico (11).....	9
Segmentación de grupo objetivo (12).....	9
Análisis de involucrados.....	9
Árbol de objetivos.....	10
Análisis de alternativas de solución.....	10
Palabras Clave (13).....	11
Producto y/o servicio (14).....	12
Fases de Producción de la propuesta de proyecto (15).....	12
Canvas (16).....	14
FODA (17).....	15
La comunicación y su aporte al proyecto (18).....	16
Marco Legal (19).....	17
Revisión Normativa y Derechos Vinculados.....	17
Derechos Vinculados.....	17
Normatividad Nacional.....	17
Políticas públicas.....	19
Análisis Jurídico.....	20
Derechos vinculados [1].....	20
Marco Socio Jurídico.....	22
Viabilidad.....	22
Riesgos.....	22
Oportunidades.....	23

Sostenibilidad.....	24
Grupos de Interés (20).....	24
Características Sociodemográficas (21).....	25
Metodología.....	25
Métodos de recolección de información - Datos.....	25
Datos (22).....	25
Referentes Conceptuales:.....	26
Teóricos.....	26
Documentales - Datos.....	27
Normativos.....	28
Institucionales.....	29
Interés en Internet (23).....	29
Público objetivo directo.....	29
Público objetivo de impacto indirecto.....	30
Estructura Orgánica (24).....	30
Benchmarking (25).....	31
Análisis de Mercado (26).....	33
Grupo Focal.....	33
Grupo Objetivo.....	33
Prototipo y/o prototipado (27).....	34
Pilotaje del Servicio (28).....	36
Análisis de la Competencia (29).....	38
Viabilidad del Proyecto (30).....	39
Indicadores KPI (31).....	40
Métricas clave para seguimiento.....	40
KPIs de audiencia.....	40
KPIs de compromiso.....	40
KPIs de conversión.....	40
Herramientas para creación y medición.....	41
Gestión web y contenidos.....	41
Análisis y optimización.....	41
Donaciones y gestión.....	41
Estimativos financieros y costos asociados (32).....	42
Listado de actividades.....	42
Costos calculados.....	43

Responsables por experticia.....	44
Nombre de la Idea de Negocio (33).....	44
Referencias Visuales (34).....	45
Componente de Diseño.....	45
Tipografías (35).....	45
Gama de Colores (36).....	46
Iconos (37).....	46
Desarrollo propuesto (digital, Sitio Web, otros) (38).....	47
Categorización de contenidos.....	47
Plataforma de contenidos en redes sociales, tentativamente (TikTok).....	48
Redes a tener en cuenta en corto y mediano plazo:.....	48
Canales a tener en cuenta en mediano y largo plazo:.....	48
Estrategia de contenidos.....	49
Pilares de contenido estarán centrados en videos y fotos principalmente seguido de flyer si la ocasión lo amerita. El contenido estará dividido en la siguiente estrategia.....	49
Formatos recomendados.....	49
Generación de confianza.....	49
Medios propios, medios ganados y medios pagados.....	50
Agenda de Publicación:.....	50
Formatos y Contenido:.....	51
Recorrido del diseño de Usuario (39).....	52
Embudo.....	52
Diagrama de flujo.....	52
Ecosistema digital.....	53
Boceto (40).....	54
Diseños de Interfaz de Usuario (41).....	56
Aliados Estratégicos (42).....	56
Actores.....	56
Involucrados.....	56
Aliados.....	57
Grupo Focal.....	57
Grupo objetivo.....	58
Anexos (43).....	58
Costos fijos, proyectados por al Fundación Semillas y Raíces.....	58
Evidencia de acercamientos y trabajo de campo en el área de estudio del proyecto.....	59

Soporte Fotográfico de acercamiento con la Fundación Semillas y Raíces.....	59
Folleto de Integración y acercamiento con los Stakeholders internos:.....	61
Encuesta generada para el análisis de datos.....	63
Conclusiones (44).....	65
Referencias bibliográficas (45).....	66
Glosario (46).....	67
Certificación turnitin – herramienta anti plagio (47).....	67
CVLab (Individual) (48).....	67
Perfil LinkedIn (49).....	68
Información de contacto.....	69

Resumen (1)

FUNDATA es una plataforma multimedia diseñada para hacer visible el trabajo de Fundaciones Sin Ánimo de Lucro, que buscan el apoyo de entidades y particulares en la realización de sus iniciativas sociales. Dicha ayuda es buscada de diferentes formas, emprendimientos propios, voluntarios e inversión económica, con el fin de que esa colaboración se conserve y perdure el fin para el que fue creada cada una de estas Fundaciones.

Introducción (2)

En grandes ciudades, como Bogotá, la desigualdad y la falta de oportunidades son problemas constantes para muchas comunidades. A pesar de los mecanismos de representación social, como las Juntas de Acción Comunal y la elección de representantes locales, no todas las necesidades son atendidas. En respuesta, organizaciones “Sin Ánimo de Lucro”, nacidas dentro de estas comunidades, buscan enfrentar problemáticas locales, pero a menudo carecen de visibilidad y recursos para sostener su labor. Un ejemplo es la Fundación Semillas y Raíces, que trabaja en la comuna cuatro de Soacha, Cundinamarca, enfrentando condiciones sociales adversas sin la capacidad de hacer conocer sus iniciativas. Este proyecto propone la creación de una plataforma multimedia FUNDATA (página web) que visibilice y conecte a esta fundación con posibles apoyos y recursos, permitiendo una mayor masificación de sus iniciativas sociales, culturales y educativas, y potenciando su sostenibilidad a largo plazo.

Tema (3)

Visibilización de Fundaciones Sin ánimo de Lucro.

Objetivo General (4)

Implementar una herramienta multimedia que permita la visualización condensada de la Fundación Semillas y Raíces enfocada en el sector social, cultural y educativo, que conlleve a una masificación de sus iniciativas y logré aportes monetarios a dicha entidad.

Objetivos específicos (5)

- Identificar los canales de comunicación usados por la fundación Semillas y Raíces.

- Describir las actividades sociales más relevantes que son realizadas por la Fundación.
- Captar la atención de aportantes y donantes por medio de estrategias de comunicación efectiva que conlleven a la sostenibilidad de la fundación.
- Convertir la plataforma en una fuente de ingresos sostenible para la fundación a largo plazo.

Justificación (6)

La creación de una plataforma multimedia para la Fundación (Sin Ánimo de Lucro) responde a la necesidad de dicha entidad en ser visible y en hacer visibles sus iniciativas. El impacto que esta Fundación genera en su comunidad es también un factor determinante, las iniciativas que promueven, aunque efectivas, no logran ser masivas. Por ende, no siempre consiguen el apoyo y patrocinio para realizarlas, e incluso, para continuar el funcionamiento de dicha organización.

Esta plataforma está pensada como una herramienta que visibilice, pero también que promueva la donación y el voluntariado en dichas actividades, así como, nuevos interesados que apoyen sus iniciativas. Con la visualización de estas, se promueve no solo a la Fundación, sino que exponen iniciativas que gestadas desde esta comunidad aporta en el cambio social y en la percepción del sector.

La iniciativa de generación de esta multimedia representa un salto cualitativo en la comunicación de las causas sociales, al conectar a donantes con proyectos que resuenan con sus valores. Además, al disminuir los costos de comunicación para la fundación, liberamos recursos que pueden invertirse directamente en sus programas. Con la plataforma se obtiene el potencial de generar un impacto significativo en la organización, al fortalecer sus canales de comunicación, lo que se traduce en que ésta siga aportando en el tejido social, promueva la innovación y construya un futuro más justo y equitativo para su comunidad.

Identificación del Problema (7)

La poca visibilización de fundaciones como Semillas y Raíces, son un ejemplo de la poca y casi nula interacción de estas fundaciones con un público interesado en apoyar las diferentes causas sociales promovidas por dichas entidades. Con esta premisa buscamos generar una plataforma que reúna de manera concisa la información e iniciativas que fundaciones Sin Ánimo de Lucro promueven, y que a su vez estas entidades puedan conseguir una mayor

masificación en medios digitales, que se traduce en posibles apoyos, financiamiento de sus iniciativas y un reconocimiento de su labor.

Descripción del Problema (8)

A pesar de la labor social que desempeñan algunas Fundaciones Sin Ánimo de Lucro en Colombia, entidades como Semillas y Raíces, en la comuna cuatro de Soacha, y su capacidad de vincularse a donantes, voluntarios y aliados estratégicos se ve limitada por su reducida o desconocida visibilidad digital. Mientras continúen creando iniciativas sociales, culturales y educativas cuyo impacto no sobrepasa del entorno local donde se encuentran, la falta de instrumentos efectivos de comunicación las mantendrá en una dinámica de limitada proyección de su trabajo.

Y es esa invisibilidad lo que genera diversas consecuencias. Primero, disminuye su impacto social y pone en riesgo su sostenibilidad financiera. Segundo, se desperdicia el talento voluntario que está deseoso de asumir proyectos sociales. Tercero, no es posible proponer colaboraciones con otras organizaciones para replicar o adaptar sus iniciativas.

Es por eso que FUNDATA se propone como una plataforma multimedia (página web) que haga que el trabajo de estas fundaciones sea periódicamente visible a todos aquellos que se preocupen por la redistribución de oportunidades. Con esta plataforma, conseguiremos dos resultados importantes: primero, dar a conocer las actividades de la fundación a más personas, lo que puede generar un mayor impacto positivo en la comunidad; y segundo, una mayor visibilidad que ayudará a que las fundaciones, como semillas y raíces, a conseguir los recursos necesarios para mantenerse funcionando por muchos años.

Árbol de problemas (9)

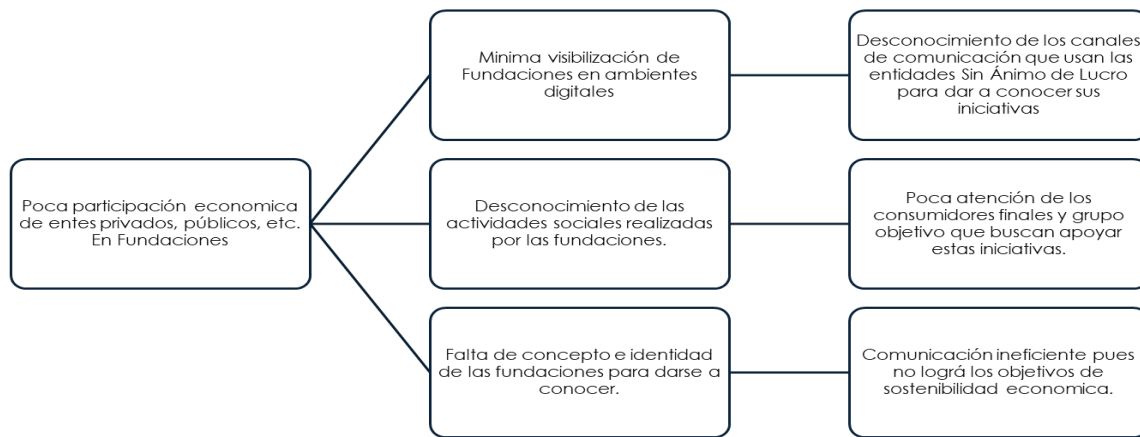


Figura 1. Árbol de problemas

Canales (10)

Para el desarrollo exitoso de FUNDATA, la visibilidad no es un aspecto secundario, sino una prioridad estratégica. Es indispensable idear y ejecutar un plan integral que defina con precisión los medios y las estrategias más efectivas para alcanzar la audiencia deseada y generar el impacto esperado para nuestro proyecto, desarrollándose de la siguiente manera:

- **Página web y/o plataforma multimedia:** Pilar fundamental del proyecto, ya que será la herramienta central para la interacción de todos los interesados, incluyendo donantes, público interno y externo.
- **Redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter):** El uso estratégico de plataformas digitales, como las redes sociales, puede generar un impacto significativo, permitiendo alcanzar a una audiencia diversa y específicamente al público objetivo.
- **Campañas de marketing digital y publicidad:** La implementación de estrategias planificadas, usualmente online, permite generar acercamientos significativos, dinamismo y nuevas vías de conexión con el público al que se quiere llegar.
- **Noticias:** Mantener al público informado con actualizaciones significativas sobre el impacto de las donaciones genera empatía y un mayor acercamiento hacia la

labor social. Esto, a su vez, impulsa el deseo de donar, especialmente a aquellas fundaciones que a menudo reciben poca ayuda debido a su limitada visibilidad.

- **Testimonios:** El objetivo es lograr un impacto donde los testimonios evidencian que los donantes han generado cambios significativos en sus fundaciones, buscando replicar este éxito en otras organizaciones.
- **Ferias y eventos de emprendimiento social:** Estas ferias y eventos se desarrollan para dar a conocer las iniciativas de las fundaciones, permitiendo que estas generen interés e impacto en una amplia variedad de públicos.

Planteamiento estratégico (11)

La generación del proyecto y la implementación de la multimedia está dirigido a las organizaciones privadas e individuos, que por sus ingresos, gustos, compromiso con la comunidad o intereses económicos (empresas privadas), lleguen a estar interesadas en aportar económicamente a las Fundaciones Sin Ánimo de Lucro (para este caso, como prueba piloto la fundación Semillas y Raíces). Si bien, son nuestro público objetivo y los cuales consumirán a futuro la información proyectada en la multimedia, todo contenido será proporcionado por la fundación, contenido audiovisual y experiencial, que busque conectar con dicho mercado objetivo.

