

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS						
	CARTA DE AUTORIZACIÓN						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 1

Neiva, 22 de Septiembre de 2023

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Linduria María Losada Vidal, con C.C. No. **26.552.359**,

Ingry Alexandra Suárez Castro, con C.C. No. **1.075.251.633**,

Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado: Prácticas de gestión en los proyectos sociales. Estudio de caso: Banco Diocesano de Alimentos de Neiva presentado y aprobado en el año 2023 como requisito para optar al título de Magister en Gerencia Integral de Proyectos.

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales "open access" y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: Linduria María Losada Vidal.

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: [Firma manuscrita]

Vigilada MinEducat

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA					   			
	GESTIÓN DE BIBLIOTECAS								
DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO									
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 3		

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: Prácticas de gestión en los proyectos sociales. Estudio de caso: Banco Diocesano de Alimentos de Neiva

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Losada Vidal	Linduria María
Suárez Castro	Ingry Alexandra

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Quintero Bonilla	Alexander

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: MAGISTER EN GERENCIA INTEGRAL DE PROYECTOS

FACULTAD: ADMINISTRACION Y ECONOMÍA

PROGRAMA O POSGRADO: MAESTRÍA EN GERENCIA INTEGRAL DE PROYECTOS

CIUDAD: NEIVA

AÑO DE PRESENTACIÓN: 2023

NÚMERO DE PÁGINAS: 105

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS						
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 3

Diagramas___ Fotografías___ Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general_X___ Grabados___
 Láminas___ Litografías___ Mapas___ Música impresa___ Planos___ Retratos___ Sin ilustraciones___ Tablas
 o Cuadros_X_

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento: Microsoft Office

MATERIAL ANEXO:

PREMIO O DISTINCIÓN (*En caso de ser LAUREADAS o Meritoria*):

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

Español

Inglés

- | | |
|-------------------------------|----------------------|
| 1. prácticas de gestión | management practices |
| 2. prácticas de planificación | planning practices |
| 3. gestión de proyectos | project management |
| 4. proyectos sociales | social projects |
| 5. discusiones | discussions |

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

El presente artículo se centra en identificar las prácticas originadas en la gestión de un proyecto social. La investigación fue abordada desde las discusiones promovidas por los académicos del "Practice Turn", asumiendo la práctica como nexos de formas de decir y hacer en cierta dispersión espacial y temporal. Mediante una investigación exploratoria y descriptiva, con enfoque cualitativo, se realizó un análisis documental de fuentes como noticias de prensa y publicaciones especializadas del caso en estudio. El análisis de los discursos lingüísticos y semiótico, permitió identificar un conjunto de prácticas esenciales en la gestión del proyecto, las cuales fueron agrupadas en *Prácticas de planificación y prácticas de gestión de la entidad*. De esta manera, en la gestión de proyectos sociales la identificación de los requerimientos de la comunidad, el establecimiento de alianzas estratégicas, la gestión de las partes interesadas, así como la comunicación clara, continua y transparente juegan un papel fundamental en los resultados. Sin embargo, para que perdure y sea exitoso, es fundamental que esté anclado y definido en algo más allá de lo cotidiano, en algo que trascienda la realidad inmediata y que conecte con las necesidades más profundas y esenciales de la existencia humana, tales como valores de caridad, solidaridad y bienestar.

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



This article focuses on identifying the practices originated in the management of a social project. The research was approached from the discussions promoted by the academics of "Practice Turn", assuming practice as links between ways of saying and doing in a certain spatial and temporal dispersion. Through an exploratory and descriptive investigation, with a qualitative focus, a documentary analysis of sources such as press releases and specialized publications of the case under study was carried out. The analysis of the linguistic and semiotic discourses allowed us to identify a set of essential practices in the management of the project, which were grouped into *planning practices and management practices of the entity*. In this way, in the management of social projects, the identification of community requirements, the establishment of strategic alliances, the management of interested parties, as well as clear, continuous and transparent communication play a fundamental role in the results. However, for it to last and be successful, it is essential that it be anchored and defined in something beyond the everyday, in something that transcends immediate reality and that connects with the deepest and most essential needs of human existence, such as values of charity, solidarity and well-being.

APROBACION DE LA TESIS

Nombre Presidente Jurado: LUIS ALFREDO MUÑOZ VELASCO

Firma:

Nombre Jurado: JENNY LISSETH AVENDAÑO LÓPEZ

Firma:

Nombre Jurado: FERNANDO ADOLFO FIERRO CELIS

Firma:

**Prácticas de gestión en los proyectos sociales. Estudio de caso: Banco
Diocesano de Alimentos de Neiva**

**Trabajo de Tesis, para optar el título de Magíster en Gerencia Integral
de Proyectos**

Linduria María Losada Vidal

Ingry Alexandra Suárez Castro

Asesor

Alexander Quintero Bonilla

Universidad Surcolombiana Facultad de Economía y Administración

Maestría en Gerencia Integral de Proyectos

Agosto, 2023

Nota de aceptación

Presidente

Jurado

Jurado

Tabla de contenido

Introducción.....	8
Capítulo 1	10
Planteamiento del problema	10
Pregunta de Investigación.....	15
Objetivos.....	16
<i>General</i>	16
<i>Específicos</i>	16
Capítulo 2	17
Marco de referencia	17
Marco teórico de la investigación.....	17
<i>La práctica</i>	17
Estado del arte	24
Marco conceptual	27
<i>Práctica</i>	27
<i>Prácticas sociales</i>	27
<i>Prácticas gerenciales</i>	28
<i>Proyecto social</i>	28
<i>Director</i>	28
<i>Banco de alimentos</i>	29
Capítulo 3	30

Metodología de la investigación.....	30
Desarrollo de la metodología.....	32
Capítulo 4	40
Descripción de los resultados	40
El recurso humano, un eje del proyecto social	40
Las redes semánticas	45
Capítulo 5	55
Análisis de los resultados	55
Prácticas de la planificación	55
<i>Identificación de las necesidades de la comunidad.</i>	56
<i>Establecimiento de metas y objetivos.</i>	57
<i>Colaboración y alianzas estratégicas</i>	57
<i>Gestión eficiente de recursos</i>	58
<i>Comunicación clara y transparente</i>	58
<i>Gestión de las partes interesadas como práctica transversal</i>	59
La relación discurso- prácticas	60
<i>Prácticas de la gestión de la identidad</i>	63
<i>Involucramiento de las partes interesadas</i>	65
<i>La gestión de cliente</i>	68
Aspectos por considerar sobre los proyectos sociales	72
Conclusiones.....	78

Referencias	102
-------------------	-----

Lista de figuras

Figura 1 Países participantes del Banco Internacional de Alimentos.....	11
Figura 2 Indicadores Sociales y de Impacto del Banco Diocesano de Alimentos de la ciudad de Neiva	13
Figura 3 Relación de códigos asignados en el software Atlas.ti	36
Figura 4 Nube de palabras arrojada por Atlas.Tí.....	37
Figura 5 . Red Semántica de la nota de prensa denominada "Comfamiliar y el Banco Diocesano de Alimentos, unidos por el bienestar de los neivanos"	38
Figura 6 Diferencias entre proyectos de inversión	42
Figura 7 Interrelación de los resultados de la investigación.....	53
Figura 8 Mapa de resultados de la investigación.....	55
Figura 9 Relación entre discurso y prácticas.....	62
Figura 10 Publicación en la página de Instagram del Banco Diocesano de alimentos.....	67
Figura 11 Campaña de marketing social enfocado en las personas naturales	70
Figura 12 Campaña de marketing social enfocado en el sector empresarial	71
Figura 13 Dinámica del proyecto social.....	75

Lista de tablas

Tabla 1 Distribución de documentos analizados	33
---	----

Lista de Anexos

Anexo A Nube de palabras.....	82
Anexo B Redes por documento: 2020_ Cáritas Colombiana_ Campaña para construir nueva sede del Banco Diocesano de Alimentos en Neiva	83
Anexo C . Redes por documento: 2020_ Cáritas Colombiana_ Diócesis de Neiva_ alimentar con amor.	84
Anexo D Redes por documento: 2020_ Centro Noticias_ Desmayos y conglomeración en entrega de ayudas en Neiva.....	85
Anexo E . Redes por documento: 2020_ La Nación_ Únase al ‘tapazo’ por el Banco Diocesano de Alimentos	86
Anexo F Redes por documento: 2020_ Onda Opita_ Aumenta demanda en banco Diocesano de Alimentos por Covid-19.....	87
Anexo G Redes por documento: 2020_ Onda Opita_ Diócesis de Neiva ha entregado 296.156 kilos de alimento durante pandemia.	88
Anexo H Redes por documento: 2020_ TSM Noticias_ Comfamiliar y el Banco Diocesano de Alimentos, unidos por el bienestar de los neivanos	89
Anexo I Redes por documento: 2020_ Red Noticias Huila_ Exitosa jornada de _Donaton_ en Neiva.....	90
Anexo J Redes por documento: 2021_ Diario del Huila_ El banco diocesano de alimentos de Neiva.	91
Anexo K Redes por documento: 2021_ Alcaldía de Neiva_ Neiva será este miercoles, más solidaria a través de la donatón de alimentos	92
Anexo L Redes por documento: Banco de Alimentos, el _pan de cada día_ _ Finanzas _ Economía.....	93
Anexo M Redes por documento: Banco Diocesano de Alimentos Neiva (@BancoNeiva) _ Twitter.	94
Anexo N Redes por documento: Banco diocesano de alimentos_ Página web.....	95
Anexo O Redes por documento: FUNDACIÓN BANCO DIOCESANO DE ALIMENTOS _ Comunidad Socialab	96
Anexo P Memo: Discurso de caridad y altruismo.....	97

Anexo Q Memo: Discurso de gestión.	98
Anexo R Memo. Llamado a la acción.	98
Anexo S Relación con los stakeholders.....	100

Introducción

Los grandes desafíos que plantea hoy en día la sociedad, en materia alimentaria y de pobreza mundial, ha llevado a establecer sistemas organizativos con la misión de brindar garantías y protección a aquellos que no cuentan con las facilidades para el acceso al alimento diario. Estas organizaciones se han denominado Bancos de Alimentos que tiene como propósito la recolección de comida alrededor del mundo y crear espacios en los cuales personas desfavorecidas puedan aprovechar estos trabajos sociales.

Es así como la presente investigación se centró en determinar las prácticas de gestión en el desarrollo de proyectos sociales teniendo en cuenta los postulados de Schatzkiet al. (2005) y Reckwitz (2002) en lo que tiene que ver con el concepto de las prácticas.

Como caso de estudio se trabajó con el Banco Diocesano de Alimentos con sede en la ciudad de Neiva, el cual con su extenuada experiencia ha abierto las puertas para que los investigadores puedan realizar su trabajo de grado.

La presente investigación se realizó en el marco de las metodologías para los estudios cualitativos. Pues según Denzin & Lincoln (2011) citado por Quintero (2019), la investigación cualitativa sitúa al investigador en una serie de prácticas interpretativas y materiales, intentando dar sentido a los fenómenos en términos de los significados que las personas les dan.

A través de la revisión documental que se realizará a fuentes secundarias y la información recolectada a través de fuentes primarias, se llevó a cabo un

análisis del discurso y de las acciones materiales ejercidas en la empresa caso de estudio que permitió identificar las prácticas de gestión acometidas y que conllevan a la sostenibilidad del proyecto en el largo plazo.

Capítulo 1

Planteamiento del problema

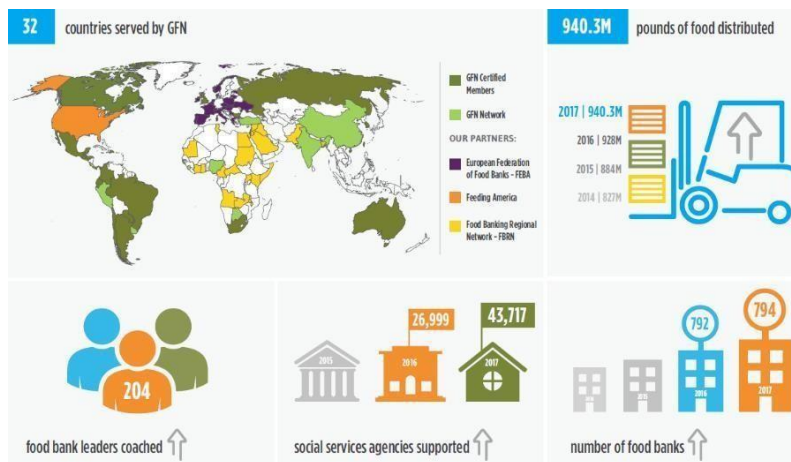
En la dinámica organizacional se evidencian diferentes comportamientos que están relacionadas con las decisiones tomadas a lo largo de los años por la persona a cargo de resolver y orientar los destinos de una organización. Estas acciones responden a desafíos y retos que establecen los entornos organizacionales y se evidencian en forma de discursos y acciones materiales que marcan la orientación que se le da a estos proyectos.

Particularmente, para los proyectos sociales, las acciones evidenciadas son más sentidas y vivenciales, pues responden a necesidades locales de una sociedad que requiere suplir insuficiencias causadas por la falta de asociatividad, carencia del Estado en el cumplimiento de su deber constitucional y, entre otras cosas, la solidaridad y cooperación entre seres humanos para generar un crecimiento en conjunto y no de manera individual. Estos sucesos han causado que sean las organizaciones sin fines de lucro las que respondan con decisiones efectivas a la solución de este tipo de problemas.

A nivel internacional, son muchas las organizaciones sin ánimo de lucro que tienen el rol de transformar e innovar en la forma de resolver los problemas sociales, promover cultura equitativa y generar modelos sostenibles en el tiempo como es el caso de los Bonos de Impacto Social que son una manera efectiva de financiar e implementar programas sociales, donde el gobierno y otro actor interesado invierte para generar resultados medibles y pre-acordados en pro de satisfacer problemáticas territoriales (Fundación Corona, s.f.).

A raíz del surgimiento de programas y modelos para combatir las distintas brechas sociales, se han creado instituciones para poner frente a uno en especial: el hambre. The Global FoodBanking Network (s.f.), es una de estas organizaciones que tiene como misión aliviar el hambre global a través de la colaboración para el desarrollo de bancos de alimentos en comunidades donde se necesitan y apoyando los bancos que ya existen. Esta organización, como se evidencia en la Figura 1, conecta y empodera en más de 40 países, entre esos México, Argentina, Chile, Colombia, India, para mencionar algunos, bancos de alimentos que juntos rescatan más de 800 millones de libras de comida por año para alimentar a 40 millones de personas.

Figura 1 Países participantes del Banco Internacional de Alimentos



Nota. La figura muestra los países participantes del Banco Internacional de Alimentos. Fuente: Página oficial The Global FoodBanking Network (GFN).

En Colombia, existen alrededor de 24 bancos de alimentos que promueven el cero desperdicio de comida, la alimentación nutritiva y modos de vida saludable.

Estos bancos se encuentran dentro de la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia, que lleva a cabo proyectos tendientes a aprovechar la mayor cantidad de comida que se desperdicia en el país para brindar las condiciones a los menos favorecidos del territorio, pues 6.5 millones de personas en Colombia padecen un consumo insuficiente de alimentos (ABACO, s.f.).

En este mismo sentido, en Colombia, las organizaciones que hacen parte de esta importante asociación son lideradas por integrantes y directivos de la iglesia católica. Los directores ejecutivos son párrocos que son acompañados, además, de grandes líderes empresariales nacionales e internacionales. Para el caso del Banco de Alimentos de Bogotá, la junta directiva está encabezada por el Arzobispo Primado de Colombia, Arzobispo de Bogotá y, entre otros, el padre fundador de esta institución.

Para el caso de la ciudad de Neiva, se encuentra el Banco Diocesano de Alimentos, una institución que a lo largo de 20 años ha tenido el propósito general de ayudar a la población en condición de vulnerabilidad que sufre de inseguridad alimentaria y desnutrición a que puedan tener bienestar y garantía en su necesidad básica. Además, garantiza a los donantes un manejo transparente de los recursos que estos aportan. La organización está liderada por la Pastoral Social de Neiva en cabeza del Obispo del Huila y acompañado de párrocos, sociedad civil y empresas privadas y públicas.

Figura 2 Indicadores Sociales y de Impacto del Banco Diocesano de Alimentos de la ciudad de Neiva



Nota. La figura presenta los indicadores sociales y de impacto del Banco Diocesano de Alimentos de la ciudad de Neiva. Fuente: Banco Diocesano de Alimentos.

Para la perdurabilidad y éxito de estos proyectos sociales, se parte del hecho de comprender cómo traducir un problema local en una oportunidad. Ante esto, los análisis científicos han demostrado que es a través de acción de las personas que se evidencian los cambios y sucesos generados. Estos, en ese mismo sentido, suelen ser indagados a través de prácticas, que de acuerdo con Schatzki et al. (2005) se definen como nexos de formas de decir y hacer que tienen cierta dispersión espacial y temporal; siendo así, la realidad de la sociedad, incluyendo sus aspectos abstractos y generales, se verifica y tiene consecuencias solo si los individuos de una comunidad actúan (Guell et al., 2019).

Los estudios en torno a las prácticas han contribuido a distintas áreas de las ciencias sociales, especialmente, la educación, salud y sociología, a que comprendan las causas por las cuales acontecen situaciones en las que los seres humanos se ven involucrados a través de sus acciones y discursos.

En la parte educativa, las investigaciones sobre las prácticas se han direccionado a conocer y valorar los elementos o componentes que participan en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Asimismo, comprender la interacción en la actuación de los participantes, los intercambios comunicativos que se presentan y los tiempos transcurridos entre las acciones a lo largo de una actividad (Chávez & Jaramillo, 2014).

Socialmente, el estudio de las prácticas se ha centrado en interpretar la realidad que rige las relaciones de los individuos en su entorno, tanto físico como social, y los comportamientos que se generan a raíz de esta interacción (Codena & Abric, 2001).

Por otra parte, autores como Aguirre et al. (2021), han propuesto incluir el estudio de las prácticas en el campo de la gerencia dada la importancia que requiere el conocer las principales razones por las cuales una empresa y, por supuesto, sus directivos toman decisiones que hacen perdurar el negocio a largo plazo.

Es así como la práctica gerencial se ha convertido en un hito importante para académicos que buscan explicarlas. Barzelay & Cortázar (2004), advierte que las prácticas gerenciales son métodos de acción que determinan el funcionamiento para el buen desarrollo de la estrategia y su evaluación.

Los proyectos sociales, como cualquier otro tipo de proyecto comercial, tiene el compromiso de asegurar su funcionamiento a largo plazo para cumplir con las metas y estrategias propuestas. Este objetivo se consigue gracias a las formas de actuar de sus directivos. Los encargados de liderar los bancos de alimentos, a pesar de manejar limitados recursos, cuentan con la capacidad de abrir espacios de

mercado, atraer inversionistas y generar alianzas que aseguran la ejecución de su misión tal cual es definida. Estas organizaciones normalmente están encabezadas por sacerdotes quienes tienen la tarea de dar dirección y orientación a estos proyectos de interés social que beneficia a población desprotegida, especialmente del hambre.

Es evidente que las prácticas han sido un tema de interés de varios investigadores para comprender, analizar y conocer la trayectoria o proceso evolutivo de fenómenos particulares en tiempos y lugares específicos. No obstante, el estudio de esta, para el caso de la gerencia de proyectos sociales, ha sido bajo. Las investigaciones en torno a las prácticas responden a áreas que distan de conocer qué discursos y acciones materiales ocurren para que este tipo de proyectos perduren en el tiempo.

Por esta razón, y dada la situación en la que individuos a cargo de proyectos sociales logran la perdurabilidad y establecimiento de proyectos sociales a través de discursos y acciones, es valioso realizar la siguiente pregunta que orienten la investigación:

Pregunta de Investigación

¿Cuáles son las prácticas que se llevan a cabo en la gerencia del proyecto social Banco Diocesano de Alimentos de la ciudad de Neiva?

Sistematización:

¿Cómo ha sido el proceso de evolución del Banco Diocesano de Alimentos de la ciudad de Neiva y qué discursos se producen en la gerencia de este proyecto social?

Objetivos

General

Determinar las prácticas de gestión promovidas por los directores del Banco Diocesano de Alimentos de la ciudad de Neiva en el desarrollo de su proyecto social.

Específicos

- Identificar los discursos generados en la creación, evolución y gestión actual del proyecto social.
- Identificar las acciones materiales que se evidencian en la creación, evolución y gestión actual del proyecto social.

Capítulo 2

Marco de referencia

Marco teórico de la investigación

La práctica

El estudio de la práctica se viene abordando como un fenómeno presente de manera constante e interdependiente. Su campo del conocimiento ha llevado a investigar, no solo el concepto en sí, sino, éste en relación con otras situaciones propias del individuo y su entorno, tales como sus procesos mentales, anímicos y conductuales, involucrando el conocimiento y la capacidad de aprendizaje (Guell et al., 2019).

La práctica, además de los campos en los cuales autores han demostrado su interés, siempre ha sido vinculada al área pedagógica en la cual, de acuerdo con Cifuentes (1997), es algo más que adquirir conocimientos y destrezas, tiene que ver con la adquisición de valores, actitudes y competencias de una comunidad de prácticas que se comparten.

Los estudios sobre las prácticas tienen un interés muy profundo por investigadores de las ciencias educativas, especialmente por aquellos que desean indagar sobre narrativas, políticas sociales, convivencia, enseñanza y aprendizaje, para mencionar algunos.

La práctica es definida con relación a la acción y conocimiento del hombre. El ser humano ejecuta una actividad y expresa comportamientos aplicando una variedad de saberes con la intención de lograr un propósito en un contexto

determinado (Murcia et al., 2016). Es importante tener en cuenta que para que esto sea posible, se hace indispensable contar con la motivación y decisión de la persona, lo cual implica un esfuerzo extraordinario, pero luego se transforma en parte de su rutina. Es decir, implica en estos términos, que la práctica es un aprendizaje logrado, no solo como un cúmulo de ideas ubicados en la mente humana, sino que representa una capacidad de saber utilizar dichos conceptos o conocimientos dentro de la dinámica social y la resolución de situaciones, hasta constituirse en parte integral del ser y el actuar (Valencia, 2009).