Ahora bien, la comunidad de Cazucá y su población en general, son quienes estarían siendo afectadas positivamente de manera directa, el recibir aportes para la fundación, permitirá su continuo funcionamiento, y logrando de esta manera que los niños y adolescentes de este sector sigan participando en las acciones que realiza la fundación, generando un proceso educativo y cultural enfocado en la comunidad y la sana vida en sociedad, lo que permite alejarse de malos hábitos (delincuencia, consumo de sustancias psicoactivas, etc.) y daños a sus demás vecinos y en general a su entorno.

Segmentación de grupo objetivo (12)

Análisis de involucrados

Se consideran involucrados en este proyecto: a la directora de la fundación Semillas y Raíces ya que su fundación ha sido el ejemplo base de la plataforma multimedia planteada. Los

beneficiarios de las iniciativas, que son el propósito de trabajo de la fundación y a quienes esta plataforma en últimas también beneficia.

Otros involucrados son las demás fundaciones presentes en Cazucá, que no cuentan con canales de comunicación efectivos para darse a conocer. La Alcaldía del municipio y entes gubernamentales que hacen presencia en el sector.

Involucrado	Expectativa	Fuerza	Resultante
Directora de la fundación Semillas y Raíces	5	5	25
Beneficiarios de la fundación	5	3	15
Otras fundaciones	4	3	12
Alcaldía de Soacha	4	3	12
Entes gubernamentales	4	4	16
Inversionistas	4	4	16
Voluntarios	4	5	20

Figura 2. Tabla de involucrados.

Árbol de objetivos



Figura 3. Árbol de Objetivos

Análisis de alternativas de solución

La identificación de la situación actual en medios digitales y de comunicación de la Fundación sociocultural y de educación que será piloto del presente proyecto, ha hecho que se validen

diferentes métodos usados actualmente y sean intervenidos de la mejor manera para que la comunicación sea realmente efectiva hacia los usuarios y participantes de la multimedia.

Temas como la poca visibilización en redes sociales, y poco conocimiento de las actividades realizadas por la fundación, son realmente el foco para mejorar en el aspecto de comunicación de la Fundación.

La mejora en dichos aspectos permitirá que la condensación de dicha información en la Multimedia llegue de mejor manera al público objetivo de la misma, entes privados y voluntarios, podrán conocer la Fundación, así como las fuentes de ingreso y las necesidades de la misma. Dicho esto, los aspectos de comunicación, de conocimiento de la fundación, y de la actualización constante de dichas actividades por medio de la Multimedia, harán que las Fundaciones que apliquen al uso de la Multimedia, puedan mejorar su reconocimiento y así mismo, mejorar sus ingresos, que a su vez serán fundamentales para seguir gestionando sus actividades socioculturales y de educación en sus comunidades.

Actividades como el análisis de entidades sin ánimo de lucro, el acercamiento con los voluntarios, directivos de estas y beneficiarios de las fundaciones, harán conocer de mejor manera el mercado y la comunidad a beneficiar. Sin embargo, por otra parte estará el conocimiento de aquellas personas y entes privados, que dentro de sus actividades sociales buscan identificar los perfiles de las mejores opciones para invertir y apoyar de manera voluntaria, es ahí donde la implementación de la multimedia relaciona las dos fuentes de información más importantes, la Fundación y personas inversionistas.

Palabras Clave (13)

Algunas de las KeyWords más importantes y relevantes para hacer visible nuestra plataforma son las siguientes:

- Fundación Semillas y Raíces
- Donaciones Cazucá
- Voluntariado social
- Proyectos comunitarios Colombia
- Fundación niños y adolescentes
- Impacto social Cazucá
- Plataforma de donaciones confiable

Figura 4. Cronograma de actividades para el periodo 2025-1. Se presenta una visualización más clara en los Anexos.

Diagrama de GANTT – 2025

Se presenta el Diagrama de Gantt con el detalle de actividades, periodo de ejecución y fechas de entrega de los hitos en dos fracciones.

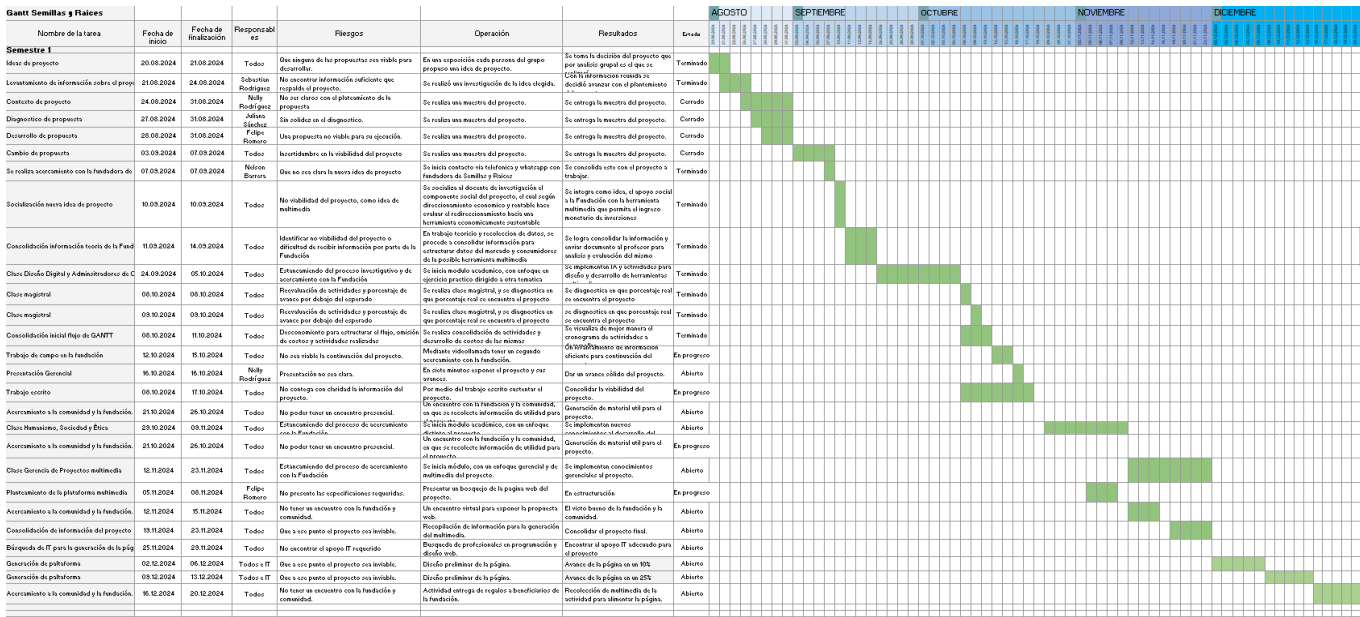


Figura 5. Primera fracción del Diagrama de Gantt. Se presenta una visualización más clara en los Anexos.

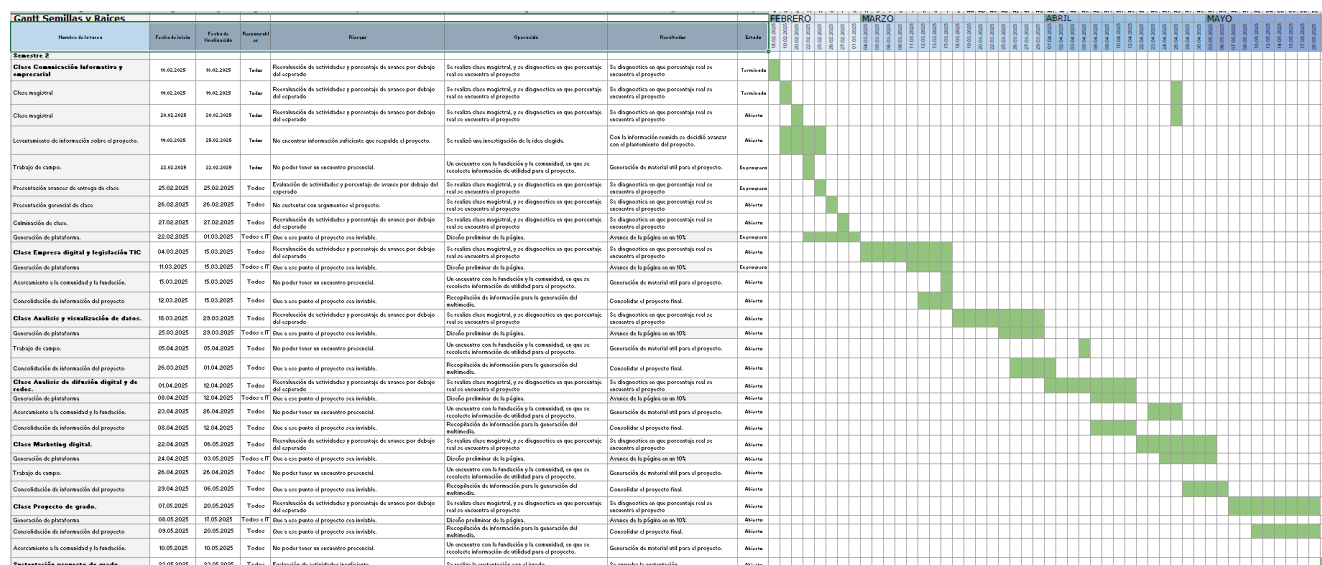


Figura 6. Segunda fracción del Diagrama de Gantt. Se presenta una visualización más clara en los Anexos.

Canvas (16)

Para estructurar de manera clara y estratégica la propuesta de valor del proyecto FUNDATA, se emplea el Modelo de Negocio Canvas de las 9 ventanas. Esta herramienta permite visualizar los componentes clave de la iniciativa, facilitando su planificación, validación y sostenibilidad. A través de este modelo, se identifican aspectos fundamentales como los aliados estratégicos, segmentos de clientes, canales de comunicación, fuentes de ingreso y estructura de costos, lo que aporta una visión holística del funcionamiento de la plataforma y su impacto en las fundaciones aliadas y sus comunidades beneficiarias.



Figura 7. Modelo Canvas

FODA (17)

Con el fin de comprender de manera integral el contexto actual del proyecto FUNDATA y su entorno de implementación, se realiza un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Esta herramienta permite identificar tanto los factores internos que favorecen o limitan el desarrollo de la iniciativa, como los elementos externos que pueden representar ventajas o riesgos. El análisis FODA resulta clave para definir estrategias de acción alineadas con la realidad del proyecto y tomar decisiones informadas que garanticen su sostenibilidad y eficacia.



Figura 8. Matriz FODA

La comunicación y su aporte al proyecto (18)

Desde la comunicación y dado el enfoque del proyecto, donde buscamos visibilizar a Fundaciones Sin Ánimo de Lucro; interpretamos que nuestro proyecto va ligado a la Escuela de Chicago, denominada así al cúmulo de trabajos de investigación desarrollados en esta ciudad en la primera mitad del siglo XX. Sus aportes, en su mayoría desde la sociología y la economía, también fueron para la comunicación, planteando la importancia de la interacción humana y la significación de esta en la sociedad.

Es desde esa postura que nuestro proyecto se asocia a esta escuela de comunicación y también se expone en los siguientes factores:

- **Comunicación-educación:** dos factores visibles no sólo en la plataforma, sino en la finalidad de los proyectos gestados en las Fundaciones Sin Ánimo de Lucro que buscan educar a sus comunidades y transformar sus realidades sociales.

- **Visibilización e interacción:** siendo esta página una herramienta que genere comunidad, que tenga un significado valioso para un grupo social.

Marco Legal (19)

Revisión Normativa y Derechos Vinculados

Derechos Vinculados

1. **Derechos sociales, económicos y culturales:** Este tipo de derechos enfocan su gestión en la integridad de la población y la búsqueda constante de asegurar condiciones dignas de vida para la población colombiana, en estos tipos de derechos, se habla mucho de la niñez y la juventud, población foco en la gestión constante liderada por la Fundación Semillas y Raíces, y en si, muchas de aquellas Fundaciones que puedan llegar a ser beneficiadas de la implementación de la plataforma web **FUNDATA**.
2. **Derecho a la participación:** FUNDATA busca fortalecer la participación ciudadana al visibilizar las iniciativas de la Fundación Semillas y Raíces. Esto se alinea con el derecho a participar en la vida cultural y social de la comunidad.

Normatividad Nacional

Leyes

- “**Artículo 67.** La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento a la ciencia, a la técnica y a los demás bienes y valores de la cultura.”
 - o **Constitución Política de Colombia**
- **Ley 115 de 1994 (Ley General de Educación):** Tentativamente al ser una ley que habla sobre temas educativos.
- **Ley 1581 de 2012 (Protección de Datos Personales)**
- **Artículo 30.** Derecho a la recreación, participación en la vida cultural y en las artes. Los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho al descanso, al esparcimiento, al

juego y demás actividades recreativas propias de su ciclo vital y a participar en la vida cultural y las artes.

- **Artículo 333.** La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

Fundraising Digital:

- **Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia):** Aunque aplica principalmente a entidades públicas, establece estándares de transparencia que son recomendables para fundaciones, especialmente aquellas que reciben fondos públicos.
- **Ley 663 de 1993:** Por medio del cual se actualiza el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y se modifica su titulación y numeración
- **Ley 454 de 1998:** Los establecimientos de crédito comprenden las siguientes clases de instituciones financieras: establecimientos bancarios, corporaciones financieras, corporaciones de ahorro y vivienda, compañías de financiamiento comercial y cooperativas financieras.