Esta construcción de definiciones hace parte del gran aporte de variados autores y desde diferentes perspectivas filosóficas al concepto de la práctica. Por lo tanto, es imprescindible profundizar y analizar las principales contribuciones al campo de estudio para adoptar una de ellas para la presente investigación.

Para Reckwitz (2002), la práctica es una forma rutinizada de conducta que está compuesta por distintos elementos interconectados: actividades del cuerpo, actividades mentales, objetos y uso, y otras formas de conocimiento que están en la base tales como significados, saberes prácticos, emociones y motivaciones. (p. 8). Siendo así, la práctica se construye a través de acontecimientos que suceden y a los cuales responden distintos elementos que, interconectados, forman una unidad que la hace evidente en la acción.

El autor abre una puerta para la ciencia y la investigación fenomenológica ya que el asunto de conocimiento se aborda desde sus causas y efectos en un entorno específico, aplicable a otras situaciones similares. De esta manera, se puede analizar la influencia ejercida de cada uno de estos elementos en

el desarrollo de prácticas específicas, así como la posibilidad de un aprendizaje que puede ser transmitido, imitado y puesto a prueba en otros contextos. En este sentido, las prácticas pueden dar origen a nuevas prácticas de acuerdo con las necesidades y al comportamiento humano (Murcia et al., 2016).

En este caso, se reconoce que la dimensión cognitiva de la persona permite desarrollar el sentido lógico y obtener aprendizajes que van desde lo abstracto a lo práctico, lo cual se ve involucrado con la sensibilidad y motivación de la persona; así mismo, la actitud se concibe dentro de un marco integral de factores materiales e inmateriales interdependientes que se transforman en una práctica (Fabelo Corzo, 1956). Este concepto aporta una visión holística sobre el particular en la medida que se constituye en el mundo social como una situación fenomenológica que puede orientar el estudio que se lleva a cabo.

Ariztía (2017) señala la práctica como “un nexo de formas de actividad que se despliega en el tiempo y en el espacio y que son identificables como una unidad”, compuesta por elementos, como:

- Elementos corporales (actividades del cuerpo)
- Actividades mentales (involucran sentido y, entre otros aspectos, emociones, motivaciones, saberes prácticos y significados)
- Conjunto de objetos y materialidades que participan de la ejecución de la práctica.

Las actividades mentales se involucran entre los individuos a través de las prácticas, ya que pueden ser compartidas y aprendidas como producto de las relaciones sociales y productoras de saberes como resultado de una experiencia nueva, convirtiéndose la práctica como un conocimiento propiamente dicho, así

como lo plantea Schatzki et al. (2005) citado por Ariztía (2017).

Schatzki et al. (2005), advierte que las prácticas son: “nexos de formas de decir y hacer que tienen cierta dispersión espacial y temporal y que están compuestas por diferentes elementos que regulan la realización de las prácticas”. El autor elaboró la distinción entre “una comprensión de las prácticas en cuanto performances y las prácticas en cuanto una entidad o unidad analítica”, en los cuales, si las prácticas son consideradas como performances, “el foco de análisis está en la situación concreta de ejecución”. Así las cosas, implica valorar el mundo social como resultado de acciones concretas dentro de una dimensión pragmática de la teoría.

Schatzki et al. (2005) señala sobre una segunda forma de abordar las prácticas consistentes en definirla como entidades. Ésta involucra variadas formas de recursividad y trayectoria temporal pues permite observar cómo las mismas anteceden a la teoría preguntándose por el origen y sus cambios durante la ejecución de la actividad misma.

Ahora bien, teniendo el concepto de prácticas brindado por los autores Reckwitz (2002) y Schatzki et al. (2005), es preciso referirse al campo de la gerencia, que para Fayol consiste en conducir la empresa tratando de sacar el mejor partido de todos los aspectos de los que dispone. No obstante, para autores como Guerrero et al. (2014), la gerencia es “un cargo que ocupa una persona en una empresa quién entre sus múltiples funciones debe representar a la empresa frente a terceros y coordinar el manejo de los recursos a través de la planificación, organización, dirección y control a fin de conseguir los objetivos propuestos” (p. 2).

Actualmente, las organizaciones se perciben como pequeñas sociedades que comprenden características en común, entre ellas culturales, y que cuentan con la capacidad de crear valor y significado. Para Etzioni (2019), las organizaciones constituyen un poderoso instrumento social, a través de la coordinación de un gran número de actividades que responden a objetivos específicos por el bien común.

Es así como las necesidades sociales llevan a crear elementos de unión entre seres humanos, lo cual hace que el hombre tenga que asociarse y comprender los nuevos lenguajes, los diferentes tipos de comportamiento y tradiciones del grupo social. Este fenómeno, en muchas ocasiones, se ve condicionado por un sistema cultural que comprende manifestaciones como mitos, valores, rituales y símbolos que unen la colectividad (Ariztía, 2017).

Lo anterior puede constituirse como una práctica social al interior de la empresa que pueden determinar la eficacia en el logro de sus objetivos, ya que dentro de su dinámica se logra identificar el desarrollo de competencias que emergen de la interacción de los diferentes actores involucrados que crean una fuerza que articula su trabajo, saberes y experiencia, orientados hacia el beneficio de la empresa misma o sus destinatarios.

Desde una perspectiva externa, los miembros que entran a pertenecer a una organización tienen influencia por múltiples instituciones culturales: familia, iglesia, comunidad, educación y, por otro lado, la perspectiva interna nos habla sobre la cultura como una variable que puede ser modificada por estrategias gerenciales. Así, éstos tienen la tarea de encontrar formas de usar historias, leyendas y otros artefactos culturales para poder mover o influir en los empleados para que rompan con viejos patrones y adquieran unos nuevos de acuerdo con los propósitos

de esta.

De hecho, la serie de sucesos anteriormente mencionados van en concordancia con el concepto mencionado por Juliao Vargas (s.f.), quien advierte que la práctica es un acto de interpretación que cada individuo ejerce en primera persona situándose, con relación al mundo, en una perspectiva de un cierto proyecto de sentido. Por lo tanto, es unhacer juntos que interviene sobre una realidad para transformarla.

Por otra parte, Shove et al. (2012) se basan en que “las prácticas –como entidades–se expanden, contraen y cambian en la medida en que adquieren y/o pierden cohortes de ejecutores que son fieles a ellas”. El mismo autor plantea que pueden ser ejecutadas y solo existen por medio de tres elementos sujetos entre sí: competencias, sentidos y materialidades. Para la primera, se requiere de un conjunto de saberes y habilidades que guían y hacen posible la ejecución. En ese mismo orden, el sentido otorga valor, sobre lo cual se establece el significado y las necesidades de las prácticas. Finalmente, las materialidades, entendidas como objetos o recursos que son utilizados y posibilitan la práctica.

Asimismo, Wenger (2006) citado por Cortázar (2012), advierte la formación de una comunidad de práctica enfocada en la conjugación de experiencias colectivas. Estas comunidades pueden tomar lugar dentro de una organización y los profesionales deberán desarrollar su experiencia ajustando las demandas empresariales con la realidad de las situaciones particulares que enfrentan. En ese mismo sentido, la práctica para Cortázar (2012), es entendida como comportamientos rutinarios que siguen un modelo.

Lenin (1930) expresa que Marx, entiende la práctica como praxis, al concebir al hombre y a la naturaleza como realidades objetivas. Camacho (2006) por ejemplo, asume que la práctica social se refiere a la actividad del ser humano, sobre el medio en que se desenvuelve.

Para Bourdieu (1997) citado por Ariztía (2017), la práctica se desarrolla como un habitus observable en la vida cotidiana y que corresponde a una relación entre actividades y factores. El habitus, para Quintero (2019), es una disposición adquirida por parte de una persona, que la inclina o le conduce a la creación de valor. En ese mismo sentido, Giddens citado por Murcia et al. (2016), define las prácticas sociales como parte de la vida social sobre la cual se desarrollan las estructuras sociales y hace énfasis en todas aquellas actividades humanas sociales que operan en el tiempo y espacio y que están atadas a registros reflexivos y discursivos producidos por los mismos agentes sociales.

Chaverra Fernández (2003) advierte sobre las prácticas en general en la que establece que estas son una manera de transformar una realidad, de acercarnos a ella y plantear alternativas de solución hacia determinadas dificultades, aun desconociendo cuál será la solución verdadera y real para cada situación. Pero, sin lugar a duda, la práctica no debe verse como un componente aislado, sino que, para una mejor comprensión, requiere ser mirada en su relación con la teoría.

Por ello se puede señalar que las prácticas pueden ser redefinidas a través de decisiones, que permiten la repetición, el refinamiento o el cambio (Hui et al. 2017).

Teniendo en cuenta la anterior discusión, la identificación, estudio y análisis de las prácticas, la presente investigación tendrá como referente teórico los

postulados de Schatzkiet al. (2005) y Reckwitz (2002) se plantea un eclecticismo a partir de los aportes de estos dos autores. Por lo tanto, el estudio entenderá por práctica:

Una forma rutinizada de conductas que se configuran a través de los discursos que se tejen en la organización (formas de decir), las acciones y materiales empleados en el espacio organizacional a través del tiempo.

Estado del arte

Jaramillo (2012) realizó un estudio sobre la Gerencia social: una alternativa para el sector social. En este, el autor se refiere a los problemas en la gestión del sector social, el nuevo paradigma del desarrollo y la gerencia sociales. Los aportes para nuestro estudio se advierten en la existencia de múltiples causas que son la raíz del problema de la gestión social como son la descoordinación institucional, la carencia de sistemas de información, debilidad técnica en los procesos de planeación, escasez de recursos financieros, clientelismo político, ausencia de formación gerencial, así como una excesiva burocratización, centralismo y ausencia de visión de futuro.

Cortázar (2012) adelantaron una investigación sobre las prácticas de gestión pública desde las ciencias sociales y gerenciales. En dicho estudio, el autor planteó la importancia de comprender las prácticas mediante las cuales los funcionarios públicos lideran organizaciones. Para el desarrollo de la investigación, el autor adoptó una perspectiva teórica entendiendo las prácticas gerenciales como rutinas organizacionales, el desarrollo de las prácticas al interior

de una tensión permanente entre la repetición de un patrón y la provocación del cambio. El trabajo planteado permitió establecer que las prácticas de gestión pública son patrones rutinarios de actividad o intervención interdependiente, diseñados e implementados para llevar a cabo funciones esenciales relacionados con los logros de las organizaciones públicas.

García & Rodríguez (2015), evaluaron algunas prácticas gerenciales como herramienta de aprendizaje organizacional. El estudio optó por ser tipo descriptivo, documental y de campo tomando como caso de estudio auditores del Estado de Carabobo. Las autoras asumieron que estas herramientas están encaminadas al mejoramiento continuo de la organización, logrando establecer que el aprendizaje permite el crecimiento sostenido del personal y la empresa. Las investigadoras identificaron las prácticas gerenciales como un elemento dinámico que ofrece datos en el lugar donde se desarrollan, permitiendo la indagación y la reflexión crítica desde la mirada de la posibilidad de la innovación a partir del aprendizaje y el mejoramiento.

Asimismo, Feldman & Pentland (2003) realizaron una investigación de reconceptualización de rutinas organizativas la cual tuvo como objetivo conocer cómo estas responden a una serie de patrones repetitivos y reconocibles de acciones específicas, llevadas a cabo por personas concretas, en momentos y lugares específicos a partir de la cual miembros ejecutan acciones particulares. Para los autores, las prácticas generalmente adoptan la forma de rutinas en un escenario organizacional, se desarrollan al interior de una tensión permanente entre la repetición de un patrón y provocan cambios.

Barzelay & Cortázar (2004), llevaron a cabo una investigación tendiente a dar cuenta del proceso de análisis de las prácticas gerenciales. Los autores concuerdan con que la práctica es un método específico de interacción con una situación, que tiene como fin producir algo. No obstante, advierten interpretar este concepto como práctica situada, que tienen que ver con acciones que se realizan en un contexto con circunstancias concretas y particulares. Los investigadores proponen un modelo metodológico para el estudio de las prácticas gerenciales teniendo como principal interés explicar la trayectoria y funcionamiento de dichas prácticas y extraer las lecciones significativas a la labor de los gerentes sociales en su labor cotidiana.

Pérez & Peña (2019) llevaron a cabo un estudio que tuvo como objetivo determinar la relación entre las prácticas de gestión de Stakeholders y su efectividad en la gestión de los proyectos. Como orientación teórica optaron por seleccionar indicadores propuestos por Ariza (2017) quien desarrolló un método constructivista para identificar los mejores indicadores para medir efectividad en la gestión de proyectos desde la perspectiva de los stakeholders de una organización. Para la captura de la información, los investigadores acudieron a líderes de proyectos e integrantes de equipo donde se confirmó que la efectividad de los proyectos no depende exclusivamente de uno de los procesos de gestión, sino, es un conjunto de técnicas que se encuentran estrechamente relacionadas entre sí.

Mokate & Saavedra (s.f.), adelantaron una investigación sobre la gerencia social y el enfoque integral para la gestión de políticas y programas sociales. Los

autores tuvieron como objetivo contribuir a delimitar y caracterizar el campo de la gerencia social y presentar un marco conceptual para la acción estratégica de la gerencia social. Los investigadores definen la gerencia social como acción o práctica y conocimientos enfocados estratégicamente en la promoción del desarrollo social. Por lo tanto, dentro del papel y funcionamiento de este tipo de gerencia, se sugieren buenas prácticas en los procesos de agendación, construcción, implementación y evaluación de programas sociales. Como resultado, los autores proponen que la gerencia social se enfoque en el logro de resultados valiosos dada la gestión y promoción de buenas acciones que contribuyan a reducir fines específicos de la población que afectan.

Marco conceptual

Práctica

Una forma rutinizada de conductas que se configuran a través de los discursos que se tejen en la organización (formas de decir), las acciones y materiales empleados en el espacio organizacional a través del tiempo.

Prácticas sociales

De acuerdo con Murcia et al. (2016), las prácticas sociales adquieren su sentido en la medida que adquieren suficiente arraigo, significación y objetivación que les da un sentido transformador a sus actores sociales y su entorno. Esto permite identificar en un contexto determinado cuáles son las tradiciones, historia, relaciones de fuerza y con las formas particulares de comunicar y actuar de las personas frente a circunstancias inherentes a su quehacer dentro de un grupo alrededor de unas funciones u objetivos determinados. De esta manera, las prácticas

sociales se pueden identificar y analizar en el ejercicio del cumplimiento de los deberes asignados dentro de una empresa.

En este sentido, se puede decir que las prácticas sociales no solo representan un individuo, sino que pueden ser el reflejo de comportamientos vinculantes o compartidos como parte de una cotidianidad.

Prácticas gerenciales

De acuerdo con Feldman y Pentland (2003) citados por Cortázar (2012), las prácticas gerenciales pueden ser vistas como rutinas organizacionales que consisten en una serie de patrones repetitivos y reconocibles de acciones interdependientes, a partir de las cuales los miembros de la empresa ejecutan acciones particulares. Por lo tanto, en la acción empresarial, las personas encargadas de la toma de decisiones obran de acuerdo con multitudes de acciones singulares, a veces únicas, que responden a condiciones del entorno de la propia sociedad.

Proyecto social

Los proyectos sociales son una herramienta que permite inducir un cambio a partir de las iniciativas de los actores que interactúan en un territorio o sector específico. Se trata, pues, de revertir situaciones desventajosas que impiden el desarrollo local, el cual se conceptualiza como la capacidad endógena de crear bienestar económico y social (Baca & Herrera, 2016).

Director

Idalberto Chiavenato (2009) define la palabra administración proviene

del latín (ad, dirección hacia, tendencia; minister, comparativo de inferioridad, y el sufijo ter, que indica subordinación u obediencia, es decir, quien cumple una función bajo el mando de otro, quien le presta un servicio a otro) y significa subordinación y servicio. En su origen, el término significaba función que se desempeña bajo el mando de otro, servicio que se presta a otro.

Banco de alimentos

Es una organización sin ánimo de lucro que se encarga de recuperar los excedentes de alimentos que se producen en nuestra sociedad y repartirlos entre las personas que más lo necesitan. Basados en el voluntariado, los bancos de alimentos no entregan la comida directamente a las personas necesitadas, sino que lo hacen a instituciones de ayuda social que están en contacto con los colectivos que más lo requieren (Custommedia, s.f.).

Capítulo 3

Metodología de la investigación

Para el desarrollo del presente estudio que buscó identificar las prácticas de gestión de los proyectos sociales, especialmente en el Banco Diocesano de Alimentos de la ciudad de Neiva, se adoptó la investigación exploratoria y descriptiva. Este trabajo se abordó a partir de un enfoque cualitativo, desde su dimensión hermenéutica-dialéctica. Se configuró la estrategia metodológica de tal manera que permitió describir, establecer y definir las prácticas de gestión acaecidas por los agentes involucrados con la toma de decisiones en la organización caso de estudio.

Dada las pretensiones de carácter comprensivo sobre las prácticas de gestión en proyectos sociales, específicamente en los discursos y acciones materiales para lograr éxitos en estas organizaciones, este trabajo adoptó un enfoque centrado en describir las prácticas más relevantes que marcaron el éxito para mantener y posicionar el Banco Diocesano de Alimentos de la ciudad de Neiva. Así pues, de acuerdo con Lecompte (1995), en la investigación cualitativa se extrajeron descripciones a partir de observaciones que adoptaron, entre otras, la forma de entrevistas, narraciones, fotografías y demás artefactos.

Inicialmente se realizó una revisión documental inventariando fuentes secundarias con las cuales se puede reconstruir el proceso evolutivo del Banco Diocesano de Alimentos de la ciudad de Neiva, para describir las acciones y discursos generados allí. Este inventario estuvo compuesto por fuentes como noticias de prensa, publicaciones especializadas sobre la materia, archivos

históricos de la ciudad, para mencionar algunos. En un segundo momento, se eligió con criterio de conveniencia del estudio, a los actores que participaron en la presente investigación. A partir de estas unidades de análisis y recolección de información, se procedió a codificar la información que las investigadoras consideraron relevante para la construcción del material teórico de la propuesta. Teniendo en cuenta lo anterior, para el análisis de narrativas y la identificación de prácticas se consideraron a actores como los párrocos que han ejercido como directivos de la organización y personas que han mantenido un vínculo directo con la gestión de esta.

Dada la naturaleza cualitativa que tiene la presente investigación y su carácter exploratorio, así como el interés de las investigadoras por adaptar el concepto de práctica a la gerencia de proyectos sociales se empleó el estudio de caso único, el cual es apropiado para temas que se consideran novedosos, y que, por tanto, indagan sobre un fenómeno contemporáneo en un entorno real, no siendo evidente las fronteras entre el fenómeno y su contexto.

Para capturar esta información, se ejecutó, una primera fase y luego de recolectada toda la información secundaria requerida. Una vez ejecutada ésta, la información se interpretó y creó categorías de análisis a través de la reducción de datos obtenidos. Estas categorías arrojaron las principales prácticas que, luego de un sometimiento a la reflexión crítica, analizando sus relaciones con el contexto y el impacto que tiene en el mismo con aspectos tan complejos como la cultura, creencias, ideologías y tendencias, dieron forma al nuevo conocimiento generado a partir de un caso en especial.

Los fundamentos teóricos, normativos y documentales son esenciales para la validez de un estudio. Estos fundamentos proporcionan el marco de referencia para la investigación, y ayudan a garantizar que las conclusiones y conocimientos obtenidos sean válidos y confiables.

Es importante tener en cuenta que en este enfoque fue necesario reconocer que la realidad está constituida por la manera en que las personas ven el mundo y los significados que atribuyen al objeto de estudio, teniendo en cuenta que el fenómeno se presentó en situaciones particulares con características específicas.

Desarrollo de la metodología

Para el desarrollo de la metodología propuesta, la cual es de corte inductivo, se obtuvo un total de 24 documentos, los cuales corresponden a notas de prensa, artículos de periódicos, artículos en páginas web y redes sociales en donde se evidenciaron discursos lingüísticos y semióticos entorno al quehacer del proyecto social, así como su filosofía y las relaciones que tiene con sus distintos stakeholders. Estos documentos fueron seleccionados de forma aleatoria y por el carácter de su contenido, ya que por contener información sobre el desarrollo del proyecto permitieron llegar a comprensiones precisas.

Se realizó la disposición de los documentos por fecha, autor y temática, lo cual facilitó el procesamiento de la información.

Tabla 1 Distribución de documentos analizados

N°	Año	Autor /medio de comunicación	Temática y/o nombre del documento
1	Abril, mayo 2015	Fundación Banco Diocesano de Alimentos	Fundación Banco Diocesano de Alimentos
2	16 de octubre del 2015	RCN Radio	Neiva celebró el Día Mundial de los Alimentos
3	01 de abril del 2020	Centro Noticias	Desmayos y conglomeración en entrega de ayudas en Neiva
4	19 de abril del 2020	180 grados prensa	Hemos Llegado a más de 4 mil Familias en Estos Tiempos de Angustia
5	21 de abril del 2020	Alcaldía de Neiva	Neiva será este miércoles, más solidaria a través de la donatón de alimentos
6	23 de abril del 2020	Red Noticias Huila	Exitosa jornada de “Donatón” en Neiva
7	17 de mayo del 2020	Onda Opita	Aumenta demanda en Banco Diocesano de Alimentos por Covid-19
8	20 de Julio del 2020	Alfa Noticias	Comfamiliar y el Banco Diocesano de Alimentos realizaron entrega de mercados en la comuna seis de Neiva
9	18 de agosto del 2020	Onda Opita	Diócesis de Neiva ha Entregado 296.156 kilos de Alimento Durante Pandemia
10	28 de septiembre del 2020	La gaceta	Promueven “marcha de ladrillo” para construir el Banco Diocesano de Alimentos
11	02 de marzo del 2022	Pastoral Social Cáritas Colombia	Campaña para construir nueva sede del Banco Diocesano de Alimentos en Neiva

12	27 de marzo del 2022	Diario del Huila	El Banco Diocesano de Alimentos de Neiva
13	30 de noviembre de 2020	Diario La Nación	Únase al ‘tapazo’ por el Banco Diocesano de Alimentos
14	12 de junio de 2020	TSM Noticias	Comfamiliar y el Banco Diocesano de Alimentos, unidos por el bienestar de los neivanos
15	Sin fecha	Página de LinkedIn	Página Banco Diocesano de Alimentos
16	2020-2022	Twitter	Tweets página oficial @BancoNeiva
17	2023	https://bancoalimentosneiva.wixsite.com/bancodiocesano	Cabecera y cuerpo de página web – Banco Diocesano de Alimentos
18	Sin fecha	Abaco	Ayuda Abaco
19	Sin fecha	Cámara de Comercio del Huila	Banco Diocesano de Alimentos
20	Sin fecha	Comunidad Socialab	FUNDACION BANCO DIOCESANO DE ALIMENTOS
21	2023	Portafolio	Banco de Alimentos, el _pan de cada día
22	Si fecha	Pastoral Social Cáritas Colombia	Diócesis de Neiva “Alimentar con Amor”
23	2023	Instagram	@Bancodealimentosneiva
24	2023	Facebook	Banco Diocesano de Alimentos Neiva Facebook

Nota. La tabla corresponde a la distribución de los documentos analizados, la cual se organizó por fecha, autor o medio de comunicación y nombre o temática Fuente: Elaboración propia

Luego de la clasificación de los documentos se procedió a realizar la reducción de la información a través del Software de procesamiento de datos cualitativos Atlas. ti, agrupándolos en dos grupos, uno de discursos y otro de prácticas, así mismo, identificando categorías preliminares de análisis que respondían a los discursos lingüísticos y semióticos además de las acciones y materialidades inmersas en el proyecto social, todo lo anterior a través de la asignación de códigos y citas libres.

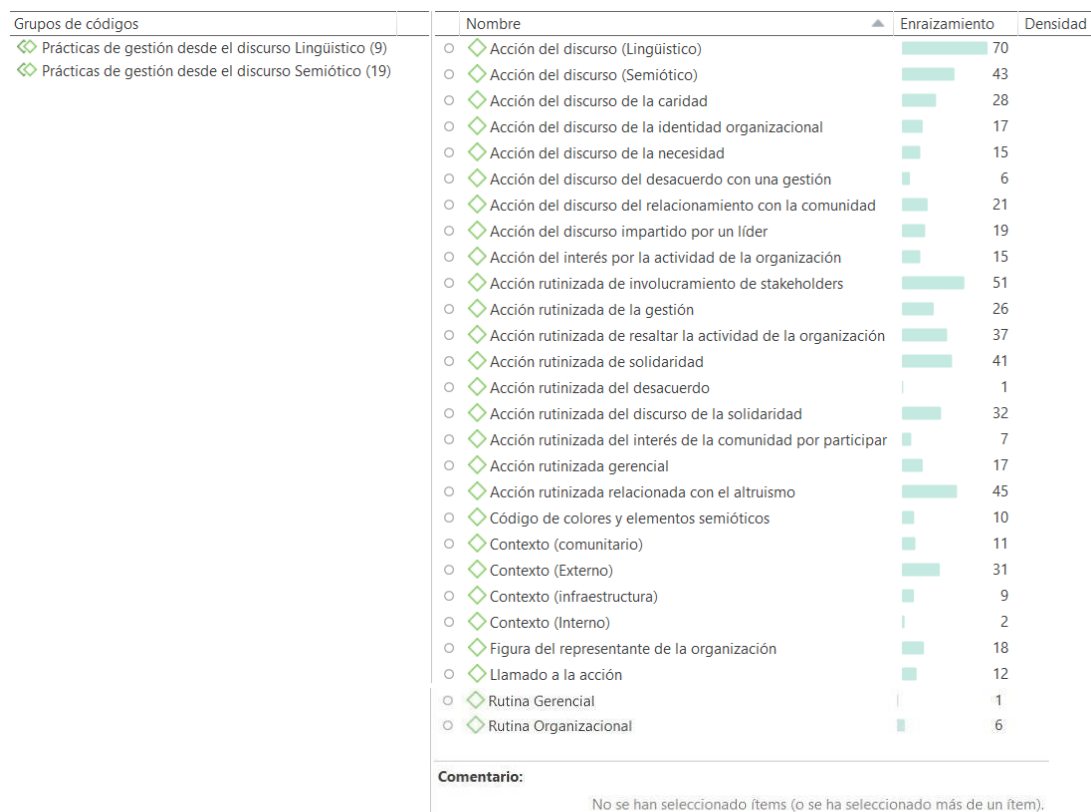
Las citas representan el punto de partida para codificar y analizar la información recopilada. Es en este punto donde se inicia el proceso de investigación utilizando Atlas.ti, ya que se selecciona y resalta la información que se considera significativa o pertinente para el estudio. Para este caso en particular se realizaron 158 citas en los diferentes documentos que fueron procesados.

La asignación de códigos en Atlas Ti permite codificar, en conceptos o categorías, fragmentos de información que son importantes para la investigación. Por tanto, su función es clasificar la información relacionada entre sí, a partir de un concepto, para facilitar posteriormente, el proceso de interpretación (Riaño Valencia & Vega Rueda , 2018).

Durante el proceso de reducción y análisis, se identificaron un total de 27 códigos significativos que permitieron comprender en mayor profundidad los discursos y las acciones materiales presentes en el proyecto social. Estos códigos representan elementos clave que definen y condicionan el actuar de la organización, revelando la complejidad y la diversidad de factores que influyen en su funcionamiento.

Cada código encapsula una dimensión particular del proyecto, desde los valores y creencias subyacentes hasta las prácticas concretas implementadas. A través de este análisis, se logró desentrañar las múltiples capas que conforman la realidad del proyecto, brindándonos una visión más completa y contextualizada de su impacto en la comunidad. Estos hallazgos nos invitan a reflexionar sobre la importancia de comprender los discursos y las acciones materiales como elementos interrelacionados y mutuamente constituyentes, enriqueciendo así la comprensión de cómo se moldea y se desarrolla el proyecto social en su entorno.

Figura 3 Relación de códigos asignados en el software Atlas.ti



Nota. La figura muestra la distribución de los códigos asignados en el software

Atlas.Ti. Fuente: Elaboración propia

De esta reducción de la información se obtuvo una nube de palabras, esta nube es una representación visual de las palabras que se repitieron con más frecuencia en el proceso de citación y codificación de los documentos. La nube de palabras permite realizar un primer análisis de los resultados, pues brinda la posibilidad de tener un panorama visual de la frecuencia de repetición de ciertos términos clave.

Figura 4 Nube de palabras arrojada por Atlas.Ti



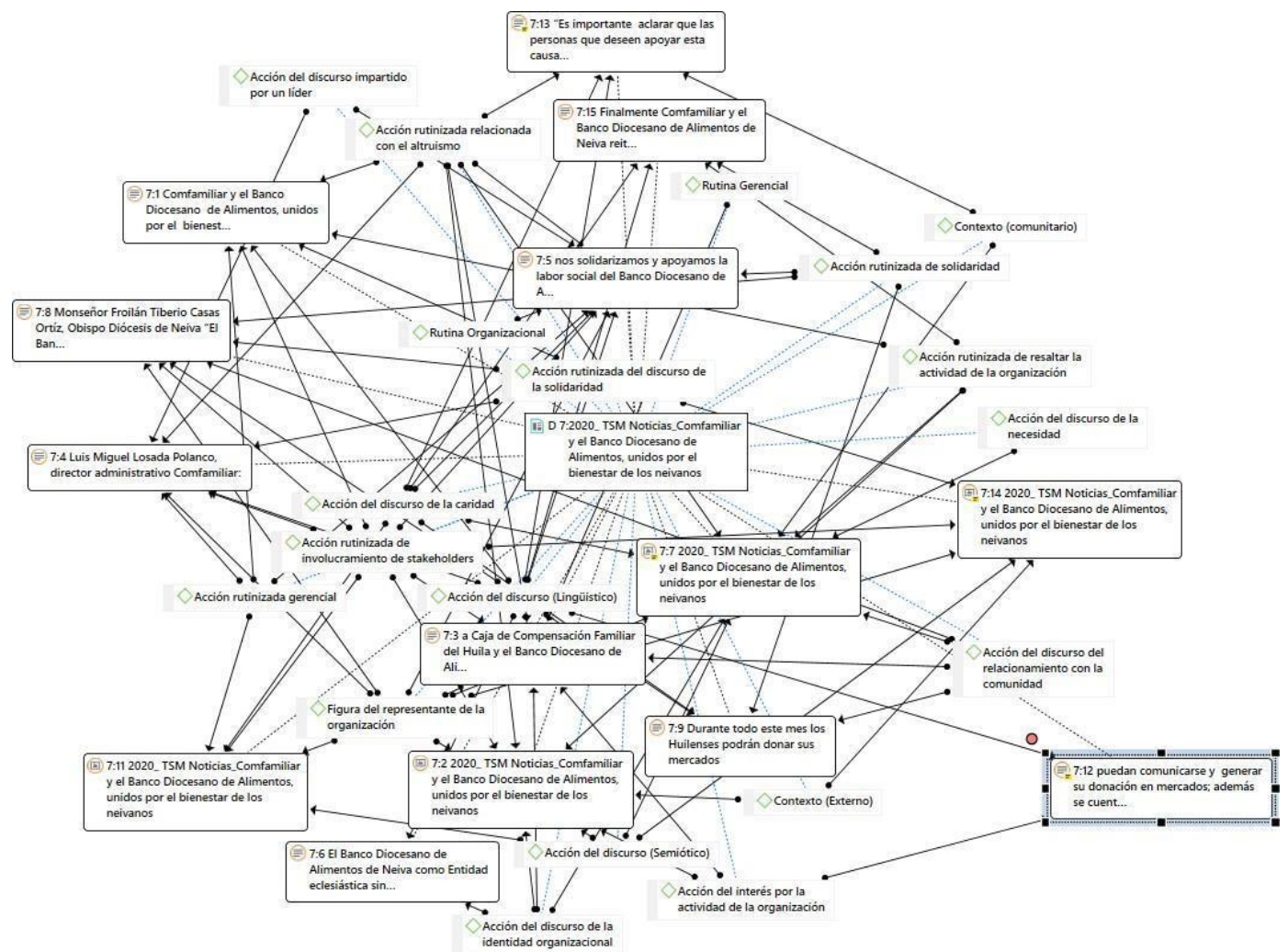
Nota. La figura muestra a nube de palabras resultado de proceso de análisis de los documentos y la codificación realizada en el Software de procesamiento de datos cualitativos Atlas. Ti. Fuente: Elaboración propia.

Producto de este análisis también se obtuvieron las redes semánticas de cada documento, estas redes son fruto de la relación entre citas, códigos y memos

en el proceso de análisis de la información en Atlas.Ti.

Utilidad de la red: permite visualizar de manera gráfica las relaciones existentes entre las citas, códigos, memos o familias que se han ido construyendo en el proceso de codificación e interpretación; además, permite generar diagramas para incluir en el informe final. (Riaño Valencia & Vega Rueda, 2018).

Figura 5 . Red Semántica de la nota de prensa denominada "Comfamiliar y el Banco Diocesano de Alimentos, unidos por el bienestar de los neivanos"



Nota. La figura muestra la red semántica del documento número 7, que

corresponde a la nota de prensa denominada Comfamiliar y el Banco Diocesano de Alimentos, unidos por el bienestar de los neivanos, esta se presenta como un ejemplo de las redes semánticas obtenidas de los demás documentos, las redes restantes se pueden evidenciar en los anexos. Fuente: Elaboración propia.

Por último, durante el proceso de análisis de la información utilizando el software de procesamiento de datos cualitativos Atlas.ti, se emplearon los memos como una herramienta fundamental para condensar la información valiosa surgida del proceso de citación y codificación de los documentos.

Estos memos, que contienen reflexiones, insights y observaciones relevantes, se convierten en un recurso clave para el análisis posterior de los resultados obtenidos tras la reducción de la información. Su uso permite profundizar en la comprensión de los hallazgos y contribuye a enriquecer la interpretación de los datos recopilados en la investigación.

Los memos proporcionan un espacio para registrar ideas emergentes, conexiones entre categorías y posibles líneas de investigación futura, lo que favorece un análisis más completo y una reflexión enriquecedora sobre el estudio realizado. Para este proceso se emplearon 4 memos.

Capítulo 4

Descripción de los resultados

El recurso humano, un eje del proyecto social

Durante el análisis de los documentos relacionados con el proyecto social, se pudo observar la recurrencia de ciertos términos que están estrechamente vinculados con la esencia y la filosofía de la iniciativa. Entre ellos, destaca de manera significativa el término "Personas", el cual aparece en 42 ocasiones. Esta palabra se encuentra presente en documentos que resaltan la labor del Banco Diocesano de Alimentos y reafirman su compromiso con ayudar a aquellos que más lo necesitan.

Asimismo, es importante destacar la presencia de otros términos como "Población", "Familias", "Adultos", "Niños" y "Adultos Mayores", los cuales, al igual que el término "Personas", hacen referencia a grupos específicos de individuos que se encuentran directamente relacionados con el proyecto. Estos grupos son los principales beneficiarios y receptores de las acciones y programas implementados por el Banco Diocesano de Alimentos.

Es crucial mencionar que estos grupos poblacionales también son destinatarios de campañas y acciones específicas, diseñadas para abordar las problemáticas específicas que enfrentan en relación con el hambre y la inseguridad alimentaria. Estas campañas se adaptan a las necesidades particulares de cada grupo, buscando proporcionarles la ayuda necesaria y mejorar su calidad de vida.

La repetición de estos términos en los documentos revela la centralidad y el enfoque humano del proyecto social. La atención a las personas y la

preocupación por subienestar son los pilares fundamentales que impulsan la labor del proyecto social. Estos hallazgos son esenciales para comprender la naturaleza y el impacto de las acciones llevadas a cabo, permitiendo una mayor claridad en la planificación y ejecución de futuras estrategias que beneficien a aquellos que más lo necesitan.

El término "social" es recurrente a lo largo de los documentos analizados, apareciendo un total de 40 veces. Su frecuencia demuestra la importancia que se le atribuye en la comunicación y explicación de la función del proyecto en cuestión. Es crucial destacar que estos documentos corresponden a notas de prensa, donde se enfatiza de manera clara y precisa la naturaleza social del proyecto, subrayando su carácter altruista y la relevancia de la participación de diferentes stakeholders.

Junto al término "social", se encuentran otras palabras como "obra", "labor", "colaborativo", "acompañamiento" y "apoyo", las cuales enriquecen el lenguaje utilizado para describir y promover el proyecto. Estas palabras no solo resaltan la función y el propósito social del proyecto, sino que también incitan a la acción, invitando a otros a participar y contribuir. A través de estas palabras, se proyecta una imagen de altruismo y solidaridad, creando un llamado persuasivo para sumarse a la iniciativa y ser parte de una noble causa.

Figura 6 Diferencias entre proyectos de inversión



Nota. La figura muestra las diferencias entre proyectos de inversión de carácter social y carácter privado, datos tomados de la página OBS Business School. Fuente: Elaboración propia.

En el análisis de los documentos, se observa una notable presencia de los términos "apoyo" y "donaciones", los cuales aparecen 30 y 27 veces respectivamente. Estos términos son especialmente prominentes en aquellos documentos que se enfocan en promocionar campañas de donación o invitar a la comunidad a participar de alguna manera. Esta repetición frecuente de los términos refuerza la importancia que se le atribuye al apoyo y las donaciones en el contexto del proyecto.

La presencia constante de los términos "apoyo" y "donaciones", junto a

“acompañamiento”, “ayudas” y “alianza” en los documentos es más que una mera coincidencia. La repetición estratégica de estos términos busca despertar la sensibilidad y la empatía en las personas, instándolas a actuar y brindar su apoyo de diversas formas. El llamado a la acción se traduce en la invitación a realizar donaciones monetarias para financiar programas y proyectos, así como en la donación de alimentos y otros recursos necesarios para atender las necesidades de aquellos que se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Asimismo, estos términos resaltan la importancia del acompañamiento y las ayudas brindadas por la comunidad en el proyecto. La colaboración en forma de voluntariado y el establecimiento de alianzas estratégicas con otras organizaciones y actores clave son fundamentales para fortalecer la labor y ampliar el impacto del proyecto en la sociedad.

La utilización recurrente de estos términos en los documentos busca generar un sentido de responsabilidad colectiva y promover una cultura de solidaridad y colaboración. Se enfatiza la importancia de la participación activa de cada individuo en la construcción de un entorno más justo y equitativo.

En el análisis realizado a los diversos documentos relacionados con el proyecto social, se destaca una constante y significativa presencia de términos como “solidaridad”, “espiritualidad”, “caridad” y “servicio”. Estas palabras, que se entrelazan y se repiten a lo largo de cada uno de los documentos, trascienden la mera filosofía del proyecto y adquieren una importancia aún mayor en el contexto actual.

Es evidente que estos términos reflejan la esencia misma del proyecto

social, ya que van más allá de la simple inversión financiera. En lugar de centrarse únicamente en los aspectos económicos, se busca fomentar una mentalidad altruista y solidaria en todos los actores involucrados, desde los colaboradores internos hasta los donantes externos. Es esta mentalidad la que define y distingue al proyecto social de otros proyectos similares, además de ser esta su estrategia fundamental para la obtención de recursos.

La solidaridad se convierte así en un valor fundamental que permea todas las acciones y decisiones tomadas en el proyecto. Es un llamado a la colaboración y a la generosidad, invitando a todos los stakeholders a unirse en una causa común y aportar desde su propia capacidad y recursos.

La espiritualidad, por su parte, agrega una dimensión trascendental al proyecto social. Va más allá de lo material y se enfoca en el bienestar espiritual y emocional de las personas involucradas. Se reconoce la importancia de brindar un apoyo integral, que no solo se limite a la asistencia material, sino que también atienda las necesidades emocionales y espirituales de aquellos que se benefician del proyecto.

La caridad y el servicio, como términos asociados, enfatizan la importancia de brindar ayuda desinteresada y comprometerse con el bienestar de los demás. Estos términos resaltan la vocación de servicio que impulsa a quienes participan en el proyecto social, recordándoles la nobleza y el propósito de su labor.

Las redes semánticas

Las prácticas son en sí mismas acciones rutinizadas

Las redes semánticas, una herramienta clave en el análisis de los datos, revelaron conexiones significativas entre las citas y los códigos utilizados en el estudio. Este análisis enriqueció la comprensión de cómo las prácticas se vuelven rutinarias a lo largo de los documentos analizados, destacando la repetición constante de acciones relacionadas con el altruismo y la obtención de donaciones.

A través de las redes semánticas, se visualizó la interconexión entre estas acciones recurrentes y su relación con el acercamiento estratégico a los diferentes stakeholders, en particular, las empresas. Estas conexiones demostraron la importancia de establecer alianzas con entidades empresariales para asegurar donaciones que respalden las iniciativas del proyecto social.

Las redes semánticas también permitieron identificar patrones y tendencias en las prácticas de obtención de donaciones. Se destacó la importancia de establecer una comunicación efectiva y persuasiva con las empresas, presentando los beneficios tanto para la empresa como para la comunidad en situación de vulnerabilidad. Además, se evidenció la necesidad de desarrollar estrategias de seguimiento y reconocimiento para mantener una relación sólida y duradera con los donantes empresariales, así como para exaltar la labor de las personas naturales que también realizan sus aportes.

En esta revisión de las redes también se obtuvo una visión detallada del

contexto en el cual se desarrolla el proyecto social. Este contexto se dividió en tres aspectos principales: el contexto externo, el contexto de infraestructura y el contexto interno. Cada uno de estos contextos reveló relaciones significativas y directas que influyen en el funcionamiento y el éxito del proyecto.

En primer lugar, el contexto externo se refiere a las condiciones y factores externos que rodean al proyecto social. En este sentido, las redes semánticas revelaron la importancia de contar con una infraestructura adecuada para llevar a cabo las actividades del proyecto de manera eficiente y efectiva. Se destacó la necesidad de realizar mejoras y construcciones en el entorno del proyecto, con el fin de optimizar los recursos y brindar un espacio adecuado para la realización de las actividades sociales.

En segundo lugar, el contexto de infraestructura se enfoca en las relaciones y vínculos entre la infraestructura física y el desarrollo de las actividades del proyecto social. Las redes semánticas revelaron que se ha hecho un llamado a la comunidad en general para donar elementos físicos, como ladrillos y cemento, con el objetivo de construir una bodega. Esta bodega desempeñará un papel crucial en el funcionamiento del proyecto, ya que permitirá un mejor almacenamiento y distribución de los recursos, así como la ampliación del alcance del proyecto para beneficiar a más personas.

Por último, el contexto interno se refiere a las relaciones y dinámicas internas del proyecto social. En este sentido, las redes semánticas destacaron la importancia de la participación y colaboración de la comunidad empresarial y otros stakeholders relacionados con el proyecto. Se hizo un llamado a realizar donaciones

tanto físicas como económicas, con el objetivo de financiar la construcción de la bodega y asegurar el éxito continuo del proyecto social.

En el análisis de los documentos recolectados, surgió otro aspecto relevante relacionado con la influencia del discurso impartido por un líder dentro del proyecto social. Cada uno de los documentos examinados reveló la presencia y participación activa de una persona que ejerce un rol de liderazgo en el proyecto. Esta figura líder desempeña un papel fundamental al proporcionar un sentido de formalidad y confianza en la comunicación de los documentos analizados.

Es importante tener en cuenta que estos documentos forman parte de campañas publicitarias y han sido recopilados de diversas fuentes de prensa. En este sentido, la presencia de un líder en el proyecto social adquiere una relevancia significativa, ya que esta persona asume la responsabilidad de la información y garantiza su veracidad y autenticidad. Su participación activa y su presencia en primera persona se evidenció en más de 15 ocasiones, lo cual refuerza aún más la confianza que se genera al leer los documentos.

El análisis de las redes semánticas permitió identificar y establecer la relación entre la participación del líder y las citas extraídas de los documentos. Esta correlación entre el líder y las citas encontradas estableció un vínculo directo entre la persona que lidera el proyecto y el contenido de los documentos. Esta relación refuerza la credibilidad de la información y genera confianza en los lectores, quienes pueden tener la certeza de que la información presentada proviene de una fuente confiable y responsable.