Propiedad Intelectual y Derechos De Autor:

- **Ley 23 de 1982:** Ley de Derechos de Autor en Colombia, fundamental para el manejo de contenidos de FUNDATA.
- **Ley 1915 de 2018:** Actualiza y fortalece la normativa de derechos de autor en Colombia.

Decretos

- **Decreto 936 de 2013:** Reorganiza el Sistema Nacional de Bienestar Familiar, establece la articulación entre entidades públicas y privadas para la protección de la niñez.
- **Decreto 1084 de 2015:** Reglamentario del Sector de Inclusión Social, que incluye disposiciones sobre programas de atención a la niñez.
- **Decreto 681 de 2023:** Establece la Política Pública Nacional de Infancia y Adolescencia 2023-2033, relevante para cualquier iniciativa actual enfocada en niñez.

- **Decreto 1072 de 2015:** Reglamentario del Sector Trabajo, importante **EN CASO DE QUE SE TRATEN TEMAS DE TRABAJO INFANTIL**
- **Decreto 1377 de 2013:** Reglamenta la Ley 1581 sobre protección de datos personales, esencial para FUNDATA.

Fundraising Digital:

- **Decreto 092 de 2017:** Regula la contratación con entidades sin ánimo de lucro, lo que puede afectar cómo las fundaciones reciben y gestionan fondos públicos.
- **Decreto 2150 de 1995:** Establece los requisitos de registro y publicidad de las entidades sin ánimo de lucro.

Propiedad Intelectual y Derechos De Autor:

- **Decreto 1066 de 2015:** Incluye disposiciones sobre el uso de imágenes de niños, niñas y adolescentes.

Resoluciones

- **Resolución 1996 de 2018 del ICBF:** Establece los lineamientos técnicos para la inclusión y atención de familias.
- **Resolución 3899 de 2010 del ICBF:** Regula el otorgamiento de licencias de funcionamiento a organizaciones que prestan servicios de protección a la niñez.
- **Resolución 1519 de 2020 del MinTIC:** Estándares de publicación y accesibilidad de contenidos web.
- **Resolución 8376 de 2017 del ICBF:** Establece lineamientos para organizaciones que trabajan con niños, niñas y adolescentes.

Políticas públicas

Participación Ciudadana en la Gestión

En el marco del MIPG y en cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 2 de la Ley 1757 de 2015, todas las entidades del orden nacional y territorial deberán diseñar, mantener y

mejorar espacios que garanticen la participación ciudadana en todo el ciclo de la gestión pública (diagnóstico, formulación, implementación, evaluación y seguimiento). Para ello las entidades deberán incluir en sus Planes de Acción y Planes de Desarrollo los programas y acciones que van a adelantar para promover la participación ciudadana.

Análisis Jurídico

Derechos vinculados [1]

1. **Derechos Económicos, Sociales y Culturales | OHCHR:** este tipo de derechos enfocan su gestión en la integridad de la población y la búsqueda constante de asegurar condiciones dignas de vida para la población colombiana, en estos tipos de derechos de la niñez y la juventud, población foco en la gestión constante liderada por la Fundación Semillas y Raíces, y en sí, muchas de aquellas Fundaciones que puedan llegar a ser beneficiadas de la implementación de la plataforma web FUNDATA.
2. **Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales:** avalada en el territorio colombiano por la Ley 74 de 1968 y que soporta el derecho a la protección social y a un nivel de vida adecuado; no sólo en población vulnerable, sino que este pacto brinda una serie de normativas para que la protección de estos derechos sea implementada en todo el territorio, sin excluir a ninguno de los miembros de la sociedad. Haciendo que a la fecha se sigan promoviendo estos derechos.
3. **Derecho a la libre asociación. Artículo 38 de la Constitución Política de 1991:** a nivel nacional es la base para que entidades como las Fundaciones Sin Ánimo de Lucro tengan las garantías de un libre funcionamiento y regulación. También para incentivar que este tipo de entidades promuevan este derecho haciendo partícipes a sus comunidades en la construcción de su sociedad.

A continuación, en la Tabla 1. Se presenta el análisis jurídico detallado.

Tabla 1. Análisis Jurídico.

Nivel	Norma	Artículos
Nacional	Derecho a la libre asociación: Constitución Política de Colombia de 1991	Artículo 38
Análisis jurídico		
1. Este derecho permite que los ciudadanos se organicen para trabajar en favor de sus intereses comunes. Así como lo hacen las ESAL, la plataforma busca que asociaciones de todo tipo conozcan estas iniciativas. 2. También permite que la asociación como grupo de trabajo genere un proyecto de libre asociación y en voz de promover estas iniciativas sociales mediante una herramienta digital.		
Nivel	Norma	Artículos
Nacional	Ley de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC)	Artículos 1, 2, 6
Análisis jurídico		
1. La Ley 1341 de 2009, también conocida como Ley de TIC Ley de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Colombia, permite no sólo regular el sector TIC, sino regular el uso de estas tecnologías a fin de que plataformas como FUNDATA obedezcan a su finalidad de creación. 2. Al promover la realización de contenidos multiplataforma de interés público, da vía a la generación de plataformas que visibilicen las iniciativas sociales como las que promueven fundaciones como Semillas y raíces. 3. Define desde la normativa que la plataforma FUNDATA es en esencia una herramienta digital, de uso masivo y regulada desde la normativa TIC.		
Nivel	Norma	Artículos
Nacional	<u>Ley de Derechos de Autor en Colombia</u>	Artículos 1, 2.
Análisis jurídico		

1. Al generar un producto multimedia que atiende a una necesidad de difusión, esta ley cobija al proyecto, al ser este una propuesta de diseño nuevo y una herramienta de consulta para acceder a ESAL (Entidades Sin Ánimo de Lucro).
2. También protege el contenido plasmado en la plataforma multimedia, que contiene entre otros, un diseño de página, imágenes proporcionadas por las Entidades Sin Ánimo de Lucro y todo contenido que tenga autoría propia.

Marco Socio Jurídico

Viabilidad

El proyecto FUNDATA como aplicación y herramienta multimedia que busca la visibilización de las Fundaciones a nivel local, es viable, dada la necesidad que actualmente tienen las Fundaciones y en sí, las entidades Sin Ánimo de Lucro, que por su naturaleza no tienen ingresos constantes, pero que por el contrario sus obligaciones económicas son de estricto cumplimiento para poder seguir su funcionamiento. Es así, como la promoción y visibilización de estas organizaciones, promueven el cumplimiento de los derechos de la niñez y la juventud, población foco en la gestión de la Fundación Semillas y Raíces, y en sí, muchas de aquellas Fundaciones que puedan llegar a ser beneficiadas de la implementación de la plataforma web. Por otra parte, los Derechos Económicos, Sociales y Culturales, van ligados directamente con la promoción de la plataforma multimedia, pues dichos derechos enfocan su gestión en la integridad de la población y la búsqueda constante de asegurar condiciones dignas de vida para la población colombiana.

Riesgos

Si bien, legalmente se busca constantemente que los derechos de la niñez y la juventud sean protegidos y asegurados, realizando actividades y/o programas tales como la implementación de diversos derechos como los DESC, es de vital importancia el control sobre las actividades que directamente afecten el cumplimiento de esto, gestión en responsabilidad Social Empresarial, control de recursos y preservación de los mismos, hacen que tanto las entidades de Control como las personas y organizaciones sociales, están directamente involucradas en el conocimiento, planeación y desarrollo de estos programas, preservando su constante actividad y permitiendo el obtener resultados a corto y mediano plazo y que sean perdurables en el tiempo.

Es crucial considerar la Protección de Datos desde el inicio. La recopilación y el tratamiento de información personal de donantes, voluntarios y beneficiarios mediante la plataforma deben ajustarse estrictamente a la normativa colombiana vigente. Un manejo inapropiado de esta información podría derivar en sanciones legales significativas para FUNDATA.

Asimismo, resulta fundamental prestar atención a los Derechos de Autor. Todo el material multimedia que se publique en la plataforma, incluyendo textos, imágenes y videos, debe poseer las licencias o permisos apropiados de sus autores. El uso de material protegido sin la debida autorización podría acarrear infracciones de derechos de autor y las consiguientes acciones legales.

Adicionalmente, en caso de que la plataforma FUNDATA integre una pasarela de pagos para facilitar las donaciones, se requiere una atención especial a la Seguridad de las Transacciones. Se vuelve necesario implementar medidas rigurosas para salvaguardar la información financiera de los usuarios y asegurar la protección de los procesos de pago, previniendo posibles fraudes relacionados con datos bancarios.

Oportunidades

No solamente la Fundación semillas y Raíces de Cazuca, es una visible población que requiere el cumplimiento de actividades diseñadas en pro de la niñez y la juventud, dicho sector aledaño a la ciudad de Bogotá y ubicado en los límites con el municipio de Soacha, cuenta con más de 100 Fundaciones con diferentes poblaciones a apoyar, las cuales diseñan diferentes actividades en pro de buscar ingresos para que dichas actividades puedan realizarse y de esa manera asegurar el funcionamiento de las Fundaciones, pero contar con estos ingresos, en algunos casos no son suficientes, pues en muchas oportunidades las obligaciones de las Fundaciones sobrepasan los aportes recibidos de donantes o voluntarios, y es ahí, donde la visualización y promoción masiva que puede llegar a tener una Fundación que se muestre en FUNDATA, busca que dichos aportes sean constantes y de mayor valor, y que las actividades de las Fundaciones sean conocidas no solamente por algunos voluntarios, sino por empresas que cobijadas en actividades Tributariamente solicitadas, lleguen a mantener un interés en aportar a las actividades de las Fundaciones, asegurando de

esta manera, también beneficios para su población objetivo de ayuda, sean niños, adolescentes o cualquier grupo social que requiera del apoyo.

Sostenibilidad

La sostenibilidad legal implica mantener la plataforma y las actividades de la fundación en cumplimiento con la normativa vigente, realizando las actualizaciones necesarias en las políticas de privacidad, términos de uso y demás documentos legales.

Las Fundaciones en el ámbito social, son el fundamento para asegurar la democratización de la población, la posibilidad de participar en actividades sociales que influyen directamente en la población del sector al que se pertenece, y en si, el trabajar por contar con un mejor futuro, entendiéndose como todo aquello que promueva el sano desarrollo de la niñez, la juventud y adolescencia, y busque de esta manera asegurar un desarrollo con las necesidades básicas cubiertas y que así, las personas puedan llegar a desarrollarse de la mejor manera, dando a su comunidad valores y aportes que permitan la igualdad y equidad que en muchos casos son esquivos a las comunidades de Colombia.

Grupos de Interés (20)

El proyecto FUNDATA, está centrado en las Fundaciones Sin Ánimo de Lucro. Sin embargo, para iniciar el proyecto se centran todas las actividades enfocadas a la implementación de la Fundación Semillas y Raíces dentro de la Multimedia. En donde por medio de la visualización de esta Fundación, se pueda llegar a obtener mejores ingresos y estabilidad económica para dicha organización. Esta Fundación centra sus actividades en población infantil y juvenil que de la zona de Cazucá, en fronteras entre Bogotá y Soacha, desde allí implementa actividades culturales, educativas y sociales para desarrollar a ciudadanía que no se involucre en comportamientos que afecten a su círculo social, por medio de la apropiación del territorio, buscan que los mismos participantes en dicha Fundación, lleguen a ser ejemplo dentro de su comunidad y generadores de nuevos comportamientos que propendan por mejorar su calidad de vida.

Ahora bien, con la implementación de FUNDATA, se busca que la población inversionista económicamente, se encuentre en Bogotá o sitios aledaños, esto, permitiendo que tengan un conocimiento más cercano a las organizaciones que se aportará, ahora bien, las Fundaciones

que a futuro se logren ingresar a la plataforma, serán de la ciudad de Bogotá o zonas cercanas, buscando así el crecimiento de la plataforma desde el centro y en función de organizaciones de este mismo sector.

Características Sociodemográficas (21)

Metodología

Métodos de recolección de información - Datos

Para la obtención de los resultados esperados en el presente proyecto, se ve necesario por un lado la evaluación de las fundaciones (Entidades Sin Ánimo de Lucro), en donde se sustente su constitución y correcto uso de sus ingresos, para lo cual se ve necesario contar con un banco documental, alimentado por la totalidad de la documentación facilitada por las Fundaciones, esto permitiendo evaluar la viabilidad de ofrecer el servicio dado por la multimedia, pues se buscará no solo mejorar las condiciones de comunicación de las Fundaciones, sino ser una multimedia que ofrezca seguridad y confiabilidad para sus usuarios en doble vía, tanto las entidades sin ánimo de lucro como las personas y/o empresas que deseen aportar a las iniciativas allí expuestas.

Para contar con dicha información, se obtendrá en primera parte los diferentes requisitos documentales que las entidades gubernamentales requieran para la confirmación de entidades a nivel nacional.

Datos (22)

La recopilación y análisis de datos es un componente esencial para la toma de decisiones informadas en el desarrollo del proyecto FUNDATA. A través de encuestas, estudios demográficos y análisis estadísticos, se identifican características clave del público objetivo, nivel de interés en las iniciativas sociales y posibles formas de vinculación con las fundaciones participantes. Estos datos no solo permiten validar la pertinencia del proyecto, sino que también orientan el diseño de estrategias de comunicación más efectivas y segmentadas, con el fin de maximizar el impacto social de la plataforma.

Tabla 2. Datos recolectados y analizados.

Análisis Inicial		Cruce de la información
Contexto	Como plataforma FUNDATA, realiza la encuesta a 313 personas de una población de 6.200.000 lo cual representa una muestra representativa con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. De ahí, se analizan datos demográficos tales como el género, la edad, nivel de estudios, los cuales permiten obtener conocimiento de nuestro público objetivo, y el perfil del mismo.	Posterior al análisis ya realizado, se identifica de la población segmentada, que personas están dispuestas a participar en iniciativas para Fundaciones, y en qué actividad
Análisis Género	El porcentaje de participación de la encuesta entre hombre y mujeres tiende a ser homogéneo pues el 47% de las personas encuestadas fueron hombres y el 53% mujeres.	Dado lo anterior, se obtiene que de la muestra realizada y según el segmento de público objetivo, una (01) persona estaría interesada en aportar económicamente a las Fundaciones y diez (10) de ellas estarían interesadas en participar por medio de voluntariado. Según el porcentaje que representan estos datos con base en la muestra realizada, cerca del 0.32% de la población podría llegar a estar interesada en aportar económica y un 3.19% estarían dispuestos a participar en actividades de voluntariado.
Escolaridad	Por otra parte, 121 personas representando un 39% se encuentran graduadas o con título de pregrado.	
Estratificación	En cuanto al estrato con un 49% de los encuestados, el estrato con mayor presencia es el número 3.	
Edad	Ahora bien, dentro de los rangos de edad encuestados con 82 personas, la edad con mayor interés en participar en actividades de Fundaciones es el rango de 51-59 años.	

Referentes Conceptuales:

Teóricos

En Colombia, legalmente se encuentran categorizadas las empresas por medio de sus diferentes características: tamaño de la empresa, origen de fondos, tipos de aportes

sociales, etc. Las fundaciones se encuentran categorizadas como entidades Sin Ánimo de Lucro, las cuales como se definen en el sitio web de guerrero abogados ...”*Las fundaciones en Colombia son personas jurídicas sin ánimo de lucro creadas por iniciativa privada o pública, para atender una finalidad altruista o de interés social determinada en los estatutos, para lo cual requiere de un aporte realizado por su fundador o fundadores*” (Guerrero Abogados, 2019)... Dicho de esta manera, este tipo de organización dependen netamente de los ingresos proporcionados por quienes las crearon o las iniciativas que permitan que otras personas dones, contribuyan o simplemente aporten a la misma.

Es claro, que aunque las Fundaciones en Colombia, tengan esta definición, los ingresos de la mayoría de ellas están directamente afectados al depender únicamente de las donaciones o aportes que los diferentes entes, públicos y/o privados puedan ofrecer, llegando de esta manera a poder pasar por situaciones económicas realmente complicadas. y esto alineado con lo escrito por Catalina Espinosa en el artículo web “*El reto de la Fundaciones en Colombia ante un entorno cambiante...*” (Fundación Natura, 2017) hace que realmente la sostenibilidad de las Fundaciones, la búsqueda de los recursos para financiar sus actividades y mantener la transparencia dentro de sus actividades sea realmente difícil en un entorno donde lo económico, la rentabilidad y la búsqueda siempre de mayores ingresos, tiende a ser una constante en la sociedad.

Este tipo de organizaciones, buscan la mejora continua dentro de sus sociedades, en las cuales ellas mismas han evaluado las necesidades más representativas y fundamentan su creación y actividades en la búsqueda constante de estrategias que permitan la mejora de la calidad de vida y minimizar el impacto negativo que puedan ser generados en sus entornos y en la población en general. De ahí, la importancia no solo de buscar aportes económicos para que las Fundaciones puedan seguir realizando sus actividades, sino buscar medios comunicativos efectivos, en los que además de exponer las iniciativas, pueden también verse la transparencia, integridad y manejo correcto de los recursos con los que cuentan.

Documentales - Datos

En los últimos años la participación social desde las entidades principales ha tenido una gran presencia en diferentes donaciones y aportes de recursos para que los fines de las entidades sin ánimo de Lucro puedan darse correctamente, tal así, que para el año 2022 se evidencio que el aporte social dado por entidades privadas al sector de

Fundaciones llegó a superar los 450 mil millones de pesos colombianos (EL UNIVERSAL, 2022), pero bien, dichos aportes tal como se muestra en dicho artículo, pueden haberse generado de dos maneras diferentes, por una parte al generar aportes a Fundaciones ya existentes y legalmente establecidas, o por otra parte, actividades y/o Fundaciones creadas internamente por dichas compañías privadas, que son diseñadas netamente con la finalidad de realizar acciones altruistas y/o sociales que mejoren no solo la calidad de vida de las comunidades sino también dejar una huella positiva de sus marcas y empresas, en la sociedad en general.

Para el año 2022, En Colombia estaban legalmente constituidas cerca de 150.000 fundaciones según datos dados por la DIAN y aunque representan un número bajo en la participación de entidades legalmente constituidas en Colombia, son realmente relevantes al tener presente que con entidades que no buscan el lucro, sino por el contrario la obtención de mejores condiciones de vida para la comunidad en general, fundamentadas en acciones de impacto social que buscan la equidad, el desarrollo y a obtención de oportunidades para su población objetivo, de allí la gran importancia de esta figura como entidad en el país.

Normativos

En nuestro país las entidades sin ánimo de lucro pueden estar categorizadas dentro de: Asociaciones, corporaciones y fundaciones, Entidades de economía solidaria (cooperativas, precooperativas, fondos de empleados, asociaciones mutuales), Veedurías ciudadanas, Entidades Extranjeras de Derecho Privado Sin Ánimo de Lucro con domicilio en el exterior, Instituciones Auxiliares del Cooperativismo y Organismo de segundo y tercer grado. (CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, 2024). Para todas ellas, se deben cumplir con la documentación necesaria para inscribir y establecerse como entidad legalmente reconocida, dicha documentación y trámite es el siguiente:

- Inscribir los libros de actas exigidos por la ley.
- Entregar certificado de existencia y representación legal y copia de los documentos inscritos (estatutos y actas) a la entidad que ejerce inspección, vigilancia y control.
- Realizar los trámites de seguridad laboral e industrial.
- Si la Entidad Sin Ánimo de Lucro requiere licencia ambiental, debes solicitarla en el Departamento Administrativo del Medio Ambiente (DAMA) o en la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR).

Y aunque en Colombia la tramitología puede conocerse como un obstáculo al momento de crear empresa, es de vital importancia para que no solo la entidad sea visible, sino para asegurar que las actividades realizadas por cualquier compañía con o sin ánimo de lucro, sean correctamente controladas y vigiladas por las entidades diseñadas para tal fin.

Institucionales

Desde el gobierno nacional existen plataformas que promueven y apoyan las iniciativas de las comunidades en voz de mejorar sus condiciones de vida, generación de proyectos en infraestructura, hábitat y sociales son los principales pilares de inversión.

Entidades del estado como el Ministerio de Interior, cuentan con iniciativas como el Banco de Proyectos para las Comunidades, una propuesta del gobierno nacional que busca “promover mejores condiciones de vida e inclusión en todas las poblaciones sujeto de atención de esta cartera en zonas rurales y urbanas” Ministerio del Interior (2024). Banco de Proyectos para las Comunidades. <https://www.mininterior.gov.co/banco-de-proyectos-para-las-comunidades/> (septiembre de 2024).

Este banco materializa las iniciativas que no tienen los recursos para ser ejecutadas en las regiones, pero también busca darle cobertura a las diferentes iniciativas no gubernamentales, promovidas por Juntas de Acción Comunal (JAC), líderes sociales, comunidades indígenas y demás entidades que no sean parte del estado.

Interés en Internet (23)

Público objetivo directo

Fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro en el sector social: Son fundaciones que quieren aumentar su visibilidad, conseguir más donaciones y tener mayor impacto no solo en el círculo social en el que normalmente habitan. Valorán las plataformas centralizadas como FUNDATA para gestionar y claramente potenciar sus necesidades digitales.

Potenciales donantes individuales: Buscan causas sociales legítimas y que generen un impacto real y demostrable, a la vez que conecte con las emociones y finalmente,

que, al momento de querer donar, el proceso de hacerlo sea sencillo. Realizan búsquedas específicas relacionadas con ayudar a comunidades vulnerables.

Empresas con programas de RSE (Responsabilidad Social Empresarial): Buscan proyectos sociales alineados con los valores corporativos de la empresa, documentación para beneficios tributarios y visibilidad para sus contribuciones de una manera segura y rápida por medio de FUNDATA .

Voluntarios potenciales: Principalmente jóvenes que buscan oportunidades para colaborar, no cuentan con muchos recursos económicos, pero quieren contribuir de otra manera, valoran especialmente el contenido visual que muestre experiencias de voluntariado que tengan un impacto positivo.

Público objetivo de impacto indirecto

Comunidad local de Cazucá y Soacha: Interesados en información específica sobre programas disponibles de las fundaciones, saber más sobre sus proyectos y buscar la forma de hacer parte de ellos.

Audiencia de redes sociales sensibilizada: Valoran historias inspiradoras y contenido emocional sobre transformación social que puedan compartir fácilmente y hacer parte de ellas, por medio de una donación o simplemente compartiendo el mensaje a más personas.

Entidades gubernamentales y de cooperación: Buscan organizaciones confiables para alianzas en implementación de políticas públicas.

Medios de comunicación: Buscan historias humanas con potencial para ser noticia y que cuente con material audiovisual de calidad que puedan compartir.

Estructura Orgánica (24)

La estructura orgánica de FUNDATA ha sido diseñada con el objetivo de garantizar una gestión eficiente, colaborativa y especializada en cada una de las áreas clave del proyecto.



Figura 9. Estructura Orgánica FUNDATA.

FUNDATA

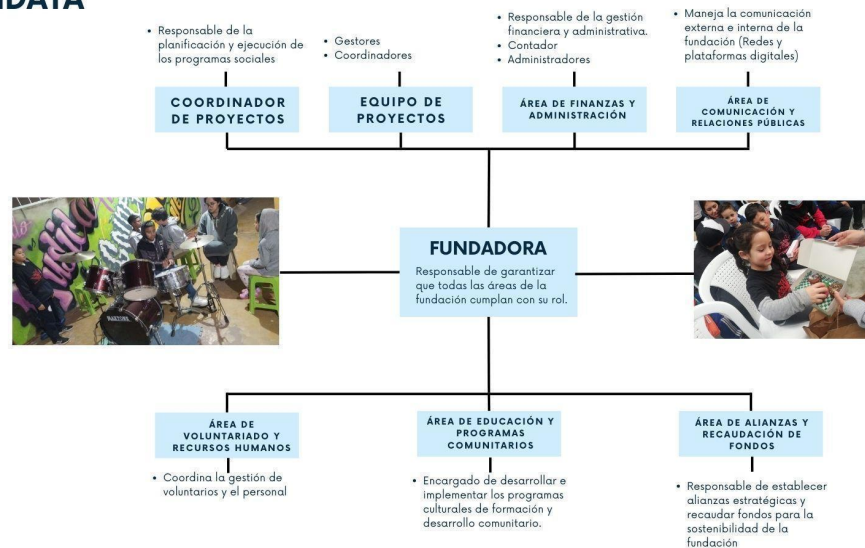


Figura 10. Estructura Orgánica FUNDATA extendida.

Benchmarking (25)

En esta sección se presentan los referentes analizados que permiten establecer comparaciones estratégicas con iniciativas similares. El ejercicio de benchmarking contribuye a

sustentar decisiones clave para el diseño, comunicación y operatividad del proyecto FUNDATA, tomando como base experiencias ya consolidadas en el sector social y digital. A continuación, en la Tabla 3 se muestra el análisis de la iniciativa “Techo”.

Tabla 3. Benchmarking Techo.

BENCHMARKING ONLINE	
COMPETENCIA	Techo
¿QUIÉNES SON?	Una organización conformada por jóvenes voluntarios y voluntarias junto con habitantes de asentamientos populares de América Latina. Que busca superar la situación de pobreza en la que viven millones de personas.
CLIENTES RECONOCIDOS	Como aliados regionales se encuentran: Google, duplika, ORACLE, Santander, LATAM, word habitat, Secretaria General Iberoamericana, VMLY&R, WUNDERMAN THOMPSON, bcw, BCG, entre otros.
CONTACTO	Mediante su página web y redes sociales, son canales directos de contacto.
CANALES Y REDES SOCIALES	Facebook, X, Instagram y su página web.
SENTIDO SOCIAL	Buscar mejorar la calidad de vida de la población con viviendas dignas.
TRÁFICO SEO	Tienen un equipo de comunicaciones que genera publicidad de las iniciativas que realizan en cada uno de los países en donde tienen presencia. Para cada país hay una página web propia.
TRÁFICO REDES SOCIALES	Además de alimentar con información su página web, están mostrando en cada red social en la que tienen presencia cada uno de los proyectos, mediante reels, publicaciones o tweets.
VALOR AGREGADO	Al contar con una página web propia para cada país en donde tienen cobertura, permite tener una estructura web más robusta y personalizada de las acciones que realiza en el caso de Colombia, donde se evidencia entre otras cosas: estados financieros, accesos a voluntarios corporativos y la posibilidad de consultar las páginas de los más de 15 países en donde tienen presencia.
URL	https://colombia.techo.org/
COMPETENCIA	Apoyar
¿QUIÉNES SON?	Es una ONG Sin Ánimo de Lucro fundada en 1989 y enfocada en la superación de la pobreza en el país.