La presencia del líder en la gestión del proyecto social implica asumir un rol

de liderazgo inspirador y responsable. Es el encargado de transmitir los valores y la misión del proyecto, así como de establecer la dirección estratégica y motivar a los colaboradores y voluntarios. Su participación activa en la comunicación de los documentos publicitarios contribuye a generar confianza en la comunidad y a promover la imagen y la reputación del proyecto.

Además, la presencia del líder en los documentos publicitarios refuerza la transparencia y la credibilidad del proyecto social. Al asumir la responsabilidad de la información y garantizar su veracidad, se establece una relación de confianza con los lectores y potenciales colaboradores. Esto puede tener un impacto positivo en la gestión del proyecto, ya que facilita la captación de recursos, donaciones y el apoyo de la comunidad en general.

En el análisis de los documentos, se pudo identificar una interesante relación entre la acción rutinizada y el discurso, que juegan un papel fundamental en el proceso de gestión del proyecto. Estos dos aspectos se entrelazan a lo largo de los documentos, creando un vínculo inseparable entre la práctica y la comunicación.

En las redes semánticas, se observó una amplia variedad de acciones que direccionaban el discurso tanto a nivel lingüístico como semiótico. Por un lado, se encontraron discursos implícitos o subyacentes en los propios documentos, que podían leerse entre líneas. Estos discursos escritos brindaban una visión más profunda y completa de la información transmitida, agregando capas de significado y perspectiva.

Por otro lado, los discursos semióticos estaban presentes en las acciones visualmente determinadas, como fotografías, flyers y logotipos. Estos elementos

visuales comunicaban de manera impactante y directa, utilizando símbolos, colores y diseño para transmitir mensajes y emociones. Los discursos semióticos complementaban y enriquecían el discurso lingüístico, creando una experiencia visual y comunicativa más completa.

La presencia de estos discursos, tanto lingüísticos como semióticos, en los documentos analizados y en las redes semánticas, evidencia la importancia de la comunicación integral en la gestión del proyecto. La combinación de palabras y acciones visuales crea un lenguaje completo y poderoso, capaz de transmitir de manera efectiva los valores, objetivos y mensajes del proyecto.

Además, esta interacción entre la acción rutinizada y el discurso no solo contribuye a la comunicación efectiva, sino que también influye en la construcción de la identidad del proyecto. Los discursos presentes en los documentos y en las redes semánticas definen y refuerzan la imagen y la reputación del proyecto, estableciendo una conexión significativa con los diferentes stakeholders y la comunidad en general.

En los documentos analizados, especialmente aquellos que forman parte de las redes sociales, se revela un aspecto de vital importancia: la comunicación y los sentidos y significados que se tejen en torno a ellos. Estos documentos no solo transmiten la labor y los beneficios del proyecto social, sino que también generan un espacio propicio para múltiples interpretaciones.

Es interesante destacar que, a pesar de que la intención de estos documentos sea comunicar de manera positiva y resaltar los aspectos beneficiosos del proyecto, se encontraron comentarios que expresaban desacuerdo con la

gestión. Estos comentarios se convirtieron en una acción rutinizada, ya que otras personas se sumaron a ellos, generando una cadena de opiniones negativas.

Esta dinámica de interacción y comunicación en las redes sociales se convierte en un elemento para tener en cuenta en la gestión del proyecto. Es fundamental comprender que los comentarios negativos pueden surgir y que su influencia puede afectar la percepción y la satisfacción de las personas involucradas.

En este sentido, es importante considerar estas situaciones como una forma de comunicación y utilizarlas como aprendizaje para futuras campañas y acciones. Se debe buscar evitar malentendidos y asegurar que las personas se sientan lo más contentas posible con el proyecto social. Esto implica estar atentos a las opiniones y comentarios de la comunidad, responder de manera adecuada y transparente, y tomar medidas correctivas en caso de ser necesario.

La gestión de las redes sociales y la comunicación en línea requieren una estrategia sólida que permita mantener una imagen positiva del proyecto y mitigar posibles conflictos o malentendidos. Es fundamental establecer una comunicación abierta y efectiva, brindar información clara y veraz, y promover la participación y el diálogo constructivo con la comunidad.

A lo largo de todos los documentos analizados, se identificó un elemento fundamental que se repite de manera constante: las acciones de solidaridad y altruismo. Estas acciones tienen como objetivo exaltar la labor de las personas que brindan ayuda a los demás y, a su vez, llamar a más personas a solidarizarse y colaborar con el proyecto social.

Este aspecto adquiere una relevancia significativa, ya que define la identidad del proyecto social y orienta su actuar. Además, también define el perfil de las personas que colaboran con el proyecto, ya sean individuos o empresas que se solidarizan y realizan donaciones.

Es importante destacar que estas acciones de solidaridad y altruismo están estrechamente relacionadas con elementos supra naturales y espirituales dentro del contexto de la función social del ser humano. En este sentido, las personas se movilizan y se involucran en estas acciones con el objetivo de fortalecer su fe y sentirse útiles en la sociedad.

La conexión entre la solidaridad, el altruismo y el fortalecimiento de la fe refuerza el propósito y la motivación detrás de estas acciones. No se trata solo de brindar ayuda material o apoyo económico, sino también de alimentar el espíritu y encontrar un sentido de propósito y satisfacción al contribuir al bienestar de los demás.

Esta relación entre solidaridad, altruismo y elementos supra naturales en el contexto del proyecto social crea un ambiente en el que las personas encuentran una conexión profunda con su fe y una forma de expresar su sentido de responsabilidad hacia la sociedad. Asimismo, se establece un vínculo significativo entre las acciones de solidaridad y el desarrollo de una comunidad más unida y cohesionada.

Se descubrieron también discursos con contenido lingüístico dotados de una fuerte carga de movilización social, esto quiere decir que hacían un llamado a la participación de los diferentes stakeholders. Este descubrimiento nos revela la importancia de involucrar a todos los actores relevantes en la causa. Estas

expresiones refuerzan la noción de que el éxito de un proyecto social no puede lograrse únicamente a través de los esfuerzos de unos pocos, sino que requiere la colaboración y el compromiso de toda la comunidad.

El llamado a la comunidad es una invitación abierta a todas las personas que conforman el entorno del proyecto social. A través de diferentes medios de comunicación, como campañas publicitarias, redes sociales o eventos comunitarios, se busca transmitir el mensaje de que cada individuo tiene un papel importante que desempeñar en la transformación social. Se les insta a participar activamente, ya sea mediante la donación de recursos, la dedicación de tiempo como voluntarios o la difusión de la causa a través de sus redes de influencia.

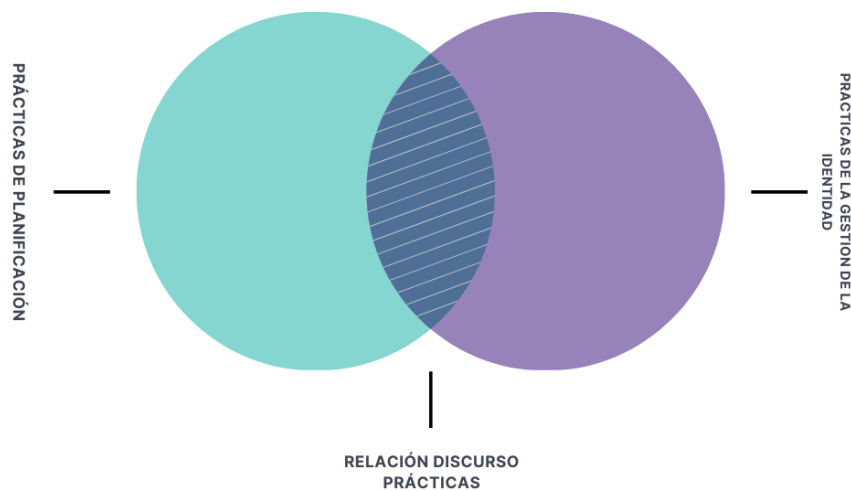
Asimismo, el llamado a los diferentes stakeholders, que pueden ser empresas, organizaciones, instituciones o líderes de opinión, busca establecer alianzas estratégicas para fortalecer el proyecto social. Estos actores desempeñan un papel fundamental al aportar recursos, conocimientos especializados, redes de contactos o influencia en la toma de decisiones. Su participación no solo brinda apoyo material, sino que también otorga legitimidad y visibilidad al proyecto, generando un mayor impacto y alcance en la comunidad.

El llamado a la comunidad y a los diferentes stakeholders tiene como objetivo movilizar a las personas y entidades hacia la acción. Se busca despertar en ellos el interés y la motivación necesaria para comprometerse con la causa y contribuir de manera activa en la solución de los problemas sociales. Estas expresiones de llamado pueden tomar diferentes formas, desde mensajes claros y persuasivos hasta historias de impacto que conmueven y generan empatía.

Es importante destacar que el llamado a participar en un proyecto social no solo beneficia a la causa en sí, sino que también proporciona oportunidades de crecimiento y desarrollo personal para quienes se suman a él. A través de su participación, las personas pueden adquirir nuevas habilidades, ampliar su perspectiva, fortalecer su sentido de pertenencia y contribuir al bienestar de la comunidad en la que se encuentran insertas.

Figura 7 Interrelación de los resultados de la investigación

Interrelación de resultados

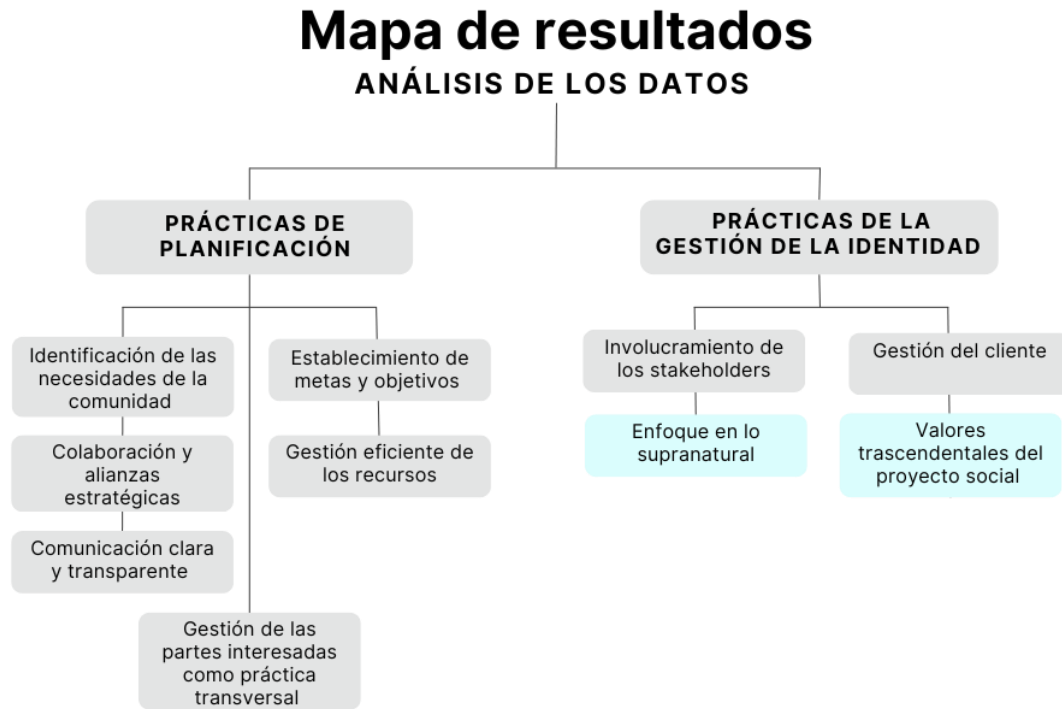


Nota. La figura muestra la interrelación de los resultados, es una gráfica preliminar de la disposición de estos en el análisis. Fuente: Elaboración propia

Capítulo 5

Análisis de los resultados

Figura 8 Mapa de resultados de la investigación



Nota. La figura muestra el mapa de análisis de los datos obtenidos en los resultados. Fuente:

Elaboración Propia

Prácticas de la planificación

El Banco Diocesano de Alimentos es una institución que busca brindar apoyo a las comunidades más necesitadas, garantizando el acceso a alimentos básicos. A pesar de su filosofía altruista, este sigue siendo un proyecto que debe ser gestionado, y en él están presentes diferentes prácticas de gestión que hacen posible su sostenimiento. Para cumplir eficazmente con su función misional, el

banco debe implementar prácticas de planificación sólidas y coherentes.

Para Cortés (1998), la planificación consiste en definir el curso de acción y los procedimientos requeridos para alcanzar los objetivos y metas. En otras palabras, es el plan que se establece de lo que hay que hacer para llegar al estado final deseado. Según Jiménez (1982), la planificación implica conocer el objetivo, evaluar la situación, considerar diversas acciones posibles y elegir la mejor opción. Terry y Franklin (1987) la describen como el proceso de seleccionar información y hacer suposiciones sobre el futuro, con el fin de formular las actividades necesarias para lograr los objetivos de la organización.

Dentro de las dinámicas del proyecto social es posible identificar prácticas de planificación que están alineadas con su funcionamiento, y que le han permitido sostenerse en el tiempo como uno de los proyectos de orden social más importantes de Colombia; entre estas prácticas encontramos las siguientes:

Identificación de las necesidades de la comunidad.

El primer paso en la planificación eficaz del proyecto social es la identificación y evaluación de las necesidades de la comunidad. Esto implica la realización de estudios y

análisis de datos para comprender el alcance y la naturaleza de la inseguridad alimentaria en la región. Mediante la recopilación de información demográfica, socioeconómica y de salud, el proyecto social puede obtener una visión clara de las necesidades específicas de la comunidad y adaptar sus esfuerzos en consecuencia. Dentro de los documentos analizados, estos aspectos se pudieron observar materializadas en estrategias como la toma de datos para listas de beneficiarios.

Establecimiento de metas y objetivos.

Una vez que se han identificado las necesidades, el proyecto social establece metas y objetivos claros. Estas metas incluyen la definición de campañas y/o actividades puntuales para la recolección de fondos, lo cual, en sí mismo, requiere planificación, pues debe definir elementos como nombre, imagen, estrategias de divulgación, alcance, recursos, además de incluir la distribución de una cantidad específica de alimentos, el aumento de la cobertura geográfica o la implementación de programas educativos relacionados con la nutrición. Al establecer metas alcanzables y medibles, el banco puede evaluar su progreso y ajustar su planificación según sea necesario.

Colaboración y alianzas estratégicas

Ningún proyecto social puede lograr su función misional de forma aislada. La colaboración con organizaciones locales, empresas y voluntarios es esencial para maximizar su impacto. A través de la creación de alianzas estratégicas, el banco logra ampliar su red de distribución, acceder a recursos adicionales y beneficiarse de conocimientos especializados, es así como

dinamiza alianzas con entidades de renombre, las cuales también se ven beneficiadas en un intercambio de relaciones sociales. La planificación debe incluir la identificación y el establecimiento de relaciones sólidas consocios potenciales, fomentando un enfoque de trabajo conjunto.

Gestión eficiente de recursos

La planificación efectiva también implica la gestión eficiente de los recursos disponibles.

El proyecto social evalúa cuidadosamente los recursos financieros, humanos y materiales necesarios para alcanzar sus objetivos, por ello echa mano de figuras como los voluntariados, para llevar a cabo sus actividades, e incluso, a través de sus alianzas estratégicas, se realiza un intercambio de saberes y experiencias prácticas que lo benefician. Esto incluye la búsqueda de donaciones, la optimización del uso de voluntarios y la implementación de sistemas de distribución eficientes. Una planificación adecuada garantiza que los recursos se utilicen de manera óptima y se maximice el impacto en la comunidad.

Comunicación clara y transparente

La comunicación es fundamental para el éxito de un proyecto social. La planificación incluye una estrategia de comunicación clara y transparente para informar a la comunidad sobre los servicios ofrecidos, las necesidades existentes y los logros obtenidos. Dentro de los documentos analizados se pudo observar que se incluye la difusión de información a través de medios tradicionales y digitales, así como el fomento de la participación y el compromiso de la comunidad en la misión del banco, esto a través de elementos semióticos que están evidenciados en

fotografías, flyers y demás propuestas gráficas con mensajes llamativos que incitan a la comunidad a participar con sus donaciones, haciendo un llamado al altruismo y a la solidaridad, así como propuestas gráficas y mediáticas que exaltan la labor de sus colaboradores, dotándolos de importancia social y mérito por su contribución.

Gestión de las partes interesadas como práctica transversal

Las prácticas de gestión en una fundación o proyecto social abarcan la gestión de las partes interesadas, en este caso, la identificación y gestión de una población objetivo y los elementos que generan su identidad con respecto al proyecto. Si bien en este caso de estudio se menciona la religión como uno de los vehículos de identidad, es importante destacar que, en cualquier proyecto social, la gestión de la población y los elementos que generan su identidad son fundamentales para el éxito y sostenibilidad del proyecto.

En los proyectos sociales, a diferencia de los proyectos de inversión, se requiere un enfoque particular en la gestión de las prácticas de identificación y construcción de identidad de los grupos poblacionales involucrados. Estas prácticas tienen como objetivo fortalecer y reforzar los elementos que generan la identidad de esa población, ya que son estos elementos los que sostendrán y permitirán que el proyecto sea exitoso a largo plazo.

La identificación de los grupos poblacionales relevantes implica un proceso de análisis y comprensión de las características y necesidades de dichos grupos. Esto incluye la recopilación de datos demográficos, socioeconómicos y culturales, así como la realización de estudios y análisis para comprender sus realidades y perspectivas. Al comprender quiénes son las personas que se verán directamente

afectadas por el proyecto, se puede diseñar una estrategia de gestión que sea adecuada y responda a sus necesidades específicas, este elemento está presente en el radar de beneficiarios y los diferentes censos que realizan los proyectos sociales para identificar a su población objetivo, de la mano de entidades aliadas con las que trabaja de forma conjunta, en este caso se hace a través de las diferentes parroquias y fundaciones que trabajan de forma conjunta.

La construcción de identidad implica trabajar en estrecha colaboración con la comunidad o población objetivo para fortalecer los elementos que generan su identificación. Esto incluye actividades como la promoción de valores, tradiciones, creencias o prácticas culturales que son importantes para la comunidad, en este sentido, la religión es un vehículo de cohesión social en la medida en que se convierte en excusa y justificación de acciones “bondadosas y caritativas”, lo cual fortalece y valida la función de un proyecto social como el elemento empírico de esta investigación. Además, se establecen canales de participación y diálogo para que los miembros de la comunidad se sientan involucrados en el proyecto y tengan voz en las decisiones que los afectan directamente.

La relación discurso- prácticas

La función de los discursos en la gestión de proyectos sociales no se limita solo a informar o comunicar, sino que implica un enfoque más profundo en la identificación y construcción de identidad. Esto involucra un compromiso activo con la comunidad, la promoción de la participación ciudadana y el establecimiento de relaciones de confianza y respeto mutuo.

Los discursos lingüísticos y semióticos de la solidaridad, el altruismo y el don de servicio desempeñan un papel fundamental en la construcción de prácticas de gestión en una organización. Estos discursos no solo influyen en la forma en que se comunican los valores y objetivos de la organización, sino que también moldean las prácticas y acciones concretas que se llevan a cabo en el contexto de la gestión.

En primer lugar, los discursos relacionados con la solidaridad, altruismo y don de servicio proporcionan un marco ético y moral para la toma de decisiones y la formulación de políticas en torno a la gestión de este proyecto social en particular. Estos discursos enfatizan la importancia de actuar en beneficio de los demás y trabajar para el bien común. Como resultado, las prácticas de gestión se ven influenciadas por estos valores, lo que implica que se prioricen acciones y decisiones que fomenten la solidaridad, la generosidad y el servicio a los demás.

Estos discursos también influyen en la cultura organizacional, creando un ambiente en el que la colaboración, la empatía y el compromiso con el bienestar de los demás son valorados y promovidos. Las prácticas de gestión se desarrollan en este contexto cultural, lo que implica que se fomente la participación activa, la cooperación y el apoyo mutuo dentro de la organización. Esto se refleja en políticas y procedimientos que promueven la colaboración, la transparencia y la responsabilidad social.

Además, estos discursos influyen en la forma en que se comunican los objetivos y las metas de la organización tanto interna como externamente. Estos discursos se utilizan para transmitir la misión y la visión de la organización,

generando un sentido de propósito y compromiso en los miembros del equipo y en los stakeholders externos. Las prácticas de gestión, en este sentido, incluyen la **elaboración de mensajes claros y persuasivos** que resalten los valores de solidaridad, altruismo y servicio, y que movilicen a las personas e instituciones a participar y apoyar la causa de la organización.

Asimismo, los discursos de la solidaridad también influyen en las prácticas de gestión relacionadas con la **captación de recursos y el voluntariado**. Estos discursos se utilizan para motivar a las personas a contribuir con su tiempo, habilidades o recursos para apoyar la labor de la organización. Las prácticas de gestión en este contexto incluyen la implementación de estrategias de comunicación efectivas y persuasivas, tal y como se pudo evidenciar en los documentos analizados, además de la creación de oportunidades de participación significativas y la promoción de beneficios mutuos para los donantes y voluntarios.

Figura 9 Relación entre discurso y prácticas



Nota. La figura muestra como es la relación entre los discursos y las prácticas de gestión del proyecto social. Fuente: Elaboración propia

Prácticas de la gestión de la identidad

La identidad es más que un logotipo, es una declaración de valores.

Reconociendo la importancia de la identidad para las empresas, es relevante señalar que este concepto va más allá de simplemente asignar "marcas" a las organizaciones, las cuales a menudo se confunden con logotipos o símbolos visuales. No se trata simplemente de un aspecto superficial dentro del ámbito del diseño gráfico, donde los colores, las formas y el significado son elementos clave; que, aunque son elementos fundamentales no representan toda la identidad de una organización.

En cambio, la Identidad Corporativa abarca la totalidad de la empresa y, sobre todo, lo que la distingue de las demás: es un instrumento fundamental de la estrategia y competitividad empresarial. Su desarrollo y gestión no se limitan únicamente al diseño y la visibilidad, sino que se manifiesta a través de diversos medios verbales, culturales y ambientales. Por lo tanto, su elaboración y gestión requieren una perspectiva multidisciplinaria esencial (Costa, 2007).