CLIENTES RECONOCIDOS	Como aliados regionales se encuentran: Banco de alimentos de Bogotá, UNIMINUTO, ISAGEN, Convivienta, Ministerio de Salud, CEDAVIDA, aeiotu, Universidad de los Andes, puntos verdes, CUN, Universidad Santo Tomás, KOLUMBIEN, SENA, United Way entre otros.
CONTACTO	Mediante su página web, oficinas en Bogotá, Soacha y La Dorada y en redes sociales.
CANALES Y REDES SOCIALES	Página web, Facebook e Instagram.
SENTIDO SOCIAL	Quieren erradicar la pobreza en las regiones más vulnerables del territorio colombiano.
TRÁFICO SEO	Cuentan con un equipo de prensa que genera publicaciones en las diferentes redes sociales de la ONG.
TRÁFICO REDES SOCIALES	Han tenido menciones no solo en redes sociales, también en medios masivos de televisión en Colombia.
VALOR AGREGADO	Tiene una trayectoria de más de 30 años trabajando en zonas vulnerables de la capital del país y en otras zonas del territorio, lo que les permite tener una estructura de funcionamiento más aterrizada a las necesidades de cada medio de comunicación que utilizan.
URL	https://www.fundacionapoyar.org.co/

Análisis de Mercado (26)

Grupo Focal

- **Representantes de fundaciones Sin Ánimo de Lucro:** Como fundadores y representantes directos de las entidades sin ánimo de lucro, será de foco y de gran interés para la implementación de la Multimedia, dichas personas que mediante su trabajo han gestionado no sólo la creación de las Fundaciones sino, también la gestión del día a día para sostenerlas mediante diferentes actividades.
- **Beneficiarios de los programas de las fundaciones:** Además de identificar las fundaciones, todas las personas que han participado en los programas implementados por estas organizaciones serán quienes promuevan el uso de la plataforma y permitan identificar qué características tendrán dentro de la multimedia.
- **Voluntarios:** Además de participantes internos dentro de la fundación y sus actividades, los voluntarios pueden llegar a incentivar el uso tanto de la plataforma como de

participar económicamente en las actividades que se desarrollan y se muestran a través de la herramienta.

Grupo Objetivo

- Sector privado: Entes privados y organizaciones legalmente constituidas que dentro de sus actividades sociales y de responsabilidad social empresarial, puedan aportar y apoyar económicamente a las fundaciones que se visualicen en la multimedia.
- Voluntarios: Así como el sector privado, las personas y/o individuos que hagan de voluntarios en las fundaciones, pueden aportar económicamente y participar dinámicamente, mediante la herramienta multimedia.
- Gobierno o Entidades gubernamentales: La identificación de las actividades y sectores públicos, que estén interesadas en promover el trabajo social, cultural y educativo, dentro de las comunidades.

Prototipo y/o prototipado (27)

A continuación, se presenta el prototipo desarrollado para FUNDATA, el cual refleja la propuesta visual, funcional y comunicacional de la plataforma. Este modelo permite validar la estructura inicial, la experiencia del usuario y los elementos gráficos clave del proyecto.

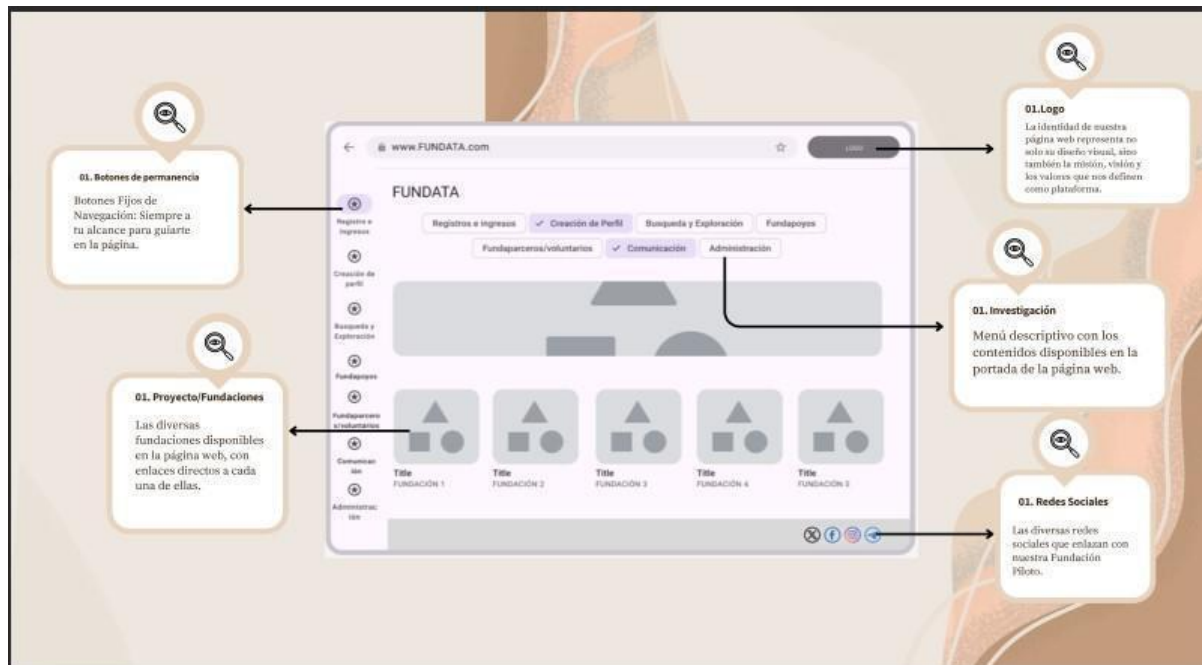


Figura 11. Componentes del prototipo de sitio web.

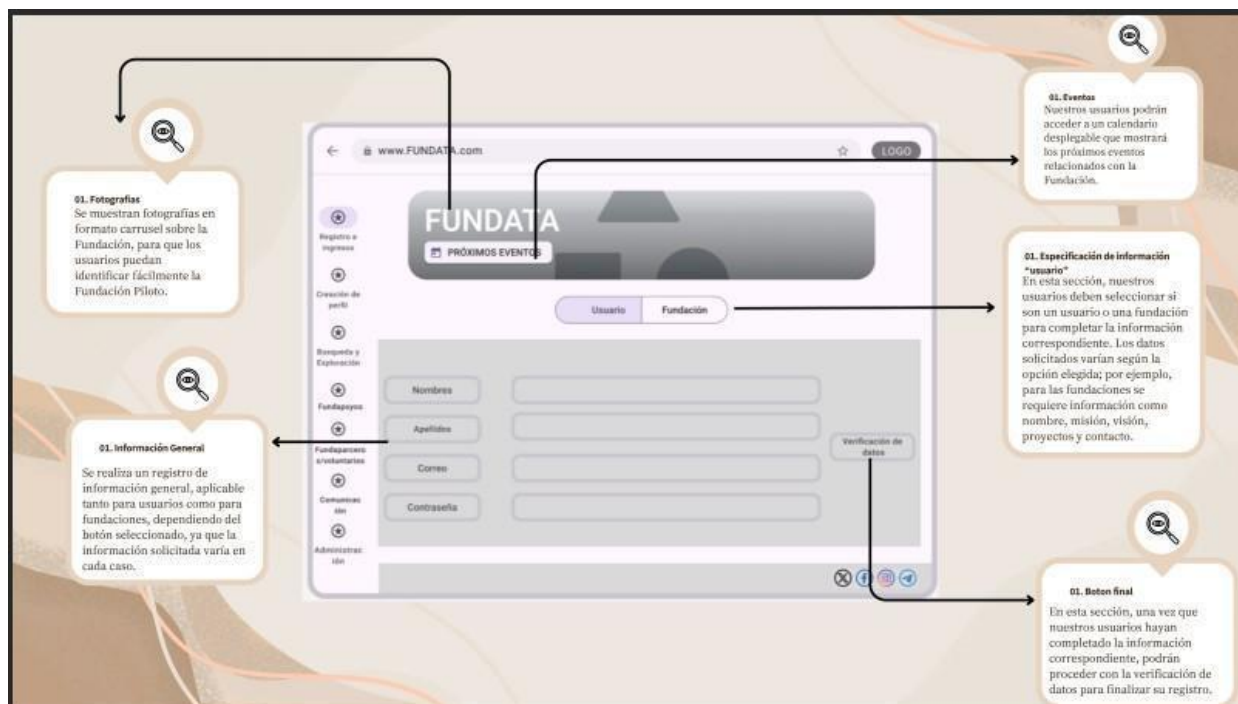


Figura 12. Componentes del prototipo de sitio web.



Figura 13. Componentes del prototipo de sitio web.

Pilotaje del Servicio (28)

En esta sección se detallan los primeros acercamientos con usuarios reales del entorno objetivo. El pilotaje permitió recoger percepciones, identificar mejoras y validar la utilidad y comprensión del diseño propuesto para la plataforma FUNDATA.

Luego de implementar el bosquejo presentado anteriormente, se procedió a diseñar y presentar dicha imagen según ajustes así:



Figura 14 y 15. Visuales presentadas.

Dicho prototipo se presentó a tres mujeres residentes de la ciudad de Bogotá, cuyas edades varían entre 30 y 37 años, quienes indican las siguientes observaciones:

- ...“Los colores son muy serios y no llaman la atención”...
- ...“Las dinámicas de la página son interesantes, sin embargo, llegan a tener mucha información”...

- ...“Es muy seria, a veces pierdo el interés de seguir viendo las diferentes pantallas e imágenes”...
- ...“Me gustan más los lugares de la página en donde puedo ver todo de una vez, es decir, no tengo que ir al menú del menú”...
- ...“Mucho texto, y no veo las imágenes de los niños tan rápido, me toca ir a buscar la información de mi interés”...
- ...“Esta muy bonita la presentación”...

Luego de estos comentarios, se decide implementar cambio y/o ajustes direccionados a los comentarios calificados como negativos:



Figura 16 y 17. Visuales con ajustes post piloto.

Análisis de la Competencia (29)

Al abordar la idea de generar el proyecto de FUNDATA, pensamos en la trascendencia que podría tener la plataforma, también en el proyecto inicial de este, la Fundación Semillas y raíces; en especial en la ubicación de esta iniciativa, la comuna 4 del municipio de Soacha Cundinamarca, conocida como Cazucá.

Teniendo en cuenta la masiva de cantidad información con respecto a esta zona, encontramos la presencia de diferentes entidades públicas y privadas que trabajan en esta comunidad e identificando como competencia en cuanto a masificación en medios a la organización Techo, entidad que tiene sus orígenes a partir de 1997 en Chile, país en que se gesta la idea de brindar viviendas dignas a población en condición de vulnerabilidad.

Desde su consolidación en latinoamérica en 2005, la organización hace presencia en varios países del continente, entre ellos Colombia, país en el que viene trabajando en proyectos desde el año 2006. Si bien, esta organización se enfoca en mejorar condiciones de hábitat, han venido trabajando con la comunidad de Cazucá, área de interés y presencia de la Fundación Semillas y Raíces.

Nuestra segunda competencia es la ONG Apoya, que tiene una trayectoria de 35 años trabajando en voz de erradicar la pobreza en el territorio coombiano. Tiene presencia en buena parte del país y apoya a más de 50 proyectos de transformación social que van enfocados en tres líneas de trabajo: educación, gobernanza y desarrollo económico y ambiental.

Pese a trabajar en temáticas distintas, estas entidades se convierten en competencia directa en cuanto a su presencia en medios digitales y las dinámicas que plasma en sus páginas web, en las redes sociales en las que promocionan sus iniciativas y como hacen atractivos contenidos de apoyo social y filantropía en el país.

Viabilidad del Proyecto (30)

Las Fundaciones en Colombia están categorizadas dentro de las entidades sin ánimo de lucro, y su importancia más relevante es la gestión de actividades que busca la mejor calidad de vida

para determinada comunidad e individuos de esta. Ahora bien, las empresas enfocadas en diferentes sectores tienen varios incentivos diseñados legalmente para promover el aporte voluntario a la gestión de diversas organizaciones culturales y/o sociales sin ánimo de lucro, las cuales les permite seguir desarrollando sus actividades en función de su comunidad objetivo, actualmente, por ejemplo, uno de estos beneficios es el descuento tributario del impuesto sobre la renta y complementario equivalente a 25% del valor donado. Dado así, se estaría aplicando un mutuo beneficio para las dos organizaciones, tanto la privada como las fundaciones.

Es por esto, y según los acercamientos directos con la Fundación Semillas y Raíces, y al conocer que los aportes económicos de dicho tipo de organizaciones tienden a ser del patrimonio de sus fundadores, quienes constantemente están implementando nuevas ideas de negocio que le permita dar continuidad a las iniciativas de la Fundación. Es así, como se ha identificado que, aunque se tiene un ingreso con dicha actividad, también se debe dar a conocer su gestión social, buscando obtener recursos fijos mes a mes, que sean de entidades y/o personas voluntarias, que deseen apoyar al proyecto social que está en curso.

Dentro de la gestión social que desarrolla la Fundación Semillas y Raíces, se encuentran actividades direccionadas a lo cultural, artístico, social y educativo, permitiendo de esta manera tener una historia ya de 5 años desde su fundación, dichas actividades están soportadas en:

- Formación musical, en donde se han llegado a inscribir más de 170 participantes, entre niños y adolescentes.
- El asesoramiento en clases para todos los niños inscritos.
- Reciclaje por comida, actividad que le permitía a la comunidad que participaba recibir comida (saldos de comida donada por la central de Abastos de Bogotá) sin embargo, esta actividad se dejó de realizar por la pandemia.
- Líderes en formación, que son adolescentes que han estado en la fundación desde niños y entran a apoyar las actividades como líderes.

Muralismo: Elaboración de más de 200 murales, realizados por los niños y adolescentes que han estado en la fundación en estos más de 5 años de actividades.

Indicadores KPI (31)

Métricas clave para seguimiento

KPIs de audiencia

Éxito o rendimiento de las estrategias en relación con los objetivos específicos:

- Usuarios únicos mensuales
- Tiempo de permanencia en plataforma
- Páginas vistas por sesión
- Tasa de rebote
- Crecimiento de seguidores en redes sociales

KPIs de compromiso

Qué tan conectados se sienten con nuestro trabajo. Se puede ver reflejado en:

- Interacciones por publicación
- Comentarios y compartidos
- Formularios de contacto completados

KPIs de conversión

Miden si las campañas de marketing están logrando las acciones deseadas en nuestro público objetivo. Se puede ver reflejado en:

- Donaciones completadas
- Valor promedio de donación
- Tasa de conversión visitante/donante
- Registros de voluntarios
- Donantes recurrentes vs. únicos

Herramientas para creación y medición

Gestión web y contenidos

- WordPress con Elementor, WIX.COM (para sitio web)
- Canva Pro (diseño de contenidos)
- Mailchimp (email marketing)

- CapCut (edición de video)
- Parrilla Adobe (edición de contenido y realización de diseños)
- Hootsuite/Buffer (gestión de redes sociales)
- Google Workspace (colaboración interna)

Análisis y optimización

- Google Analytics 4
- Google Search Console
- Hotjar (análisis de comportamiento)
- SEMrush/Ahrefs (SEO)
- Facebook Business Manager
- TIK TOK ADS

Donaciones y gestión

- PayU Latam / Wompi / Nequi / Daviplata /Cuenta de ahorros (Medios de recolección segura del dinero)
- Salesforce Nonprofit Cloud (gestión de donantes)
- Asana/Trello (gestión de proyectos)
- Zoom, Meet, teams (webinars y reuniones)

Estimativos financieros y costos asociados (32)

A continuación, se presenta el desglose de costos asociados al desarrollo del proyecto FUNDATA, junto con el cronograma de actividades que guiaron su ejecución. Esta información permite visualizar los recursos estimados, su distribución por fases y la planificación temporal de cada tarea realizada.

Listado de actividades

Tabla 4. Listado de actividades incluyendo costos.

Actividad	Responsables	Costo
-----------	--------------	-------

Clase Comunicación Informativa y empresarial	Todos	\$0,00
Clase magistral	Todos	\$0,00
Clase magistral	Todos	\$0,00
Levantamiento de información sobre el proyecto.	Todos	\$177.937,50
Trabajo de campo.	Todos	\$177.937,50
Presentación avances de entrega de clase	Todos	\$0,00
Presentación gerencial de clase	Todos	\$0,00
Culminación de clase.	Todos	\$0,00
Generación de plataforma.	Todos e IT	\$89.653,13
Clase Empresa digital y legislación TIC	Todos	\$0,00
Generación de plataforma	Todos e IT	\$89.653,13
Acercamiento a la comunidad y la fundación.	Todos	\$177.937,50
Consolidación de información del proyecto	Todos	\$88.968,75
Clase Análisis y visualización de datos.	Todos	\$0,00
Generación de plataforma	Todos e IT	\$89.653,13
Trabajo de campo.	Todos	\$177.937,50
Consolidación de información del proyecto	Todos	\$88.968,75
Clase Análisis de difusión digital y de redes.	Todos	\$0,00
Generación de plataforma	Todos e IT	\$89.653,13
Acercamiento a la comunidad y la fundación.	Todos	\$177.937,50
Consolidación de información del proyecto	Todos	\$88.968,75

Clase Marketing digital.	Todos	\$0,00
Generación de plataforma	Todos e IT	\$89.653,13
Trabajo de campo.	Todos	\$177.937,50
Consolidación de información del proyecto	Todos	\$88.968,75
Clase Proyecto de grado.	Todos	\$0,00
Generación de plataforma	Todos e IT	\$89.653,13
Consolidación de información del proyecto	Todos	\$88.968,75
Acercamiento a la comunidad y la fundación.	Todos	\$177.937,50
Sustentación proyecto de grado.	Todos	\$0,00

Costos calculados

Durante el desarrollo preliminar del proyecto tenemos un estimado de \$3.928.317 pesos colombianos en la ejecución del proyecto hasta el mes de mayo de 2025. Gastos los cuales se ven reflejados en el diagrama de Gantt y pueden ser sujetos a cambio según el transcurso de la consolidación del proyecto.

Los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 5. Distribución de costos.

Área de trabajo	Costo
Generación del proyecto 2024 II	\$1.700.000
Levantamiento de información y trabajo de campo.	\$1.245.559
Generación de la página	\$537.918
Consolidación de información del proyecto	\$444.840
Gastos estimados 2025 I	\$3.928.317

Responsables por experticia

Según nuestras áreas de trabajo designamos el trabajo de proyecto en los cuatro frentes de una organización:

- IT y Felipe Romero Astudillo: Tecnología e Información
- Juliana Parada Sánchez: Comunicaciones / Comercial
- Sebastián Rodríguez Rodríguez: Tecnología e Información
- Nelly Johana Rodríguez Hernández: Comunicaciones / Comercial
- Nelson Barrera Medina: Operaciones y Finanzas

Nombre de la Idea de Negocio (33)

Se presenta el nombre definido para el proyecto, el cual responde a los objetivos, valores y propósito de la iniciativa. La elección busca generar recordación, coherencia con el enfoque social y una identidad sólida para su posicionamiento.



Referencias Visuales (34)

Componente de Diseño

Línea Gráfica: Nuestra línea gráfica va dirigida a resaltar la labor de las diferentes fundaciones asociadas, por eso estará centrada en visualizar a los actores involucrados (rostros, actividades), capaz de conectar en primera instancia al público con dichas fundaciones.

Maqueta:



Figura 18. Maqueta de inicio.

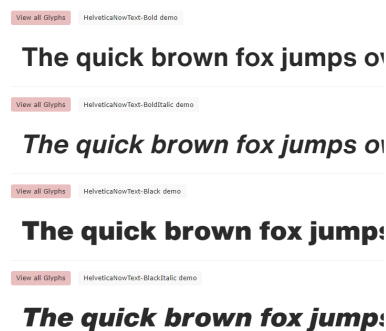
Tipografías (35)

- **Fuente Encabezados:** Famijen Grotesk

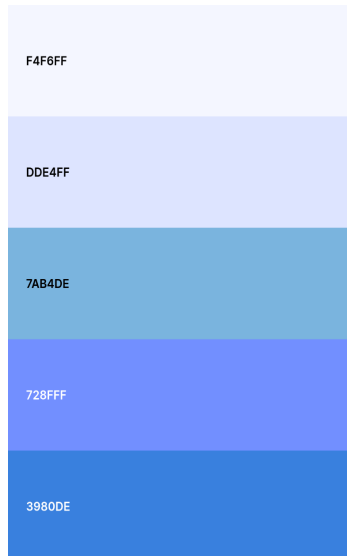
a	b	c	d	e	f	g	h	i
j	k	l	m	n	o	p	q	r
s	t	u	v	w	x	y	z	

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	

- **Fuente Párrafos:** Helvética



Gama de Colores (36)



Iconos (37)

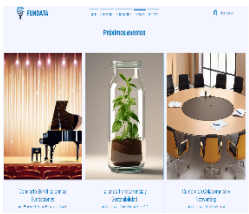
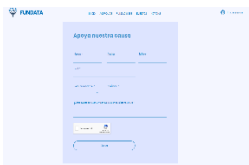
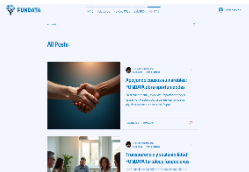
Fuente Logo: Carmen Sans



Desarrollo propuesto (digital, Sitio Web, otros) (38)

Categorización de contenidos

Tabla 6. Contenido de sitio Web.

SECCIÓN / MENÚ	OBJETIVO	CONTENIDO	MULTIMEDIA	MAQUETA
Inicio	Visualizar el origen de FUNDATA	Estructuración de la página web con un despliegue de la información de interés para el usuario.	Un menú de fácil acceso que le permita al usuario ingresar a cada ítem de forma ordenada y con claridad.	
Fundaciones	Dar a conocer cada una de las fundaciones que hacen parte de la plataforma.	Banner con acceso al despliegue de las diferentes fundaciones.	Que el usuario encuentre la información concisa de cada fundación.	
Eventos	Mostrar los diferentes eventos que cada fundación realiza para incentivar el apoyo a sus iniciativas.	Banner con la información y descripción de cada evento.	Con un lenguaje entendible en la multimedia, el usuario puede recibir la información clara de cada evento.	
Inscríbete	Realizar la Inscripción para apoyar a las fundaciones presentes en la plataforma.	Un enlace directo al formato de inscripción.	Un formato único de inscripción directa en cada proyecto, para que la fundación y la plataforma tengan acceso a la persona o entidad interesada en apoyar la iniciativa.	
Noticias	Resaltar las menciones en redes sociales y medios de cada fundación.	Banner en la barra de inicio con las diferentes noticias.	Un espacio donde los usuarios puedan recibir la información directa del impacto generado por las fundaciones y la visualización de estos proyectos.	

Plataforma de contenidos en redes sociales, tentativamente (TikTok)

Plan enfocado en Semillas y Raíces:

- Videos enfocados en historias breves de alto impacto emocional (impacto por medio de lo emocional)
- Contenido educativo sobre la comunidad de Cazucá
- Videos “antes y después” de proyectos completados (plan a mediano y corto plazo)
- Testimonios breves de beneficiarios (la líder de la fundación)
- Challenges/tendencias adaptadas a la misión social (en términos de comunicación es importante intentar tener un engagement de manera orgánica, por lo que estar al tanto de las tendencias del momento nos pueden ayudar en este posicionamiento y a ahorrar de cierta forma un ingreso para pauta)

Redes a tener en cuenta en corto y mediano plazo:

- **Instagram:** Para contenido visual y Stories de actividades diarias
- **LinkedIn:** Para conectar con donantes corporativos y profesionales
- **WhatsApp Business:** Para comunicación directa con donantes y voluntarios

Canales a tener en cuenta en mediano y largo plazo:

- **YouTube:** Para contenido audiovisual extenso y documentado (este puede ser un canal valioso para nosotros, pero requiere de mucho más tiempo y elaboración por lo que es pensado en estos plazos)
- **Newsletter por email:** Para mantener informados a donantes recurrentes, tanto actividades como el proceso de FUNDATA.

Estrategia de contenidos

Pilares de contenido estarán centrados en videos y fotos principalmente seguido de flyer si la ocasión lo amerita. El contenido estará dividido en la siguiente estrategia

1. **Historias de impacto:** Narrativas sobre beneficiarios y transformaciones de las fundaciones que están aliadas con nosotros.
2. **Transparencia:** Claridad en el uso de recursos y resultados.

3. **Educación:** Concientización sobre problemáticas sociales en Cazucá, en especial para los niños de la fundación y su estilo de vida.
4. **Participación:** Oportunidades de involucramiento para audiencias que lo deseen.
5. **Reconocimiento:** Visibilidad a donantes y voluntarios.

Formatos recomendados

- **Infografías:** Visualización de datos de impacto
- **Videos testimoniales:** De beneficiarios y voluntarios
- **Documentales cortos:** Sobre la comunidad y sus transformaciones
- **Livestreams/ historias en tiempo real:** De eventos y actividades especiales que hagan las fundaciones y el acompañamiento consensuado que podemos llegar a tener en este caso con semillas y raíces.

Generación de confianza

Elementos críticos: Son mecanismos visuales que permiten a nuestros donantes o internautas generar ese vínculo de confianza con nuestra labor, resaltando el personal humano que hay detrás de FUNDATA, que sean testigos de nuestro trabajo y de los resultados expuestos por las fundaciones, inicialmente, semillas y raíces. Esto lo podemos dividir en algunos factores:

- **Certificaciones visibles:** Sellos de fundaciones con las que trabajamos
- **Testimonios de donantes actuales:** Video y texto en la página web
- **Proceso de donación seguro**
- **Equipo visible:** Perfiles del personal y contacto
- **Alianzas estratégicas:** Lograr alianzas con marcas, empresas, organizaciones que transmitan confianza.
- **Historia institucional:** Trayectoria de la fundación
- **Resultados medibles:** Métricas de impacto social

Medios propios, medios ganados y medios pagados.