La gestión de valores es un aspecto crucial en la construcción y desarrollo de un proyecto social. A través de elementos semióticos, simbólicos y de discurso, se busca validar la identidad del proyecto, fortaleciendo así su propósito y misión. Esta gestión de valores no solo tiene un impacto interno en la

organización, sino que también favorece el acercamiento, el establecimiento de vínculos y fortalece la identidad de las partes interesadas que son fundamentales para sostener el éxito del proyecto.

En primer lugar, la gestión de valores en un proyecto social va más allá de una simple transmisión de información. Implica una cuidadosa utilización de elementos semióticos y simbólicos que permiten comunicar y transmitir de manera efectiva los principios y creencias fundamentales que sustentan la esencia del proyecto.

Estos elementos semióticos incluyen símbolos, rituales, imágenes y un lenguaje específico que va más allá de lo meramente humano. Se adentran en lo supra social y lo sobrenatural, trascendiendo los límites del mundo natural. Estos componentes simbólicos evocan y representan los valores centrales del proyecto, estableciendo una conexión profunda y significativa con las personas que participan en él. A través de su uso estratégico, se busca generar una conexión emocional y espiritual con las partes interesadas, invitándolas a identificarse con el proyecto y sus propósitos. Estos elementos contribuyen a validar la identidad del proyecto y a establecer un marco común de referencia que fortalece los lazos con las partes interesadas.

Además, el discurso desempeña un papel fundamental en la gestión de valores en un proyecto social. El lenguaje utilizado en la comunicación interna y externa refuerza los valores y principios que guían el proyecto. A través de discursos que resalten la solidaridad, el altruismo, la compasión y el servicio desinteresado, se busca transmitir los fundamentos éticos y morales del proyecto.

Estos discursos no solo validan la identidad del proyecto, sino que también generan una atracción y un sentido de pertenencia en las partes interesadas, motivándolas a involucrarse activamente y a comprometerse con el éxito del proyecto.

Es importante destacar que la gestión de valores no se limita solo a la validación interna del proyecto, sino que también tiene un impacto significativo en las partes interesadas externas. Aquellas personas que se sienten identificadas y atraídas por los valores y principios promovidos por el proyecto se convierten en pilares fundamentales para su éxito. Su participación, apoyo y compromiso son vitales para el logro de los objetivos del proyecto. Por lo tanto, la gestión de valores tiene como objetivo fortalecer y favorecer la identidad de estas partes interesadas, proporcionando un sentido de propósito y satisfacción al participar en el proyecto.

Involucramiento de las partes interesadas

El proyecto es en sí la relación con sus stakeholders

Ligado a la gestión de la identidad, el éxito del proyecto social es el involucramiento de las partes para captar los recursos que necesita, hay prácticas de gestión del cliente, del marketing y de los recursos disponibles, todo buscando recaudar fondos, su naturaleza es que es bueno, necesario y bondadoso, pero busca a través de la gestión del cliente reforzar su sentido y su identidad. Lo ubica en un sitio del sentido, del propósito, de la finalidad.

Esa ubicación llama a más stakeholders a participar.

En primer lugar, las prácticas de gestión del cliente en un proyecto

social se centran en establecer relaciones sólidas y duraderas con los donantes, patrocinadores y colaboradores potenciales. Se busca comprender sus necesidades, intereses y motivaciones, y adaptar la comunicación y las estrategias de participación en consecuencia. Al gestionar eficazmente las relaciones con los clientes, se establece un vínculo significativo y se fortalece la identidad del proyecto como una causa digna de apoyo.

Además, el marketing desempeña un papel clave en la gestión de un proyecto social. A través de estrategias efectivas, se difunden los valores, objetivos y logros del proyecto, generando conciencia y atrayendo la atención de un público más amplio. El marketing ayuda a posicionar al proyecto social como algo relevante y valioso para la sociedad, lo cual refuerza su identidad y atrae a más stakeholders a participar.

El portal Cool-tabs.com nombra a este tipo de marketing **Marketing Social**, y lo define de la siguiente manera:

En el marketing social se utilizan las mismas técnicas del marketing comercial: planteamiento, ejecución y evaluación de programas. Pretende generar interés y que se produzca un cambio voluntario y positivo en la conducta del público objetivo, a fin de mejorar el bienestar social. Este pasa de tener un objetivo lucrativo a tener el propósito de establecer relaciones satisfactorias entre la entidad y el público (“Marketing social: estrategias para ONGs y entidades sin ánimo de lucro”, 2020).

Figura 10 Publicación en la página de Instagram del Banco Diocesano de alimentos



Nota. La figura muestra una publicación en la red social Instagram en donde se puede evidenciar la aplicación del Marketing Social como una práctica de gestión en el proyecto social que es el Banco Diocesano de Alimentos. Fuente: Página de Instagram @bancodealimentosneiva

La identidad del proyecto social se construye en torno a su propósito y finalidad. La gestión efectiva de la identidad implica transmitir de manera clara y coherente los valores y principios que lo sustentan, así como la importancia y el impacto positivo que tiene en la comunidad. Al resaltar la relevancia y la necesidad del proyecto, se refuerza su identidad y se genera un mayor interés y compromiso de las partes interesadas.

En este enfoque centrado en la gestión del cliente, el marketing y la identidad tienen como objetivo captar los recursos necesarios para el proyecto social.

Al reforzar la identidad y el sentido del proyecto, se crea un atractivo emocional y ético que motiva a los stakeholders a involucrarse y apoyar la causa. A medida que más actores se identifican con el propósito y los valores del proyecto, aumenta la participación y se fortalece la base de apoyo, lo que contribuye a su éxito a largo plazo.

La gestión de cliente

La gestión del cliente en un proyecto social es fundamental cuando se trata de personas naturales que realizan donaciones y/o voluntariados, así como de instituciones que comparten valores y apoyan al proyecto social. Estos dos tipos de clientes desempeñan un papel crucial en el sostenimiento y el éxito de este tipo de proyectos, ya que su apoyo financiero y su compromiso voluntario son vitales para su funcionamiento.

En primer lugar, la gestión del cliente en el ámbito de personas naturales que realizan donaciones y/o voluntariados implica establecer una relación sólida y duradera con cada individuo. Se trata de comprender sus motivaciones y expectativas, y brindarles una experiencia significativa y satisfactoria en su interacción con el proyecto en sí. Esto implica comunicarse de manera efectiva, transmitir el impacto positivo de sus contribuciones y reconocer su generosidad de manera constante y sincera. Al hacerlo, se fortalece su compromiso y se fomenta una relación de confianza mutua.

Por otro lado, la gestión del cliente también se aplica a las instituciones que comparten valores con el proyecto social. Estas instituciones, ya sean

organizaciones benéficas, empresas o entidades filantrópicas, se involucran con la organización a través de alianzas estratégicas, donaciones corporativas o programas de voluntariado institucional. En este caso, la gestión implica establecer y mantener relaciones sólidas con los representantes de estas instituciones, demostrando el impacto positivo de su apoyo y buscando oportunidades de colaboración a largo plazo, se trata de hacer lobby constante con los encargados de la toma de decisiones, esto redundará en beneficio tanto tributario como de fortalecimiento de la imagen de las empresas y/o organizaciones que se vinculan con el proyecto. Al reconocer y valorar su compromiso, se fortalece su sentido de pertenencia y su vínculo con el proyecto.

A continuación, podemos observar la relación con ambos sectores involucrados con el proyecto y la forma en la que se realiza la segmentación anteriormente mencionada. En la primera figura se evidencia el llamado a la acción a las personas naturales para que se vinculen con las diferentes actividades de donación, la segunda figura corresponde a ese mismo llamado a la acción, pero enfocado en el sector empresarial.

Figura 11 Campaña de marketing social enfocado en las personas naturales



Nota. La figura muestra una publicación en la red social Instagram en donde se le hace un llamado a la acción a las personas naturales, hoy es importante resaltar que en esta figura se puede evidenciar la relación entre dos instituciones, por un lado, el proyecto social que es el Banco Diocesano de Alimentos y por el otro uno de sus aliados estratégicos que es Comfamiliar. Fuente: Página de Instagram @bancodealimentosneiva

Figura 12 Campaña de marketing social enfocado en el sector empresarial



Nota. La figura muestra el llamado a la acción que se le realiza el sector empresarial, igual que la figura anterior se puede evidenciar la presencia del Banco Diocesano de Alimentos y su aliado estratégico que es con familiar. Es importante resaltar en esta figura que se resalta la cuenta bancaria y los números de teléfono para poder realizar donaciones. Fuente: Página de Instagram @bancodealimentosneiva

Ambos enfoques de gestión del cliente tienen un objetivo común: mantener una base sólida de apoyo y compromiso por parte de las personas naturales y las instituciones que respaldan al proyecto social. Al cultivar relaciones sólidas y significativas con los donantes y los voluntarios individuales, se genera una red de

personas comprometidas que no solo brindan apoyo financiero, sino que también actúan como embajadores del proyecto en sí, difundiendo su misión y movilizándolo a otros a unirse a la causa. Al mismo tiempo, al gestionar y nutrir las relaciones con las instituciones, se fomenta la colaboración a largo plazo y se crea una red de apoyo institucional sólida.

Aspectos por considerar sobre los proyectos sociales

Para que un proyecto social alcance el éxito y perdure en el tiempo, es fundamental que esté anclado y definido en algo más allá de lo cotidiano, en algo que trascienda la realidad inmediata y que conecte con las necesidades más profundas y esenciales de la existencia humana. Esta necesidad de trascendencia y conexión con lo supra natural es inherente a la naturaleza humana, ya que buscamos significado y propósito más allá de lo material y lo tangible.

Es en este contexto que la vinculación del proyecto social a un ideario supra natural adquiere una importancia crucial. Al asociarse con valores y elementos que están relacionados con la caridad, la solidaridad y el bienestar de los demás, el proyecto social se enriquece con un significado más profundo y trascendente. Estos valores encuentran su arraigo en sistemas de creencias y tradiciones que han sido aceptados y reconocidos socialmente, lo que fortalece aún más la identidad y el propósito del proyecto.

El discurso que rodea al proyecto social, basado en estos valores y elementos trascendentales, no solo le otorga una mayor legitimidad y aceptación en la sociedad, sino que también actúa como un motor inspirador para quienes se

involucran en él. Los individuos y organizaciones que participan en el proyecto encuentran un sentido de propósito y pertenencia al saber que están contribuyendo a una causa que va más allá de lo individual y que busca impactar positivamente a la comunidad y a la humanidad en su conjunto.

Asimismo, la conexión del proyecto social con elementos de tipo trascendental no solo está relacionada con la fe, pues puede estar vinculada a diversos aspectos, como la defensa de la mujer, la promoción de la paz, el bienestar de la niñez o la protección de la naturaleza, entre otros. Estos elementos representan pilares fundamentales que sostienen y dan sustento al proyecto, brindándole una dirección clara y una base sólida sobre la cual construir y desarrollar sus acciones.

Al vincular la razón de ser del proyecto social con elementos trascendentales, se crea una poderosa sinergia que impulsa su éxito y su impacto positivo en la sociedad. La visión más amplia y significativa que proporciona esta vinculación permite superar los desafíos y obstáculos que puedan surgir en el camino, inspirando a todos los involucrados a trabajar con compromiso y pasión por la causa común, además de garantizar el éxito y la continuidad en el tiempo, pues la obtención de recursos viene ligada a la gestión que se hace de estos elementos supra naturales con los stakeholders.

Peter Drucker (1979) estableció la importancia de definir la estructura organizativa durante el proceso de organización. Específicamente, en el contexto de un proyecto social enfocado en combatir el hambre, es fundamental cuestionarse

dos aspectos clave: "¿Cuál es el enfoque de nuestro negocio en la actualidad?" y "¿En qué dirección deberíamos enfocarnos en el futuro?" Al responder estas preguntas, se puede establecer una visión clara y coherente para el proyecto.

Para resolver estas inquietudes y definir adecuadamente la estructura, es necesario realizar un análisis integral de las actividades, decisiones y relaciones que conforman el proyecto social. Al abordar estos aspectos en conjunto, se obtiene una comprensión holística de cómo se desarrollan las acciones y cómo se establecen las conexiones entre diferentes áreas de trabajo.

En relación con la identidad y los valores trascendentales del proyecto social, es importante destacar que estos aspectos juegan un papel fundamental en su estructuración. La identidad del proyecto se basa en los valores que se han adoptado, los cuales pueden estar arraigados en creencias de orden superior y con un propósito más allá de lo cotidiano.

Cuando la identidad del proyecto se vincula a valores trascendentales, estos no solo generan una identidad sólida, sino que también actúan como elementos estructurantes y guías para la conformación de la organización. Por ejemplo, si el proyecto social está vinculado al Banco Diocesano de Alimentos, las actividades relacionadas con la logística, la recolección y entrega de alimentos formarán parte de su estructura organizativa. También se puede esperar que haya actividades relacionadas con campañas para promover la solidaridad y la participación de la comunidad y los diferentes stakeholders.

Es esencial reflexionar sobre cómo la identidad y los valores trascendentales

influyen en la estructura del proyecto social. Al hacerlo, se puede garantizar una alineación adecuada entre la visión del proyecto, las acciones que se realizan y los resultados que se buscan alcanzar. Esta coherencia y claridad en la estructura contribuyen al éxito y eficacia del proyecto social en su misión de abordar la problemática del hambre y mejorar la calidad de vida de quienes más lo necesitan.

Figura 13 Dinámica del proyecto social



Nota. En la figura se presenta la dinámica del proyecto social con las consideraciones más importantes para garantizar su éxito en el tiempo.

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, la gestión del proyecto social implica pensar en la dinámica de obtención de recursos que tiene este en particular. Para ilustrar esta idea, podemos considerar la diferencia en la gestión de recursos entre proyectos de

infraestructura como la construcción de una carretera o un distrito de riego, y proyectos de carácter social. En el caso de proyectos de infraestructura, los recursos asignados suelen estar garantizados desde el inicio, lo que facilita la planificación y ejecución de las obras.

Sin embargo, en proyectos de tipo social, la obtención de recursos para su financiación es un desafío fundamental. Estos proyectos dependen en gran medida de prácticas de gestión para obtener el apoyo financiero necesario.

La obtención de recursos para proyectos sociales requiere de un enfoque activo y estratégico. Es necesario buscar fuentes de financiación diversas, como donaciones de personas naturales, aportes de empresas, subsidios gubernamentales, entre otros. Además, se deben establecer campañas de recaudación de fondos y promover el apoyo de la comunidad y los stakeholders involucrados.

Es importante tener en cuenta que los proyectos sociales, al tener una naturaleza altruista y enfocada en el bienestar de la comunidad, deben generar interés y confianza en aquellos que puedan aportar recursos. Es decir, la gestión de recursos para la financiación no solo se basa en solicitar fondos, sino también en comunicar la importancia y el impacto positivo del proyecto en la sociedad.

La gestión de recursos para la financiación de proyectos sociales requiere una planificación minuciosa, donde se identifiquen las necesidades financieras, se definan estrategias de recaudación y se establezcan metas

realistas. Es un proceso continuo que implica mantener una comunicación constante con los donantes y asegurarse de que se utilicen los recursos de manera eficiente y transparente.

Conclusiones

Las prácticas de gestión del Banco Diocesano de Alimentos de la ciudad de Neiva se constituyen en el centro de referencia de la presente investigación abordado como un fenómeno presente de manera constante e interdependiente según se planteó desde el inicio. Se identificaron situaciones propias tales como el liderazgo en las iniciativas y acciones concretas de caridad proyectadas en la región, las cuales responden a las necesidades del entorno. Se pueden evidenciar algunas situaciones propias del individuo como la capacidad para actuar y animar a la comunidad que se ha involucrado en su misión y las acciones benefactoras que se constituyen como un aprendizaje que se da en la interacción de las personas que han logrado sensibilizarse con los intereses nobles de dicho programa y la transparencia en la ejecución de sus procedimientos que se presentan como modelos repetitivos reconocibles en el entorno.

Las prácticas gerenciales del Banco Diocesano de Alimentos pueden ser vistas como rutinas organizacionales fundamentadas en la Doctrina Social de la Iglesia, las cuales son conocidas por los líderes del programa y puestas al servicio de su misión pastoral y evangelizadora a través de acciones concretas representadas en la motivación de la comunidad, por medio de la convocatoria y organización de las personas que contribuyen al servicio con su trabajo, recolección, clasificación, distribución de alimentos o aporte con sus donaciones. Así mismo se mantiene vivo el entusiasmo de las personas y las entidades que se hacen partícipes con su contribución. Igualmente, las prácticas formativas y evangelizadoras que se llevan a cabo con beneficiarios y benefactores permiten el conocimiento pleno de las causas

motivaciones del programa, el fortalecimiento de valores altruistas y la decidida labor de solidaridad consolidada como una práctica compartida que forma parte de una rutina organizacional.

En la obra pastoral y evangelizadora del Banco Diocesano de Alimentos de la ciudad de Neiva, se puede evidenciar un ejemplo de práctica de gestión exitosa ya que recibe donaciones en grandes cantidades, logradas mediante la vinculación de la sociedad, personas de diferentes estratos, razas, creencias y nivel educativo; empresas de distintos orígenes y sectores comunitarios, cuyas acciones son permanentes, consecutivas, comunicadas y reconocidas dentro de la dinámica social de la región como una iniciativa caritativa que responde a una problemática real como lo es la dificultad alimentaria de algunas personas y sectores sociales.

En el desarrollo de la presente investigación se pudieron identificar acciones materiales constituidas como fundamento de la creación, evolución y gestión actual del proyecto social del Banco Diocesano de Alimentos, pasando de una teoría o política institucional de la Iglesia Católica a unas prácticas consistentes en la valoración del mundo social, cuyas acciones se han ejecutado durante más de 17 años, evidenciándose el reconocimiento de la realidad y las necesidades de la comunidad; igualmente se constituyen en el puente entre las empresas y personal benefactor junto con el gran número de necesitados que son beneficiarios, ancianos, hogares infantiles, ancianatos... siendo actividades constantes en el tiempo y en el entorno.

En la presente investigación se identificó la influencia importante de un discurso creado a partir de los fundamentos conceptuales del acompañamiento, apoyo,

donaciones, caridad y servicio, los cuales son transmitidos, fomentados, aprehendidos y puestos en práctica como una acción constante dentro de la dinámica de las actividades realizadas tanto al interior de la organización como en su relacionamiento con otras personas y entidades benefactoras, lo cual ha permitido que sean conductas repetitivas y perdurables al punto de formar parte de una identidad y una cultura organizacional.

Dentro de las observaciones realizadas, se logró reconocer que el discurso manejado dentro de los procesos de gestión y en la interacción social comunicativa generada por la dinámica del programa Banco Diocesano de Alimentos, cumple una función de sensibilización de las personas de tal manera que convoca a la participación activa de las actividades que se crean, promueven y ejecutan. Se reconoce dentro de las acciones rutinarias un discurso que invita a la solidaridad, la caridad y la acción, manteniendo cada uno de los grupos participantes unidos en una misión clara y común, basada en el compromiso de trabajo en equipo, amor al prójimo, el modelo del buen cristiano y la compasión.

El discurso utilizado en el Banco Diocesano de Alimentos está ligado con la gestión actual del proyecto social que se promueve, ha hecho uso de los medios de comunicación social, incluyendo las redes sociales, lo cual ha permitido el relacionamiento con la comunidad para dar a conocer el programa y buscar el apoyo decidido de la sociedad civil, sectores empresariales y las estamentos oficiales, haciendo que la caridad sea un asunto derivado del compromiso subyacente al discurso de la bondad y una práctica social altruista que se aprende a través de la gestión, la promoción y el reconocimiento de las acciones ejemplarizantes,

generando también un sentido particular de ciudadanía.

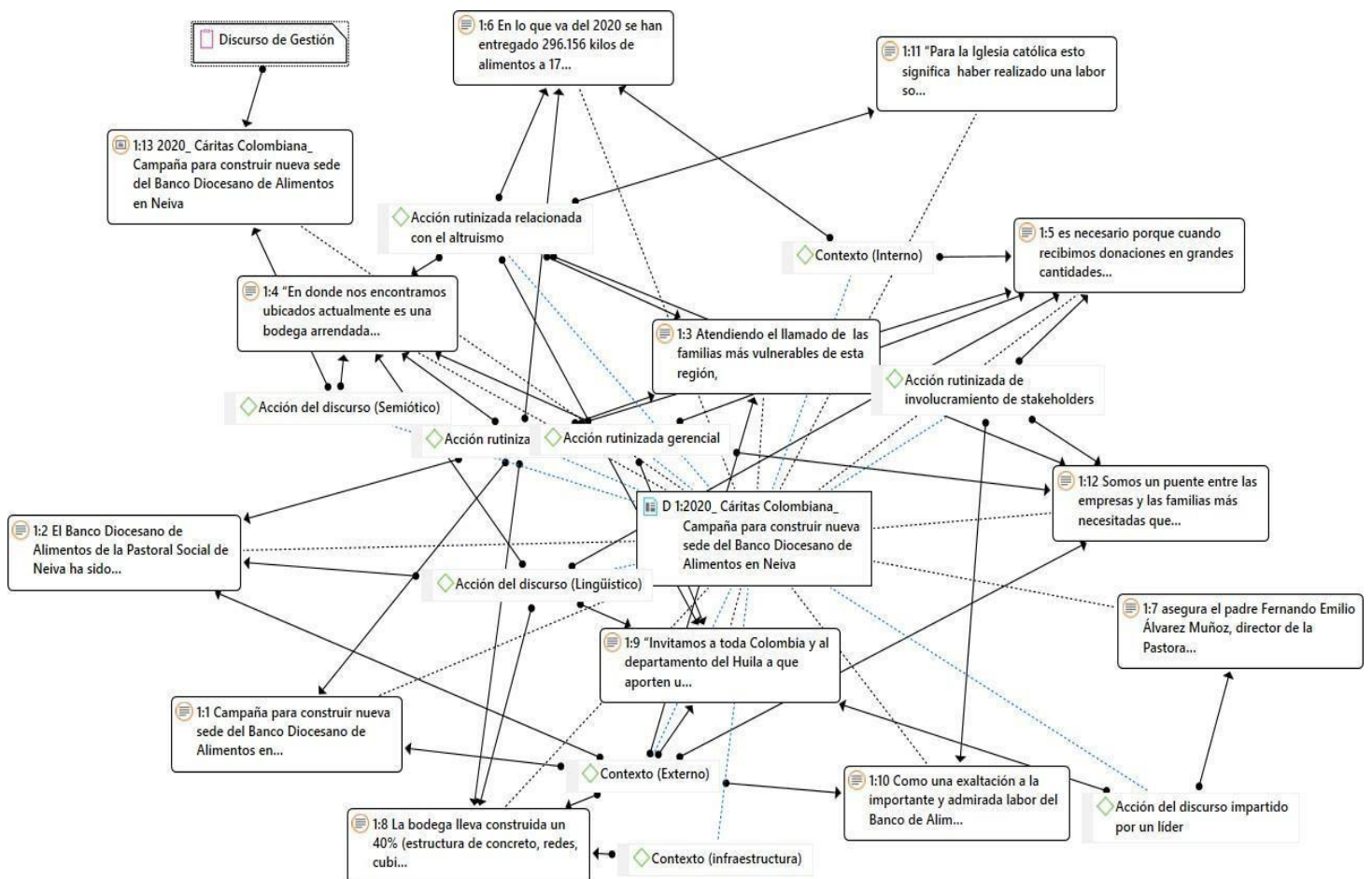
La metodología de investigación abordada en la presente permitió obtener información relevante sobre las prácticas de gestión como objeto de análisis y conocimiento aportando al logro de las pretensiones desde el campo de la ciencia y el enfoque cualitativo para el estudio de los fenómenos presentes que se identificaron en la relación con las investigadoras.

Anexos

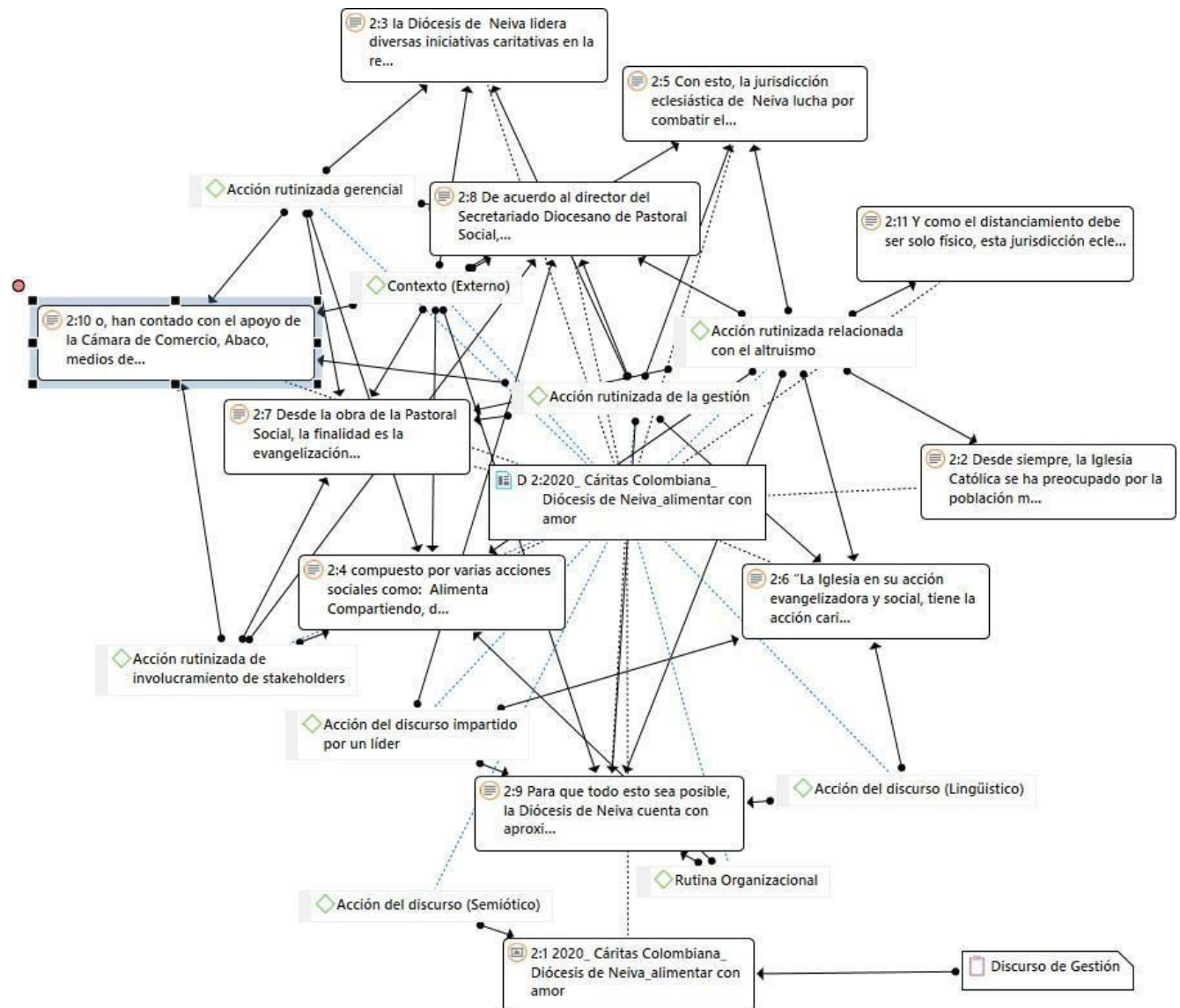
Anexo A Nube de palabras



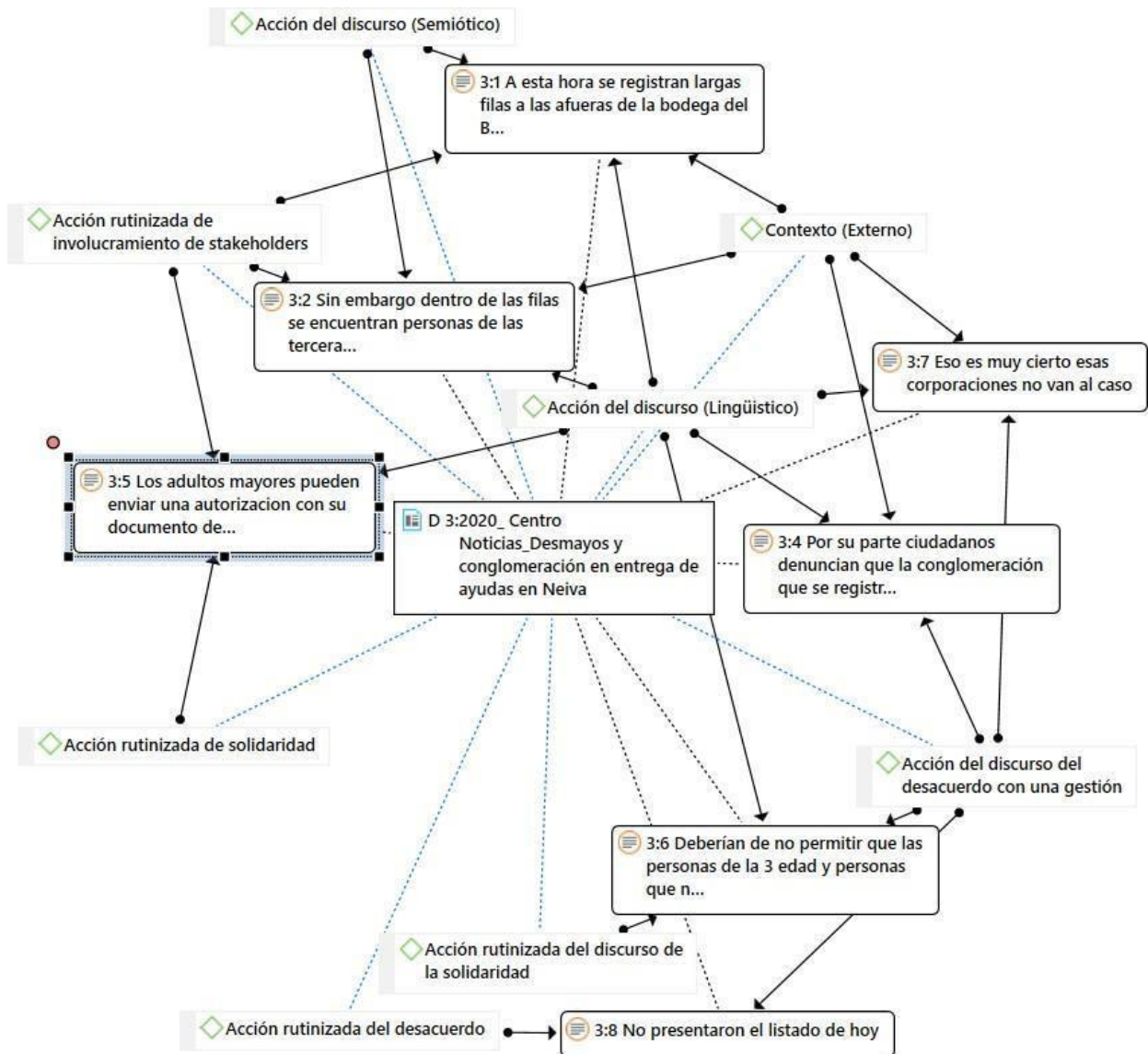
Anexo B Redes por documento: 2020_ Cáritas Colombiana_ Campaña para construir nueva sede del Banco Diocesano de Alimentos en Neiva



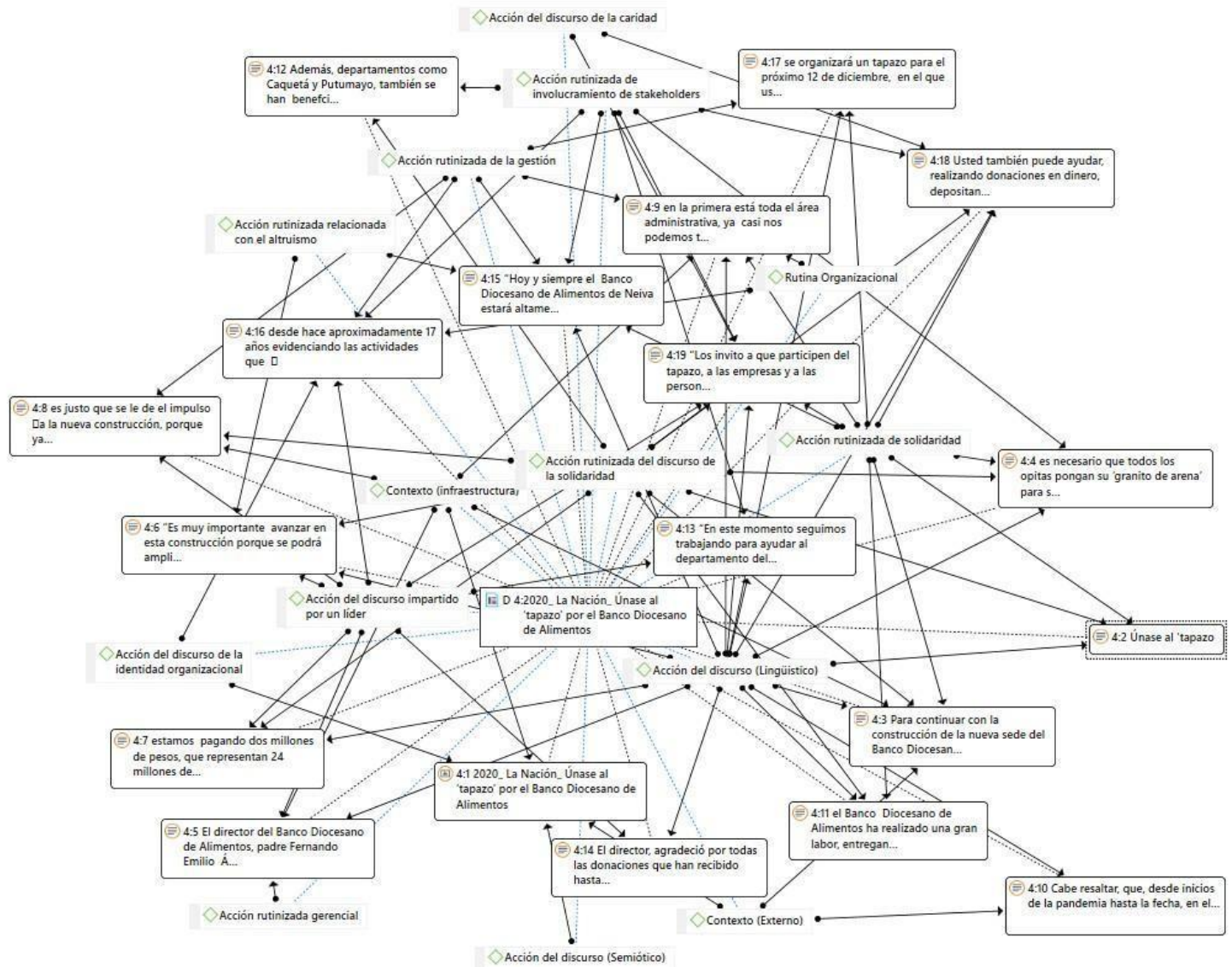
Anexo C . Redes por documento: 2020_ Cáritas Colombiana_ Diócesis de Neiva_alimentar con amor.



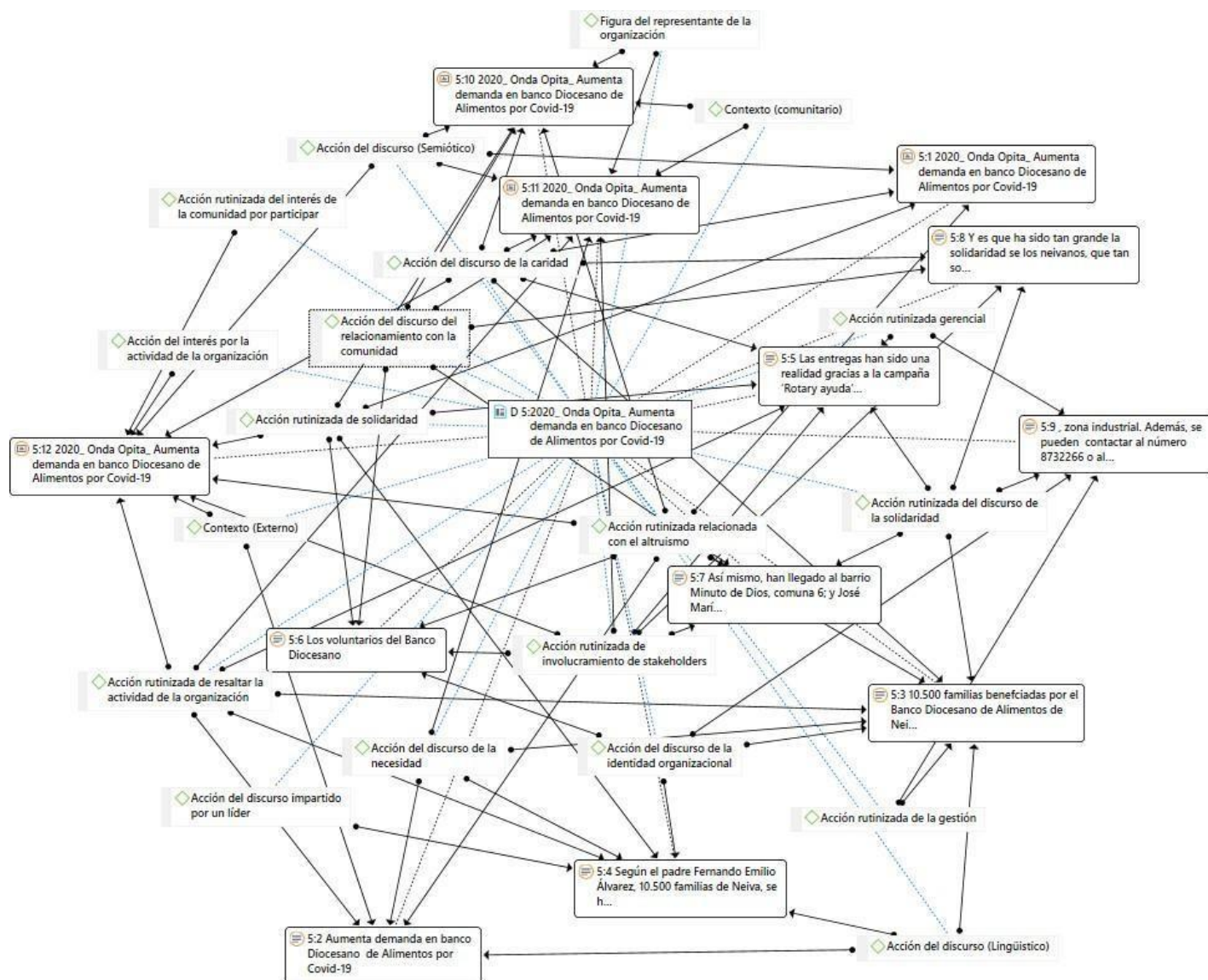
Anexo D Redes por documento: 2020_Centro Noticias_Desmayos y conglomeración en entrega de ayudas en Neiva.



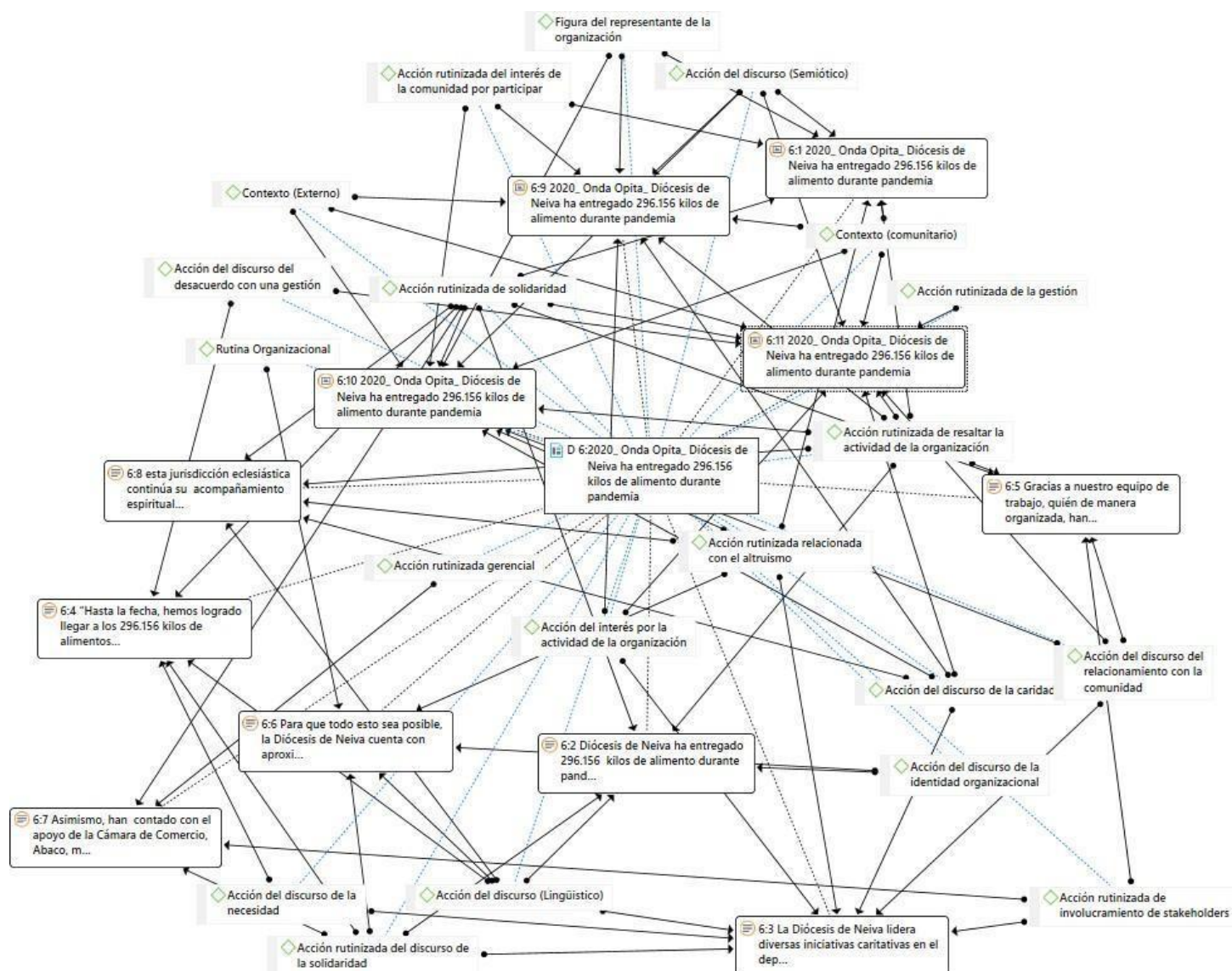
Anexo E . Redes por documento: 2020_ La Nación_ Únase al 'tapazo' por el Banco Diocesano de Alimentos