Esta sección expone la estrategia de difusión del proyecto FUNDATA, organizada en medios propios, ganados y pagados. La distribución responde a los objetivos de visibilidad, posicionamiento y vinculación con públicos clave en las diferentes etapas de implementación.

-

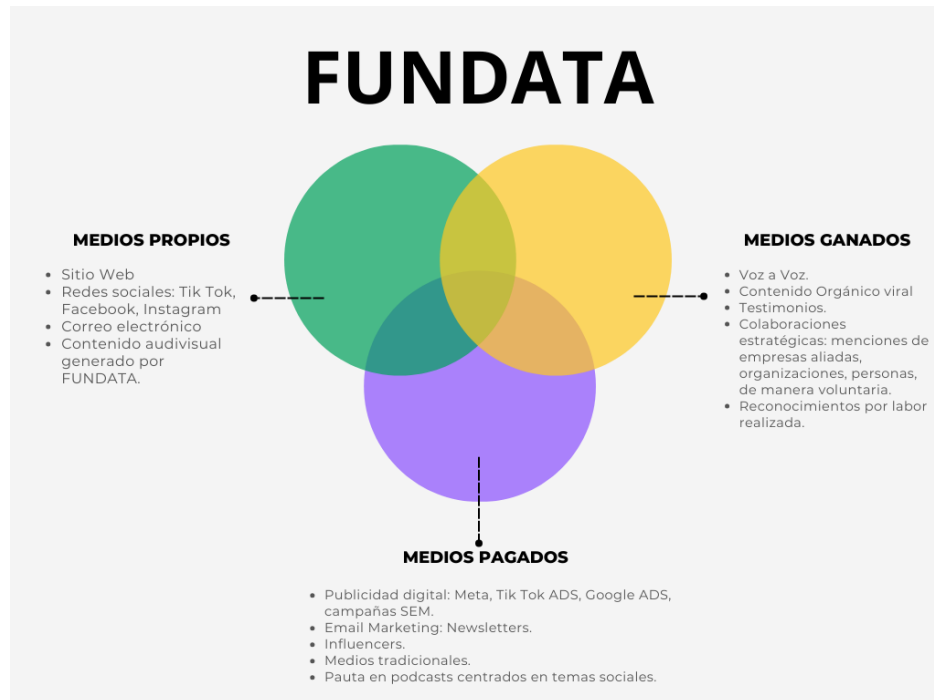


Figura 19. Relación de medios propios, pagados y ganados.

Agenda de Publicación:

- **Página web:**
 - Actualizaciones de proyectos: Semanal (lunes).
 - Artículos de blog: Quincenal (miércoles).
 - Testimonios y casos de éxito: Mensual (primer viernes).
 - Actualización de galería de fotos y videos: Constante.
- **Redes sociales:**
 - Facebook/Instagram:
 - Publicaciones diarias (lunes a viernes): Fotos, videos cortos, historias, infografías.
 - Contenido interactivo (encuestas, preguntas): Miércoles y viernes.
 - Transmisiones en vivo (eventos, entrevistas): todos los jueves
 - LinkedIn:
 - Publicaciones profesionales (artículos, noticias): Martes y jueves.
 - Contenido de impacto social: Semanal (miércoles).
 - YouTube:
 - Videos de proyectos: Quincenal (viernes).

- Entrevistas y testimonios: Mensual (segundo martes).
 - Videos cortos para (shorts) constante.
- Correo electrónico:
 - Boletín semanal (viernes): Resumen de la semana, proyectos destacados, llamados a la acción.
 - Correos informativos (eventos, noticias): Según necesidad.
 - Correos de agradecimiento por donaciones y voluntariado: Automático.

Formatos y Contenido:

- Página web:
 - Artículos: Textos de 500-800 palabras, con imágenes y videos.
 - Videos: Duración de 1-5 minutos, subtítulos.
 - Galerías: Fotos de alta calidad.
- Redes sociales:
 - Fotos: Alta resolución, diseños atractivos.
 - Videos: Duración de 30-60 segundos, subtítulos, mensajes claros.
 - Infografías: Datos visuales, diseños concisos.
 - Historias: contenido dinámico, interactivo.
- Correo electrónico:

Textos concisos, llamados a la acción claros, enlaces a la web.

Recorrido del diseño de Usuario (39)

En este apartado se presenta el recorrido propuesto para el usuario dentro de la plataforma FUNDATA. Se describen los puntos de contacto, interacciones clave y la experiencia esperada, con el fin de asegurar una navegación clara, funcional y orientada a la acción.

Embudo

A continuación, se describe el embudo de conversión definido para la plataforma. Este permite identificar las etapas que siguen los usuarios desde su primer contacto hasta la participación activa, facilitando el análisis y la optimización de los procesos de vinculación.

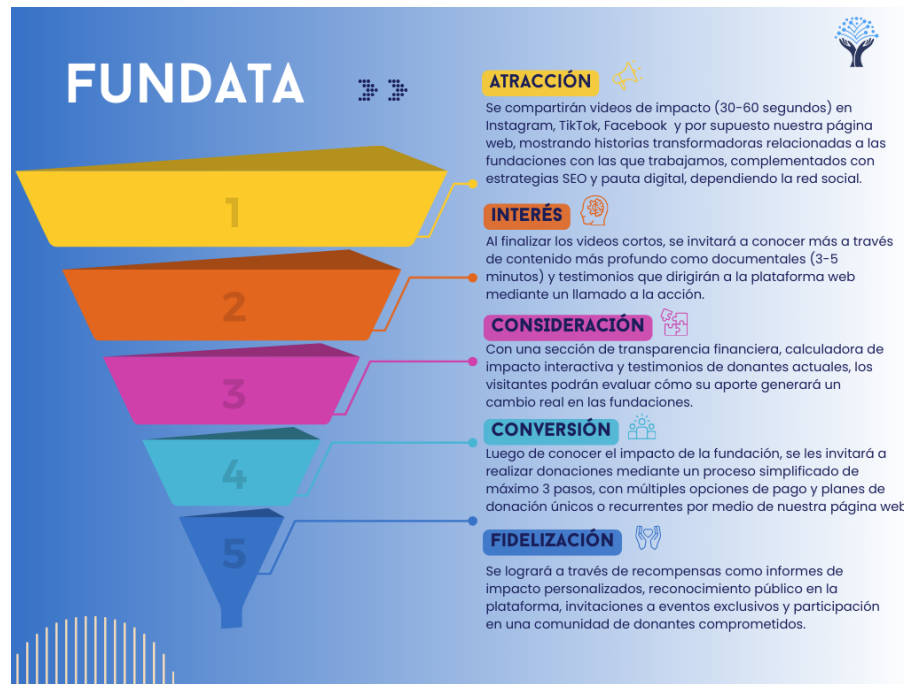


Figura 20. Embudo de conversión.

Diagrama de flujo

El diagrama de flujo representa las rutas principales que puede seguir un usuario dentro de la plataforma FUNDATA. Este esquema permite visualizar los pasos lógicos de navegación y facilita la identificación de puntos críticos en la experiencia de uso.

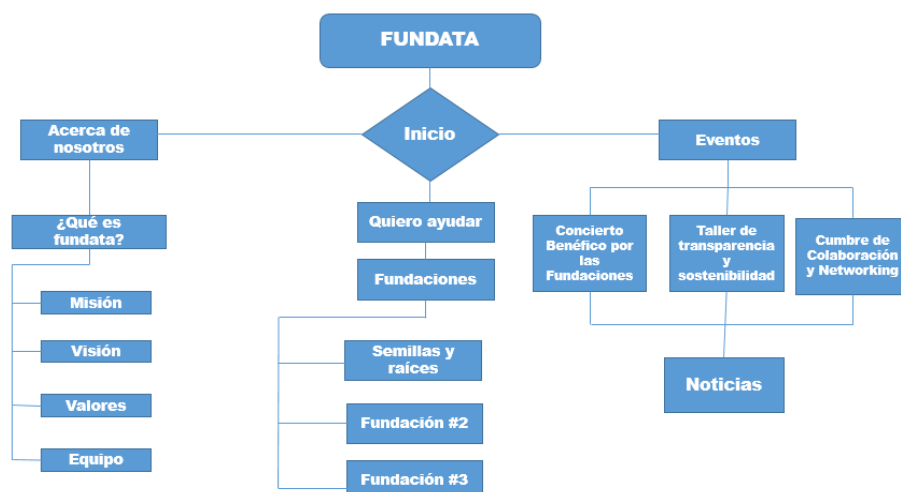


Figura 21. Diagrama de flujo de navegación.

Ecosistema digital

Tabla 7. Ecosistema Digital

CATEGORÍA	¿CUÁL SERÁ?	OBJETIVO	UBICACIÓN
Origen de FUNDATA	Un banner haciendo un breve resumen de lo que es y cómo surge la plataforma.	Captar la atención de quien visita la página.	Banner principal al desplegar e ingresar a la página.
Fundaciones	Links de las páginas web de cada una de las fundaciones presentes en FUNDATA.	Que conozcan de primera mano las iniciativas realizadas por las diferentes fundaciones.	En la barra del menú principal
Plataformas externas	Espacio donde se encuentre condensada la información de contacto de cada fundación.	El objetivo del es que se contacten con la fundación de interés o la que quieran apoyar. Apoyar. Empresas interesadas	Se va a Visualizar en la sección “apoya nuestra causa” en la parte inferior de la información de la fundación.
Página de la plataforma	Los vínculos llevan a páginas web externas de los hostales para que las voluntarias puedan postularse, conocer los pasos a seguir y comunicarse directamente con el establecimiento.	A través de buscadores, que la primera página que encuentren cuando consulten sobre Fundaciones Sin Ánimo de Lucro sea FUNDATA.	Banner principal de la plataforma.

CATEGORÍA	¿CUÁL SERÁ?	OBJETIVO	UBICACIÓN
Redes sociales	Instagram LinkedIn Tik tok	Por medio de las redes sociales de las diferentes fundaciones, publicitar la plataforma como herramienta de unión directa con posibles aportantes y voluntarios. Consolidando así una presencia digital multicanal.	Se ubicará en el banner de la página a cada una de las cuentas.
Plataformas publicitarias	Meta Ads	La visibilidad se potenciará con campañas publicitarias en Google y Meta Ads,	-
Herramientas de analítica digital	Google Analytics	Esta herramienta permitirá evaluar el alcance y la interacción de los usuarios con la página y su contenido.	-

Boceto (40)

En esta sección se incluye el boceto inicial de la plataforma FUNDATA, desarrollado como guía visual preliminar para estructurar la propuesta gráfica, los elementos de navegación y la disposición general del contenido.

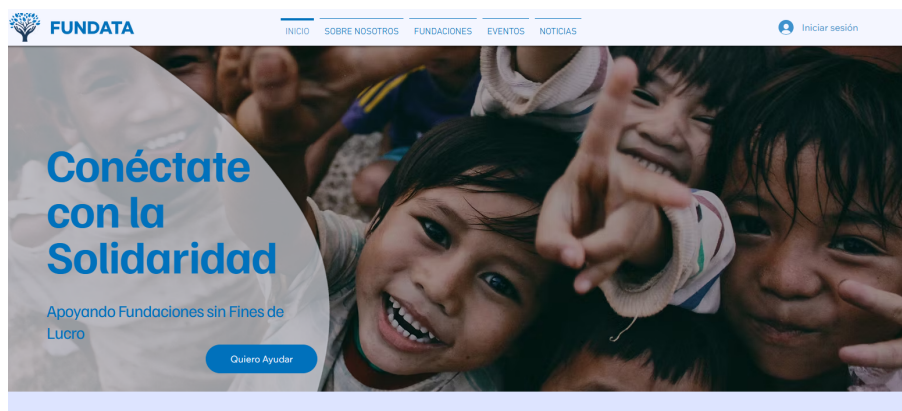


Figura 22. Página de Inicio del sitio web de FUNDATA.

Diseños de Interfaz de Usuario (41)

El diseño se encuentra disponible a través del siguiente enlace:
<https://jomabeye.wixsite.com/fundata/about-1>

Aliados Estratégicos (42)

Actores

- Alcaldía de Soacha: Este actor, es de fundamental análisis ya que dentro de gestión sociopolítica que desarrolla, se identificarán las actividades que fomentan el crecimiento social, educativo y cultural, que son gestionados en sus comunidades por las diferentes fundaciones.
- Fundación Semillas y Raíces: Esta Fundación es la primera entidad Sin ánimo de lucro que será gestionada mediante la implementación de la multimedia, su desarrollo y crecimiento ha tenido grandes retos y por consiguiente se deben conocer e identificar puntos de mejora para que sus actividades sean mejor conocidas por la comunidad y de esa manera también sean objetivo de aportes económicos de diferentes sectores de la sociedad.
- Entes privados: Toda compañía privada o empresa de dicho sector, es de gran interés para ser participe en las iniciativas y aportes de la fundación, pues son estas, dentro de sus actividades de responsabilidad social empresarial las que pueden invertir económicamente o con actividades de voluntariado, para mejorar las condiciones de las fundaciones que requieren apoyo y que por medio de sus emprendimientos y/o actividades, buscan darle sostenimiento a su compromiso con la comunidad.
- Personas naturales: Además de los entes privados, se busca la participación de personas que por medio de voluntariados o iniciativas propias puedan aportar a la fundación, esto buscándose desde la interacción de dichas personas con la multimedia.