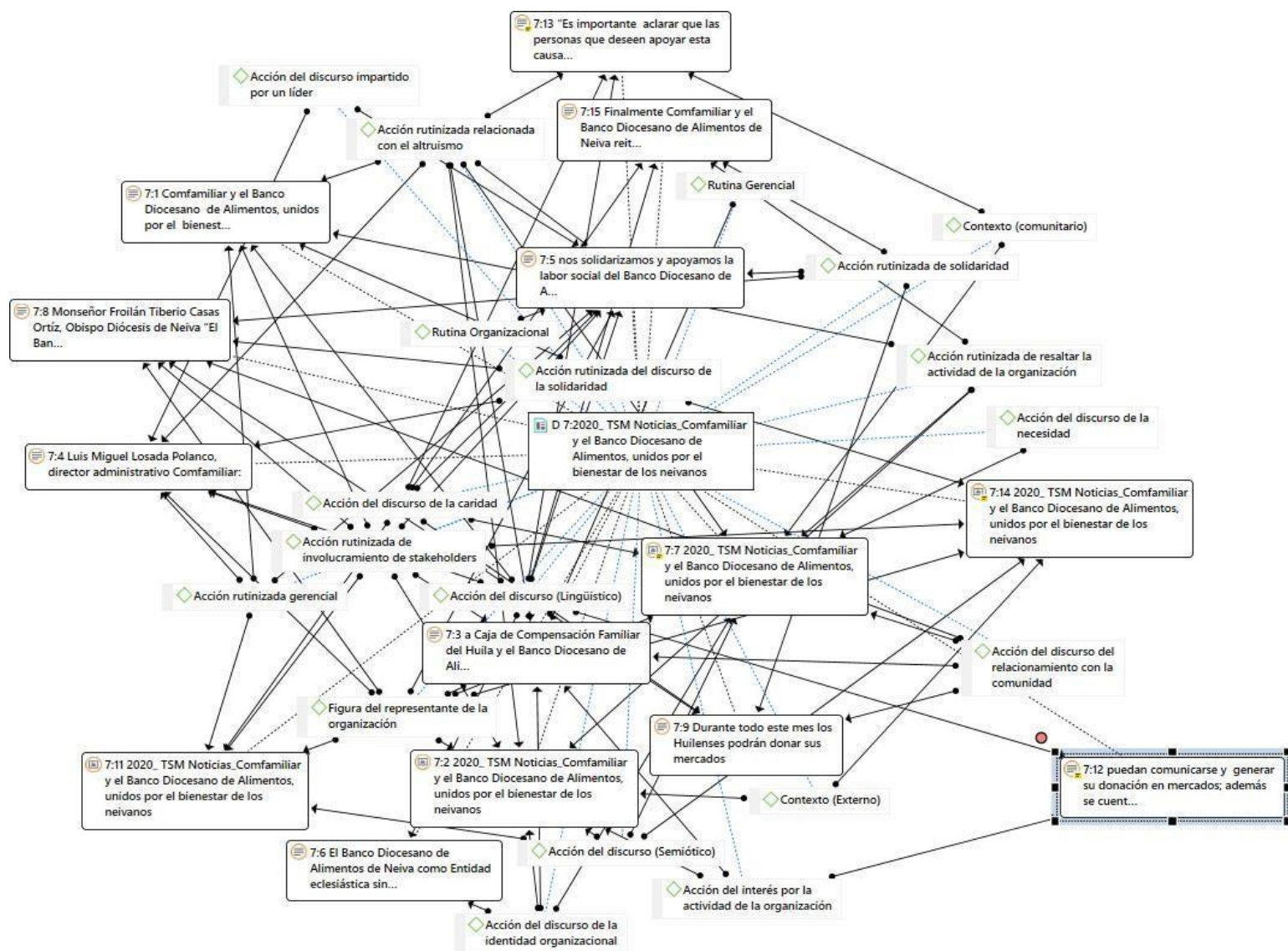
Anexo F Redes por documento: 2020_Onda Opita_Aumenta demanda en banco Diocesano de Alimentos por Covid-19



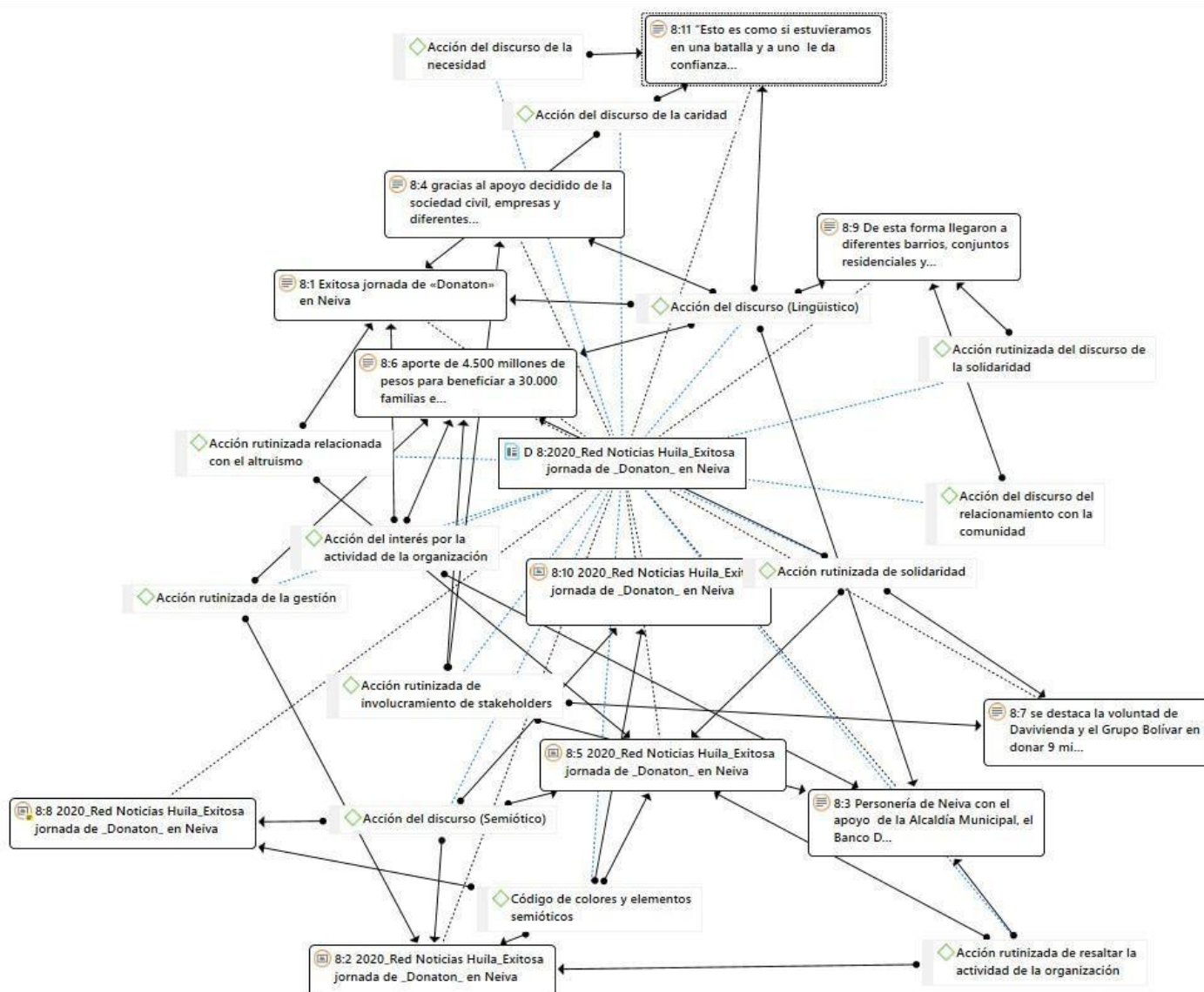
Anexo G Redes por documento:2020_ Onda Opita_ Diócesis de Neiva ha entregado 296.156 kilos de alimento durante pandemia.



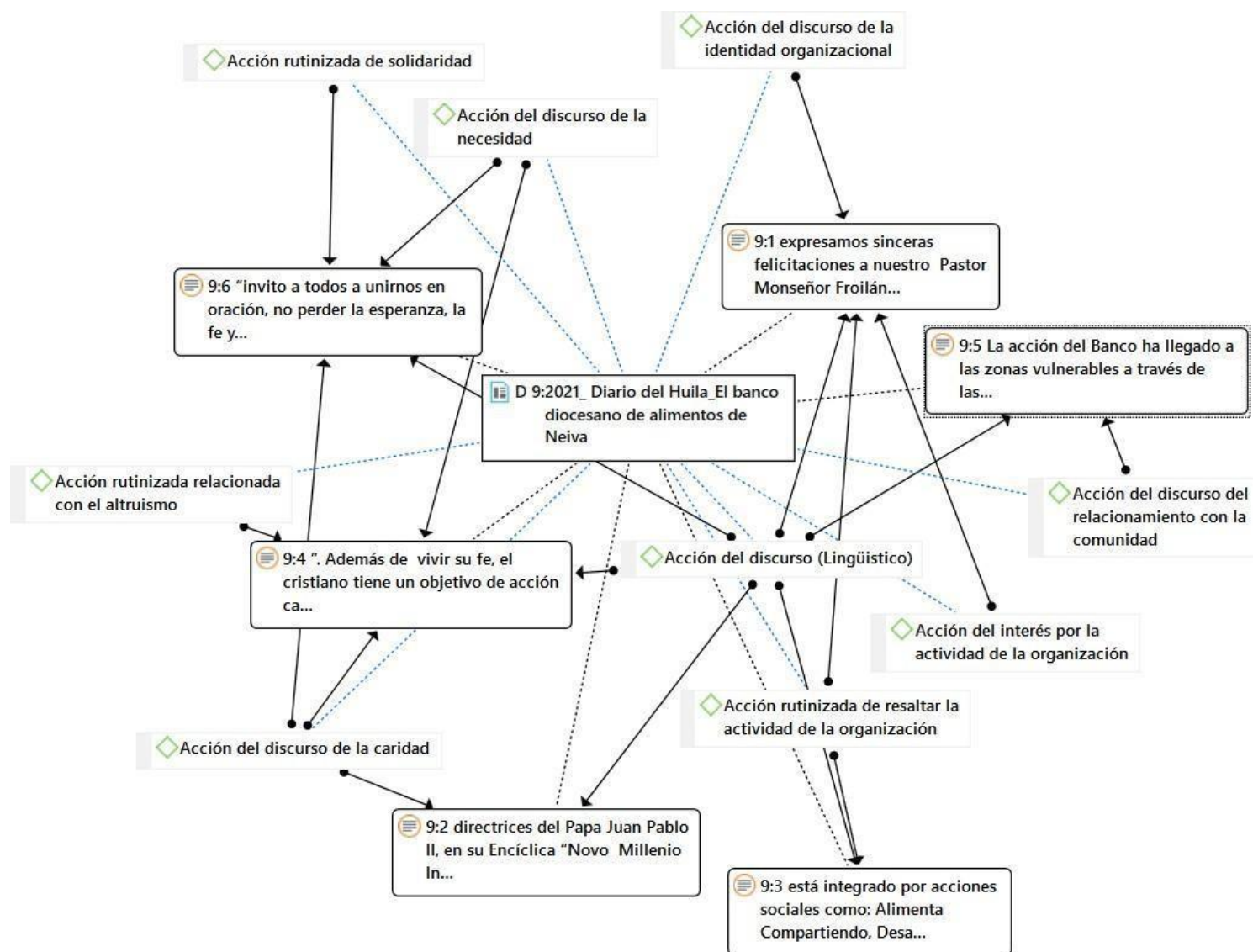
Anexo H Redes por documento: 2020_ TSM Noticias_Comfamiliar y el Banco Diocesano de Alimentos, unidos por el bienestar de los neivanos



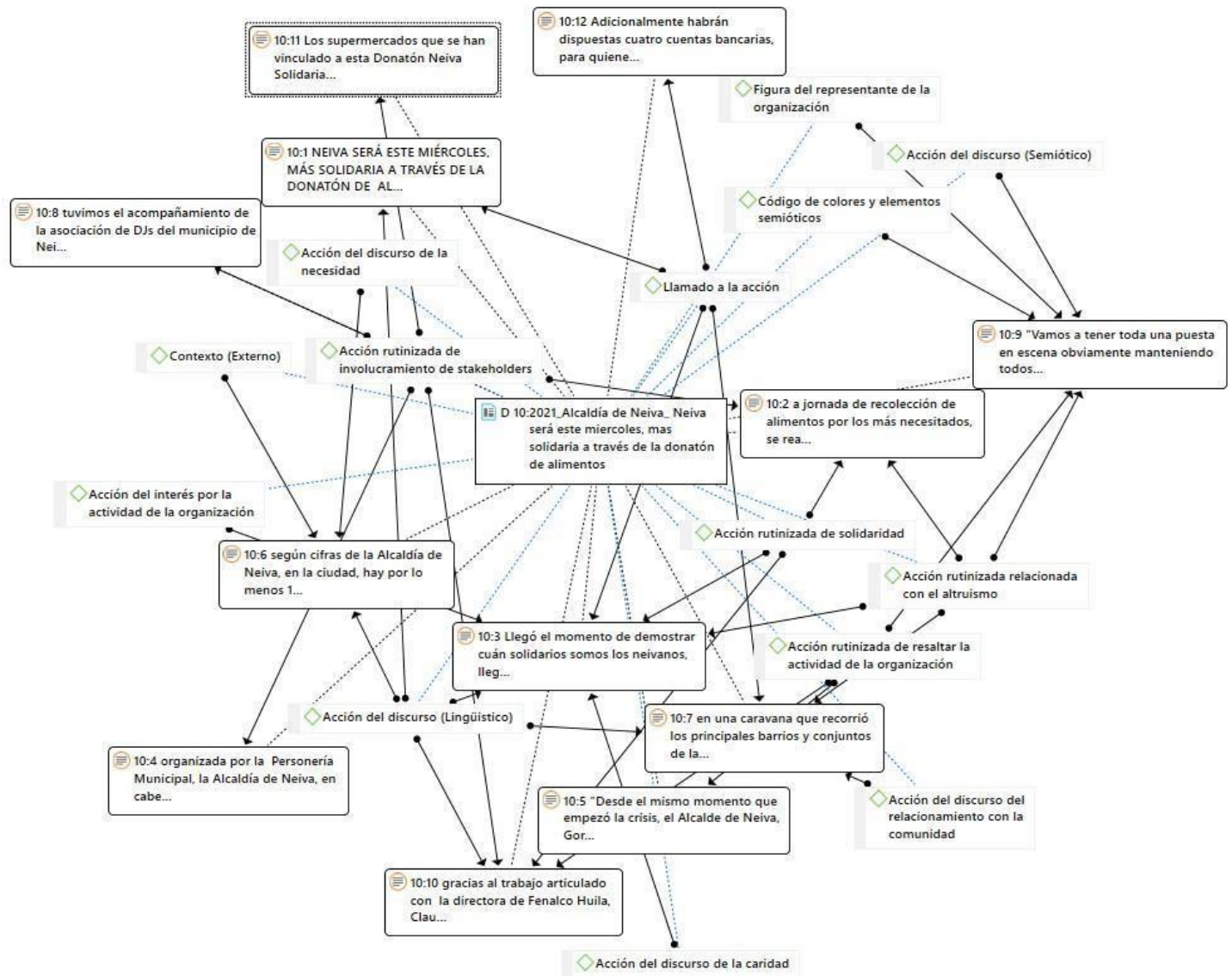
Anexo I Redes por documento: 2020_Red Noticias Huila_Exitosa jornada de _Donaton_ en Neiva



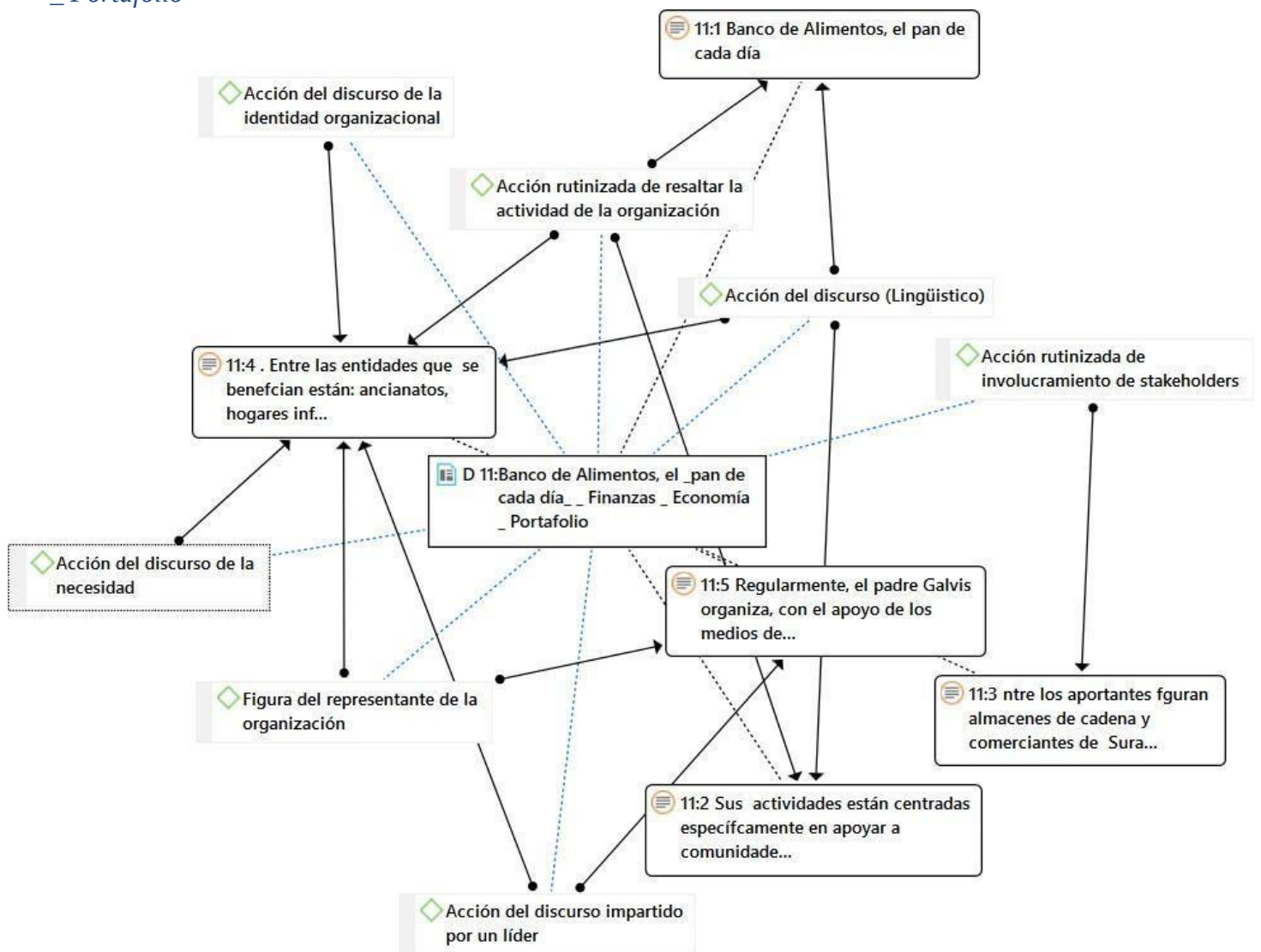
Anexo J Redes por documento: 2021_Diario del Huila_El banco diocesano de alimentos de Neiva.

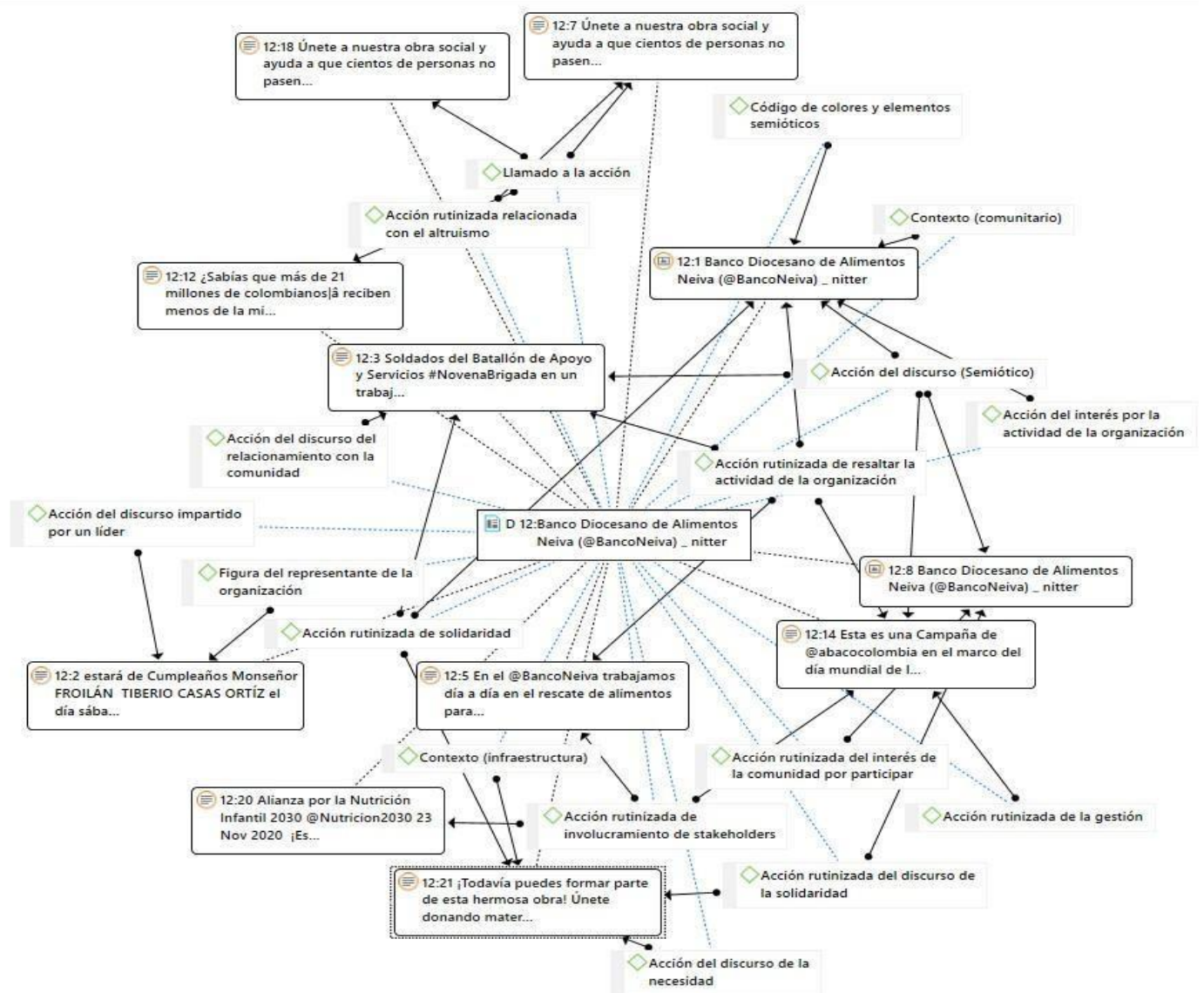


Anexo K Redes por documento: 2021_Alcaldía de Neiva_ Neiva será este miercoles, más solidaria a través de la donatón de alimentos