Involucrados

- Directora de la fundación Semillas y Raíces: La Sra. Luz, es la fundadora y líder de la Fundación ubicada en Soacha, que está siendo el primer contacto de la Multimedia, con ella se busca identificar las necesidades de la Fundación, las actividades que se

realizan y la mejor manera de dar a conocer dichas actividades por medio de la Multimedia.

- Participantes – Beneficiarios de la fundación: La comunidad en general es beneficiaria de la Fundación, sin embargo, este tipo de involucrados hace referencia a los participantes en las actividades que realiza la fundación, todo niño y adolescente que está o ha estado participando en la fundación, serán quien pueda con su experiencia, mostrar el grado de orgullo y necesidad que genera la Fundación en su territorio.
- Otras fundaciones del sector: No obstante, y aunque se vaya a iniciar con el análisis de una de las fundaciones de Soacha, es de vital importancia identificar la participación y dinámica de las Fundaciones en este sector, dicha información permitirá identificar el valor agregado que da a la comunidad cada una de las Fundaciones y de esta manera, poder promover su perfil de mejor manera en la Multimedia.
- Entes gubernamentales: La identificación de las actividades promovidas por la alcaldía del municipio en ámbitos, educativos, sociales y culturales, permite saber qué alcance como fundación se está teniendo en la comunidad, esta información no solo busca definir un campo de acción de la multimedia en la Fundación, sino saber hasta qué punto los entes gubernamentales apoyan a las organizaciones sin ánimo de lucro.

Aliados

- Voluntarios: Toda persona y/o ente privado que desee aportar en tiempo, actividades y/o dinero a las Fundaciones.
- Entidades gubernamentales: La identificación de los programas que puedan aportar a las dinámicas y sostenibilidad de los entes sin ánimo de lucro.

Grupo Focal

- Representantes de fundaciones Sin Ánimo de Lucro: Como fundadores y representantes directos de las entidades sin ánimo de lucro, será de foco y de gran interés para la implementación de la Multimedia, dichas personas que mediante su trabajo han gestionado no sólo la creación de las Fundaciones sino, también la gestión del día a día para sostenerlas mediante diferentes actividades.
- Beneficiarios de los programas de las fundaciones: Además de identificar las fundaciones, todas las personas que han participado en los programas implementados

por estas organizaciones serán quienes promuevan el uso de la plataforma y permitan identificar qué características tendrán dentro de la multimedia.

- Voluntarios: Además de participantes internos dentro de la fundación y sus actividades, los voluntarios pueden llegar a incentivar el uso tanto de la plataforma como de participar económicamente en las actividades que se desarrollan y se muestran a través de la herramienta.

Grupo objetivo

- Sector privado: Entes privados y organizaciones legalmente constituidas que dentro de sus actividades sociales y de responsabilidad social empresarial, puedan aportar y apoyar económicamente a las fundaciones que se visualicen en la multimedia.
- Voluntarios: Así como el sector privado, las personas y/o individuos que hagan de voluntarios en las fundaciones, pueden aportar económicamente y participar dinámicamente, mediante la herramienta multimedia.
- Gobierno o Entidades gubernamentales: La identificación de las actividades y sectores públicos, que estén interesadas en promover el trabajo social, cultural y educativo, dentro de las comunidades.

Anexos (43)

Costos fijos, proyectados por al Fundación Semillas y Raíces

Los costos a continuación relacionados muestran aquellas obligaciones a las que incurre la fundación de manera constante cada mes, y algunos costos, que aplicados anualmente deben ser amortizados mensualmente para evitar un impacto mayor al realizarse de manera anual.

Concepto	Valor mensual	Año	Periodicidad
Constantes			
Arriendo	\$0	\$0	Mensual
Alimentación (refrigerios, onces)	\$800.000	\$9.600.000	Mensual
Útiles escolares, apoyos didácticos	\$200.000	\$2.400.000	Mensual
Servicios Públicos (Sede Fundación)	\$315.000	\$3.780.000	Mensual
Sueldo 1 persona	\$1.300.000	\$15.600.000	Mensual

Concepto	Valor mensual	Año	Periodicidad
Proyectados (descontados mensualmente)			
Impuesto Catastral	\$12.500	\$150.000	Anual
Uniforme niños, voluntarios, etc. (camiseta Fundación)	\$150.000	\$1.800.000	Anual
Arreglos locativos Sede Fundación	\$125.000	\$1.500.000	Anual
Valor Fijo Mensual	\$2.902.500		

Tabla 8. Costos de la fundación.

Evidencia de acercamientos y trabajo de campo en el área de estudio del proyecto.

Soporte Fotográfico de acercamiento con la Fundación Semillas y Raíces



Figura 26. Primer acercamiento con la Fundación como Proyecto: 09/09/2024 vía llamada de WhatsApp entre integrantes del proyecto y la Fundadora de Semillas y Raíces.



Figura 27. Participación en voluntariados de Halloween 2023



Figura 28. Conocimiento el muralismo como actividad cultural realizada por la Fundación Semillas y Raíces 2022



Figura 29. Participación actividad Navidad, con niños y adolescentes beneficiarios de las Actividades de la Fundación Semillas y Raíces 2022



Figura 30. Reconocimiento de prácticas musicales direccionadas a las niños y jóvenes de la Fundación Semillas y Raíces, las cuales fueron realizadas en semana de receso 2024

Folleto de Integración y acercamiento con los Stakeholders internos:

Figura 31 y 32. Folleto de Integración.

Encuesta generada para el análisis de datos.

Sección 1 de 3

Formulario FUNDATA – Apoyo a Fundaciones Sin Ánimo de Lucro

Somos una plataforma digital que conecta Fundaciones Sin Ánimo de Lucro con personas y entidades que quieren apoyar causas sociales. Visibilizar su labor mediante contenido multimedia auténtico, fortaleciendo su impacto y sostenibilidad.

*Declaró de manera libre, expresa, inequívoca e informada, que AUTORIZÓ a los responsables de esta encuesta, para que, en los términos del literal a) del artículo 6 de la Ley 1581 de 2012, realice la recolección, almacenamiento, uso y en general, tratamiento de mis datos personales y demás datos que puedan llegar a ser considerados como sensibles de conformidad con la Ley, para que dicho tratamiento se realice con el fin de lograr las finalidades relativas al estudio y ejecución de plan piloto e implementación de la herramienta FUNDATA.

Nombre completo

*

Texto de respuesta corta

Correo electrónico

*

Texto de respuesta corta

Número de teléfono

*

Texto de respuesta corta

Ciudad/Municipio de residencia

*

Texto de respuesta corta

Género

*

Edad

*

Nivel de estudios

*

Ocupación

*

Estrato

*

Después de la sección 1

Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 3

Interés y Apoyo a Fundaciones

Descripción (opcional)

¿Ha participado en programas sociales (voluntariado, donaciones, etc)?

*

¿Estaría interesado en participar en programas sociales (voluntariado, donaciones, etc)

*

Si su respuesta a la pregunta anterior fue si, ¿Qué tipo de población estaría dispuesto a apoyar?

*

¿Cuál es su principal interés en apoyar a Fundaciones Sin Ánimo de Lucro?

*

¿Qué tipo de proyectos sociales le interesan más?

*

Otra...

¿Cómo le gustaría involucrarse con las fundaciones sin ánimo de lucro?

*

Después de la sección 2

Ir a la siguiente sección

Sección 3 de 3

Las siguientes preguntas están enfocadas en la implementación de una plataforma multimedia que visibilizará organizaciones Sin Ánimo de Lucro, permitiendo la interacción entre estas entidades y población que desee ser voluntaria o inversionista.

Descripción (opcional)

¿Qué información adicional le gustaría recibir sobre las fundaciones y sus proyectos?

*

Otra...

¿Qué le parece la idea de la plataforma FUNDATA?

*

Una vez implementada la plataforma FUNDATA ¿Qué tipo de contenido es más relevante para usted?

*

¿Cómo prefiere recibir información sobre las fundaciones y sus proyectos?

*

Conclusiones (44)

FUNDATA se presenta como una iniciativa viable y oportuna para potenciar la visibilidad y el impacto de las fundaciones en Colombia, especialmente aquellas dedicadas a la protección de la niñez y la juventud. Su capacidad para conectar a estas organizaciones con donantes y

colaboradores potenciales responde a una necesidad crítica en el sector social, donde la sostenibilidad financiera es un desafío constante.

Sin embargo, la implementación de FUNDATA no está exenta de riesgos significativos. La protección de datos personales, el respeto a los derechos de autor y la seguridad en las transacciones financieras son aspectos que requieren una atención cuidadosa para evitar posibles sanciones legales y proteger la reputación de nuestra plataforma.

En resumen, FUNDATA tiene el potencial de ser una herramienta transformadora para el sector social en Colombia. Sin embargo, su éxito dependerá de una gestión cuidadosa de los riesgos, un aprovechamiento estratégico de las oportunidades y un compromiso constante con la sostenibilidad legal y social.

Referencias bibliográficas (45)

1. Azpúrua, F. (2005). La Escuela de Chicago: Sus aportes para la investigación en ciencias sociales. *Sapiens*, 6(2).
https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1317-58152005000200003&script=sci_arttext
2. Blog Legal Guerrero Abogados. (2023). *Ámbito legal de las fundaciones en Colombia*.
<https://guerreroabogados.com.co>
3. Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). Sede Soacha.
<https://www.ccb.org.co/puntos-de-atencion/sede-soacha>
4. Castañeda, M. C., & Marín, F. D. M. (2024). Semillas y raíces: un lugar donde converge el trabajo social, la emancipación y la educación popular. *Aletheia*, 16(3), 1–21.
<https://aletheia.cinde.org.co/index.php/ALETHEIA/article/view/843/456>
5. DANE. (s.f.). *Perfil municipal Soacha*.
https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/25754_infografia.pdf
6. Espinosa, C. (2021). *El reto de las fundaciones en Colombia ante un entorno cambiante*. Fundación Natura.
<https://natura.org.co/el-reto-de-la-fundaciones-en-colombia-ante-un-entorno-cambiante/>
7. Ministerio del Interior de la República de Colombia. (2024). *Banco de Proyectos para las Comunidades*.
<https://www.mininterior.gov.co/banco-de-proyectos-para-las-comunidades/>

Glosario (46)

- **FUNDACIÓN:** Organización o entidad que busca realizar actividades de beneficencia, enseñanza o ciencia y que contribuye a cumplir la voluntad de lo que se desarrolla.
- **ORGANIZACIÓN SIN ÁNIMO DE LUCRO:** Es un grupo organizado en el cual su principal objetivo es la realización de un acto educativo, científico, deportivo y cultural que conlleve al beneficio social, lo anterior, sin obtener una retribución económica para sus participantes internos.
- **VOLUNTARIO:** Individuo que ejerce sin obligación actividades designadas, se da Según voluntad propia, sin esperar pago económico.
- **VOLUNTARIADO:** Grupo de individuos que ofrecen sus servicios voluntariamente para realizar alguna actividad.

Certificación turnitin – herramienta anti plagio (47)

Sección 1

Sección 2

Sección 3

Sección 4

Sección 5

Título	Fecha de inicio	Fecha Esperada	Fecha de mensaje	Puntos disponibles
Revisión voluntaria de documentos en Turnitin # 1 - Sección 1	16 feb 2025 - 19:34	23 dic 2026 - 19:34	23 feb 2025 - 19:34	100



Refrescar

Envíos

▲ Título del Envío ▲	▲ ID del trabajo de Turnitin ▼	▼ Enviado ▼	▼ Similitud ▼	▼ Calificación ▼	▼ Calificación General ▼
Ver Recibo Digital Revisión 2	2675024047	15/05/2025 07:54	10%	N/A	-- Entregar trabajo --

CVLab (Individual) (48)

Para Nelson Enrique Barrera Medina, Andres Felipe Romero, Juan Sebastián Rodríguez, Danicza Juliana Parada Sanchez, el proceso de registro quedó activo pero la página solicita hacer una verificación con un código que llegaría a cada uno de nuestros correos, el cual a la fecha a ninguno nos ha llegado, a continuación, adjuntamos la evidencia.

Danicza Juliana Parada Sanchez y Nelly Johana Rodríguez Hernández ya contaban con un usuario creado pero la página les pide actualizar datos y verificar la cuenta por medio de un correo que les llega a sus correos personales, el cual nunca llegó tampoco. Se realizó la respectiva PQRSD y se está a la espera de una pronta respuesta.

Perfil Linkeln (49)

- Nelson Enrique Barrera Medina
<https://www.linkedin.com/in/nelson-enrique-barrera-medina-4a25b0148/>
- Nelly Johana Rodríguez Hernández
<www.linkedin.com/in/nelly-rodríguez-0224a349>
- Andres Felipe Romero Astudillo

<https://www.linkedin.com/in/andres-romero-485a07291/>

- Juan Sebastián Rodríguez Rodríguez

<https://www.linkedin.com/in/juan-sebastian-rodriguez-rodriguez-305a42262/>

- Danicza Juliana Parada Sanchez

<https://www.linkedin.com/in/juliana-parada-s%C3%A1nchez-1b3b25358/>

Información de contacto

Correo: Fundacionsemillasyraices@hotmail.com

Teléfono: 3203790936