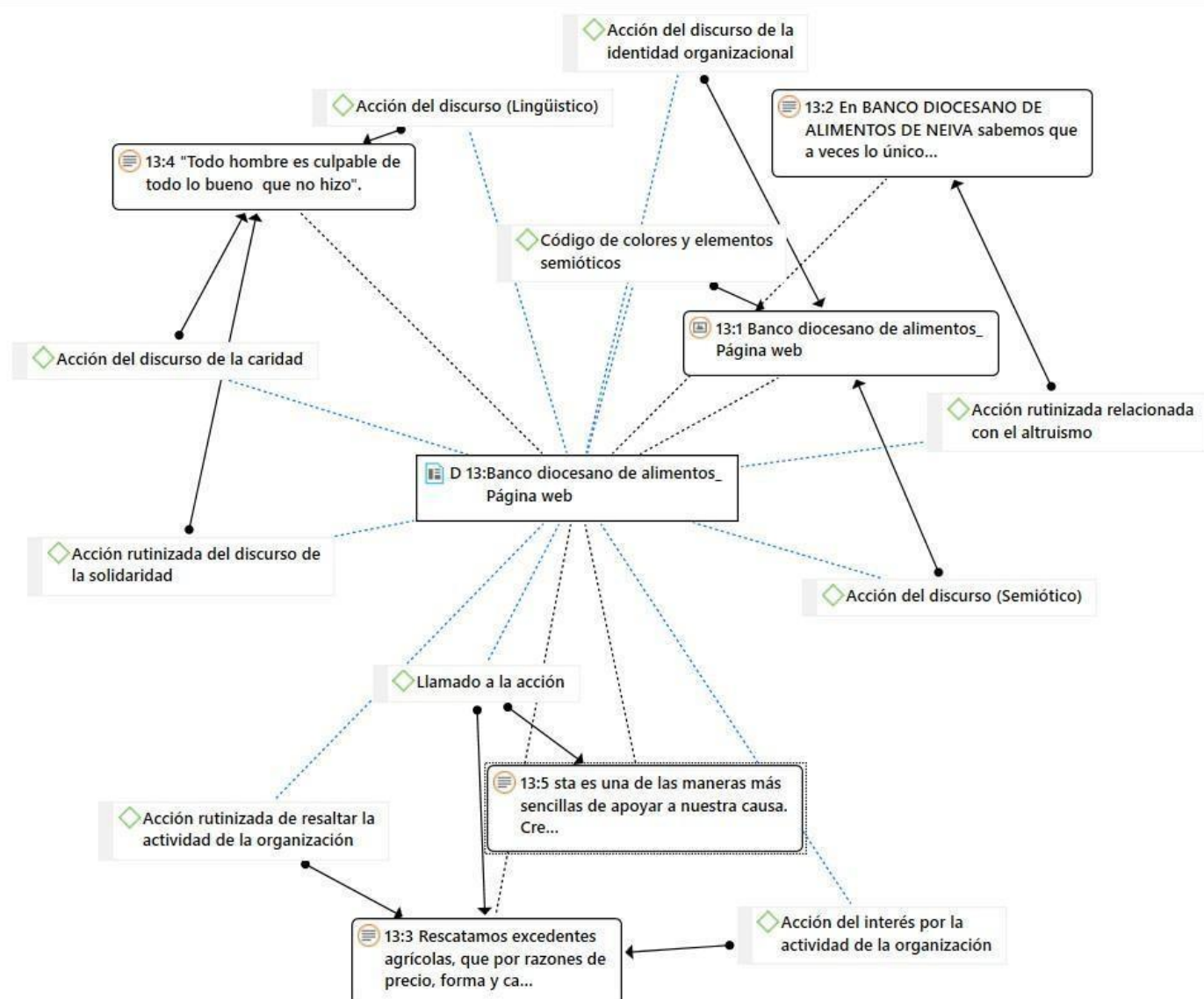


Anexo L Redes por documento: Banco de Alimentos, el _pan de cada día_ _ Finanzas _ Economía
_ Portafolio

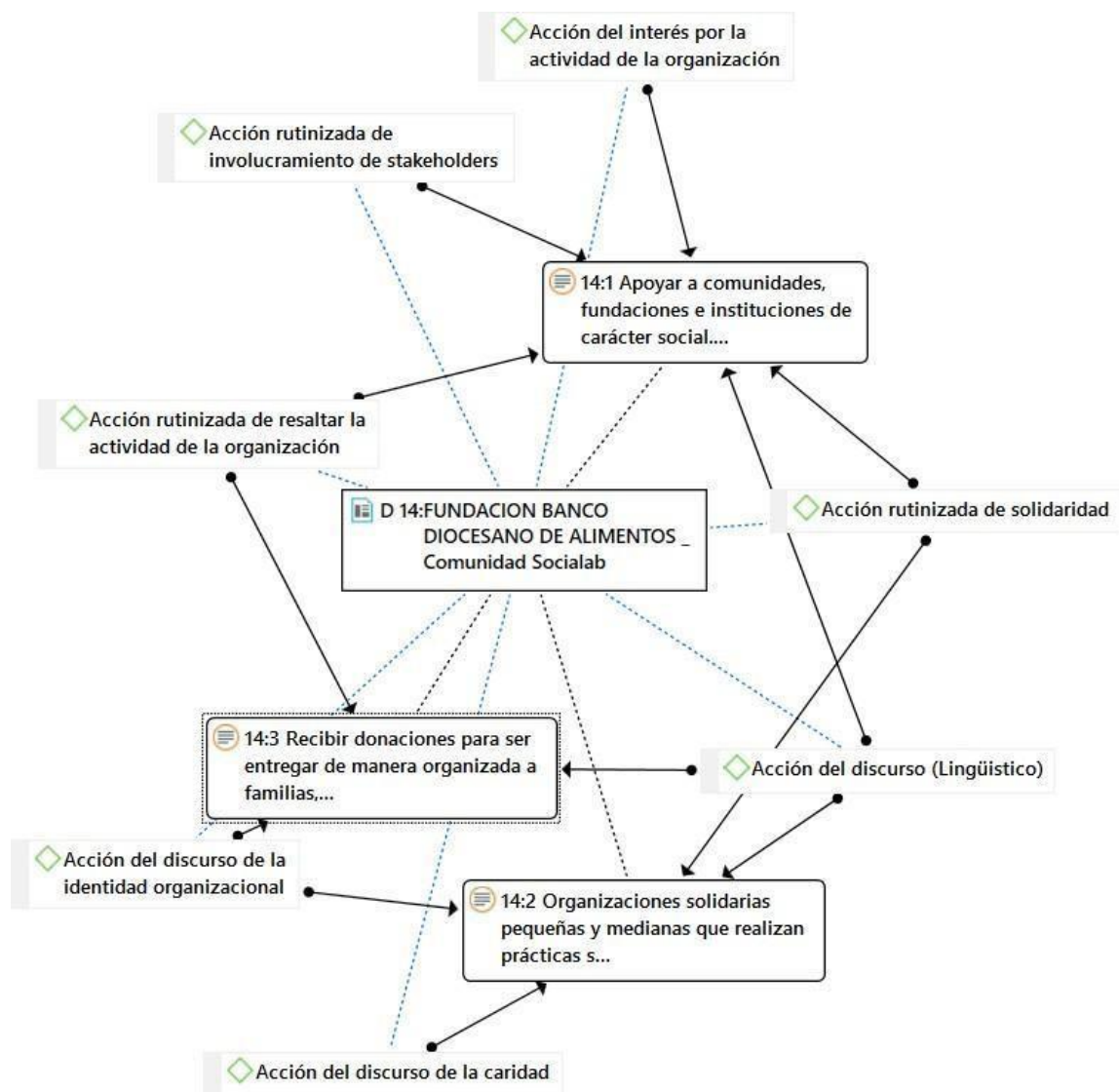




Anexo N Redes por documento: Banco diocesano de alimentos_ Página web



Anexo O Redes por documento: FUNDACIÓN BANCO DIOCESANO DE ALIMENTOS _ Comunidad Socialab



Anexo P Memo: Discurso de caridad y altruismo.

- En el contexto del Banco Diocesano de Alimentos, resulta interesante reflexionar sobre cómo el discurso de la caridad y el altruismo influye en la construcción de prácticas de gestión. La caridad, entendida como la disposición a ayudar y compartir con aquellos que están en situación de vulnerabilidad, se convierte en el eje central de las acciones llevadas a cabo por esta organización.
- El discurso de la caridad promueve valores como la solidaridad, la empatía y la generosidad, que se traducen en estrategias concretas de gestión. A través de la recopilación y distribución de alimentos a quienes más lo necesitan, el Banco Diocesano de Alimentos busca generar un impacto positivo en la sociedad y mejorar la calidad de vida de las personas en situación de precariedad alimentaria.
- Este discurso también influye en la forma en que se organizan y coordinan las actividades del banco. Se fomenta la participación activa de voluntarios y colaboradores, quienes, motivados por el sentimiento de altruismo y la convicción de hacer el bien, dedican su tiempo y esfuerzo para contribuir en la lucha contra el hambre.
- Sin embargo, es importante reflexionar sobre los posibles desafíos que puede implicar este discurso en la gestión. Es fundamental asegurar una adecuada planificación y coordinación para garantizar que los recursos y donaciones sean utilizados de manera eficiente y equitativa. Además, es necesario promover un enfoque integral que vaya más allá de la asistencia inmediata, buscando soluciones sostenibles y a largo plazo para combatir la problemática alimentaria.
- El discurso de la caridad y el altruismo desempeña un papel significativo en la

construcción de prácticas de gestión en el Banco Diocesano de Alimentos. A través de valores solidarios y acciones concretas, se busca generar un impactopositivo en la comunidad y mejorar las condiciones de vida de quienes más lo necesitan. Sin embargo, es necesario reflexionar constantemente sobre la efectividad y la sostenibilidad de estas prácticas, buscando siempre mejorar y adaptarse a las realidades cambiantes de quienes se benefician de ellas.

Anexo Q Memo: Discurso de gestión.

- El discurso semiótico en las campañas de donaciones utiliza símbolos y signos para comunicar de manera efectiva la necesidad y el impacto de las donaciones. Los colores, tipografías, fotografías y diseños se eligen estratégicamente para evocar emociones y resaltar la importancia de la causa. La disposición de los elementos visuales refuerza el mensaje y genera confianza. Este discurso busca no solo persuadir a donar, sino también despertar conciencia y motivar a las personas a contribuir a un cambio positivo. Es una poderosa herramienta de comunicación que busca generar empatía y marcar la diferencia en la vida de quienes más lo necesitan.

Anexo R Memo. Llamado a la acción.

- En el contexto del Banco Diocesano de Alimentos, resulta interesante reflexionar sobre cómo el llamado a la acción en campañas para recolectar fondos construye prácticas de gestión significativas. Estas campañas tienen como objetivo fundamental movilizar a la comunidad y generar conciencia sobre la importancia de apoyar a quienes más lo necesitan.
- El llamado a la acción en este tipo de campañas despierta en las personas un sentido de responsabilidad y solidaridad, motivándolas a contribuir con donaciones

económicas para respaldar la labor del Banco Diocesano de Alimentos. A través de mensajes emotivos y convincentes, se busca generar un impacto en la audiencia y movilizarla a tomar medidas concretas para combatir la problemática del hambre.

- Este llamado a la acción no solo tiene un impacto en la recaudación de fondos, sino que también influye en la gestión de la organización. Las donaciones recibidas permiten financiar programas y proyectos destinados a brindar asistencia alimentaria a personas en situación de vulnerabilidad. Además, estas campañas promueven la transparencia y la rendición de cuentas, ya que se establece una responsabilidad de utilizar adecuadamente los recursos obtenidos y mostrar resultados tangibles a la comunidad.
- Es importante destacar que la gestión efectiva de los fondos recolectados implica una planificación cuidadosa, una supervisión adecuada y una distribución equitativa de los recursos. Asimismo, es fundamental mantener una comunicación constante con los donantes, informándoles sobre el impacto de sus contribuciones y garantizando la confianza en la labor del Banco Diocesano de Alimentos.
- El llamado a la acción en campañas para recolectar fondos en el Banco Diocesano de Alimentos desempeña un papel fundamental en la construcción de prácticas de gestión. Estas campañas movilizan a la comunidad, generan conciencia sobre la problemática del hambre y permiten financiar programas que brindan asistencia alimentaria a quienes más lo necesitan. Sin embargo, es crucial que la gestión de los fondos recolectados se realice de manera responsable y transparente, garantizando que cada donación tenga un impacto significativo en la lucha contra el hambre y contribuya a mejorar las condiciones de vida de las personas vulnerables.

Anexo S Relación con los stakeholders

- La relación, participación e inclusión de diferentes stakeholders construye prácticas de gestión sólidas y efectivas. Los stakeholders, o partes interesadas, son aquellos individuos, grupos u organizaciones que tienen un interés directo o indirecto en las actividades y resultados de la entidad.
- La participación activa y significativa de los diferentes stakeholders en la gestión del Banco Diocesano de Alimentos fomenta la construcción de alianzas y la generación de sinergias. La colaboración con voluntarios, donantes, organizaciones comunitarias y otras entidades permite un intercambio de conocimientos, recursos y experiencias que enriquece el trabajo realizado. Al involucrar a estos actores clave, se fortalece la capacidad del banco para abordar de manera más efectiva la problemática del hambre y la inseguridad alimentaria.
- La inclusión de diferentes stakeholders también implica considerar las necesidades y perspectivas de cada uno de ellos. Esto se traduce en la implementación de prácticas de gestión inclusivas y equitativas, que buscan garantizar la participación de todos los sectores de la sociedad. Escuchar y valorar las voces de aquellos que son beneficiarios de los programas del banco, así como de las comunidades locales, permite diseñar estrategias más acertadas y pertinentes.
- Además, la relación estrecha y continua con los stakeholders promueve la transparencia y la rendición de cuentas. La comunicación abierta y honesta con los donantes y colaboradores genera confianza y fortalece la credibilidad del Banco Diocesano de Alimentos. Asimismo, se establecen mecanismos de retroalimentación que permiten evaluar y mejorar constantemente las prácticas de gestión, adaptándolas a las necesidades cambiantes de la comunidad.

- La relación, participación e inclusión de diferentes stakeholders en el contexto del Banco Diocesano de Alimentos son fundamentales para construir prácticas de gestión efectivas y centradas en las personas. Al colaborar con diversos actores y tener en cuenta sus perspectivas, se generan alianzas sólidas y se optimizan los recursos disponibles. La gestión inclusiva y transparente promueve la equidad y la eficiencia, permitiendo que el banco cumpla su misión de brindar asistencia alimentaria a quienes más lo necesitan de manera efectiva y sostenible.

Referencias

- ABACO. (n.d.). *Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia*. Retrieved February 25, 2022, from <https://abaco.org.co/reagro/>
- Aguirre, M., Hidalgo, O., Jaramillo, M., & Ruiz, J. (2021). Situación de la mediana empresa ecuatoriana: Rasgos distintivos de sus prácticas gerenciales. *Revista de Ciencias Sociales*, 27. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28066593025>
- Ariztía, T. (2017). *La teoría de las prácticas sociales: particularidades, posibilidades y límites*. 224. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2017000200221>
- Baca, N., & Herrera, F. (2016). Proyectos sociales. Notas sobre su diseño y gestión en territorios rurales. *Scielo*. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352016000300069#B2
- Barzelay, M., & Cortázar, J. C. (2004). *Una guía práctica para la elaboración de estudios de caso sobre buenas prácticas en gerencia social*.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*.
- Chaverra Fernández, B. (2003). *UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE PRÁCTICA EN LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES EN EDUCACIÓN FÍSICA*. <http://viref.udea.edu.co/contenido/pdf/206-unaaproximacion.pdf>
- Chávez, J., & Jaramillo, C. (2014). El estudio de las prácticas educativas y su relevancia para el análisis de procesos de formación en docencia universitaria. *Calidad En La Educación*, 41, 161–176. <https://doi.org/10.4067/S0718-45652014000200007>
- Cifuentes, M. A. (1997). Una reflexión sobre las prácticas. 30(1997), 161–175.
- Codena, J., & Abric, J.-C. (2001). Prácticas sociales y representaciones. *Filosofía y Cultura Contemporánea*. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54166535/ABRIC_JEAN-with-cover-page-

v2.pdf?Expires=1647058899&Signature=QJW3hsstcQAANnrwlgDdbNYpZDFS2WhJZtbMqurL
E~uB05esBJRUO29ItytjD6ZjWHw0e8KrNqKkXN9zys8uXQjICU-
fS~4kT0XEXLTBUFeRC3jrnE9phK9AatTSLbpJ38rlbji5n8XgUj4Ol-Y-
6ypRmFoTbuCgSgvZJloX435IlW0FaNS-
mMS5gLjWgENxDOGS~~q65n6uxBUYpJVIU~5FYjahTZtUPhLjnbngA2amyMjP0k35uvR9BQ
OgJ896UCK8Qu-7ZFJMG--
ti6E6D8AAilpAvkdBCPYN84rEozrKC4n8YEqDT~vM9skdmTLQN2r7Y4URTigMe4T30t44w_
_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Cortázar, J. C. (2012). Las Ciencias Sociales Y Gerenciales. *Politai*, 3(5 SE-Artículos).

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/14127>

Custommedia. (n.d.). *¿Qué es un banco de alimentos? - ¿Sabías que? - Compromiso RSE.*

Compromiso RSE. Retrieved March 8, 2022, from <https://www.compromisorse.com/sabias-que/2013/03/05/que-es-un-banco-de-alimentos/>

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. (2011). *El campo de la investigación cualitativa*. Gedisa Editorial.

<http://metodo3.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/169/2014/10/Denzin-Norman-K.-Lincoln-Yvonna-S.-Introducción-general.-La-investigación-cualitativa-como-disciplina-y-como-práctica.pdf>

Etzioni, A. (2019). Organizaciones modernas / por Amitai Etzioni

<https://www.researchgate.net/publication/44479511>

Fabelo Corzo, J. (1956). PRACTICA, CONOCIMIENTO , -Y VALORACION. *Fundación de La Imprenta Nacional de Cuba*. <https://philarchive.org/archive/CORPCY>

Feldman, M. S., & Pentland, B. T. (2003). Reconceptualizing Organizational Routines as a Source of Flexibility and Change. *Johnson Graduate School Cornell Universit.*

Fundación Corona. (n.d.). *El rol de las Fundaciones en la inversión de impacto social* | Fundación Corona. Retrieved February 25, 2022, from

<https://www.fundacioncorona.org/es/biblioteca/blog/el-rol-de-las-fundaciones-en-la-inversion-de-impacto-social>

García, M., & Rodríguez, M. A. (2015). *Evaluación de las prácticas gerenciales*. 142–162.

<file:///C:/Users/fabia/Downloads/Dialnet-EvaluacionDeLasPracticasGerenciales-7170811.pdf>

Guell, P., Frei, R., & Palestini, S. (2019). El enfoque de las prácticas. *19 De Julio 2011*.

<https://journals.openedition.org/polis/1781#tocto1n7>

Guerrero, M. A., Bejarano, & Barzola, W. J. F. (2014). El liderazgo y la Teoría de Juegos como parte de la evolución del Management Estratégico. *Revista FENopina.*, 63(2011), 2011–2013.

<file:///C:/Users/user/Downloads/FENOPINAMAGB2.pdf>

Juliao Vargas, C. (n.d.). *LA PRAXEOLOGÍA: UNA TEORÍA DE LA PRÁCTICA*.

Lecompte, M. D. (1995). UN MATRIMONIO CONVENIENTE: DISEÑO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y ESTÁNDARES PARA LA EVALUACIÓN DE PROGRAMAS [*] por UN MATRIMONIO CONVENIENTE: DISEÑO DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y ESTÁNDARES PARA LA EVALUACIÓN DE PROGRAMAS [*].

<http://www.uv.es/RELIEVE/v1/RELIEVEv1n1.htm>

Mokate, K., & Saavedra, J. J. (n.d.). Gerencia Social: Un Enfoque Integral para la Gestión de Políticas y Programas Sociales. *Instituto Interamericano Para El Desarrollo Social Washington, D.C.*

Murcia, N., Jaimes, S., & Gómez, J. (2016). A constructionist approach for the study of strategy as social practice. *BAR - Brazilian Administration Review*, 9(spe), 1–18.

<https://doi.org/10.1590/S1807-76922012000500002>

Pérez, L. F., & Peña, C. D. (2019). *RELACIÓN ENTRE LAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE STAKEHOLDERS Y SU EFECTIVIDAD EN LA GESTIÓN DE LOS PROYECTOS* [Universidad EAN].<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/11271/PérezLuisa2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Quintero, A. (2019). *El proceso de constitución del emprendedor piscícola en el Huila: un estudio de sus habitus*.

Reckwitz, A. (2002). *Toward a Theory of Social Practices A Development in Culturalist Theorizing*.

Schatzki, T. R., Cetina, K. K., & Von Savigny, E. (2005). The practice turn in contemporary theory. *The Practice Turn in Contemporary Theory*, 1–252.

<https://doi.org/10.4324/9780203977453>

Shove, E., Pantzar, M. y Watson, M. (2012). *La dinámica de la práctica social: la vida cotidiana y cómo cambia. Sabio*.

The Global FoodBanking Network. (n.d.). *Red Global de Bancos de Alimentos*. Retrieved February 25, 2022, from <https://www.foodbanking.org/es/quienes-somos/>

Valencia, A. G. (2009). El Estudio De Las Prácticas Y Las Representaciones Sociales De La Lectura: Génesis Y El Estado Del Arte. *Anales de Documentación*, 12, 53–67.

<http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=63511932003>

Wenger, E. (2006). *Communities of practice a brief introduction*.

Cortés, H. (1988). *Gerencia Efectiva*. Editorial HCZ Consulting.

Costa, J. (2007). *Identidad Corporativa*. La Crujía.

Jimenez, W. (1982). *Introducción al Estudio de la Teoría Administrativa*. Editorial FCE.

Terry, G., & Franklin, S. (1987). *Principios de Administración*. Editorial CECSA.