

Redes Sociales de Neurokinder und Familie en Comunidad de Familias Hispanohablantes

Katherine Xiomara Espejo Rojas

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Comunicación Social

2025

Resumen

A través de este documento se realiza el ejercicio de Investigación Acción (IA), correspondiente al Diplomado en Construcción de Redes Sociales de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia como opción de grado. En primera medida se hace la elección la Organización Social Participativa Neurokinder und Familie, mediante la cual se presentan los siguientes informes: identificación, socio-praxico y de investigación.

Lo anterior, con base a información recolectada a través entrevistas y el diario de campo, buscando tener datos precisos acerca de la organización, permitiendo analizar factores que se pueden mejorar en redes sociales, teniendo en cuenta que es una empresa que se desarrolla netamente virtual. Así mismo, observando la comunicación (interna-externa) y la comunidad a la cual se dirige que en este caso son familias hispanohablantes. Finalmente, se diseña una estrategia que permita mejorar la comunicación y generar una transformación apoderando a la comunidad de manera positiva.

Palabras clave: Comunidad, Comunicación, Empoderamiento, Redes sociales, Virtualidad.

Abstract

This document presents an Action Research (AR) exercise for the Diploma in Social Network Construction offered by the Universidad Nacional Abierta y a Distancia as a degree option. First, the Participative Social Organization Neurokinder und Familie is selected, and the following reports are presented: identification, socio-practical, and research reports.

This is based on information collected through interviews and a field diary, seeking to gather accurate data about the organization, allowing for an analysis of factors that can be improved on social media, considering that this is a purely virtual company. In addition, the organization's communication (internal and external) and the target community, which in this case are Spanish-speaking families, are also examined. Finally, a strategy is designed to improve communication and generate transformation by positively empowering the community.

Keywords: Community, Communication, Empowerment, Social networks, Virtuality.

Tabla de Contenido

Introducción.....	8
Aprestamiento.....	9
Justificación de la OSP.....	12
Conceptualización.....	13
Informe de Identificación.....	15
Implicación.....	18
Informe Sociopráxico.....	19
Construcción.....	21
Informe de Investigación.....	26
Proyección.....	31
Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional.....	31
Conclusiones.....	34
Referencias Bibliográficas.....	35

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Información General</i>	9
Tabla 2 <i>Ficha de Información Descriptiva</i>	13
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	18
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento</i>	22
Tabla 5 <i>Matriz Corporativa</i>	24

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Sociograma de Neurokinder und Familie</i>	21
Figura 2 <i>Diagrama de Conjuntos de Acción Neurokinder und Familie</i>	21

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Intensi3n</i>	36
Apéndice B <i>Carta de Aprobaci3n</i>	37
Apéndice C <i>Preguntas Entrevista Inicial</i>	38
Apéndice D <i>Enlace de la Entrevista Inicial</i>	39
Apéndice E <i>Preguntas Entrevista Cualitativa</i>	40
Apéndice F <i>Enlace de la Entrevista Cualitativa</i>	41
Apéndice G <i>Enlace del Video de Sustentaci3n</i>	42

Introducción

El presente trabajo muestra en primera medida diferentes opciones de Organizaciones Sociales Participativas (OSP), en las cuales se identifican puntos cruciales para así hacer la elección acertada, la cual será objeto de la Investigación Acción durante este diplomado. Teniendo en cuenta dicha elección se describen aspectos importantes a tener cuenta sobre dicha organización seleccionada dándonos a conocer más a fondo la misma, su funcionamiento, destacando sus principales características, visión, planes, entre otros aspectos a considerar. Seguido a esto, se encuentra el informe de identificación en el cual se explica de a profundidad las limitaciones y las posibilidades. Además, se realiza un informe sociopráxico teniendo en cuenta el diario de campo sobre la actividad desarrollada en la OSP que para este caso fue el primer círculo de mujeres de este 2025. Por último, se anexa la carta de intención, carta de aprobación, las preguntas y el enlace correspondiente a la entrevista inicial a la OSP, las preguntas y el enlace de la entrevista cualitativa a la OSP.

La Investigación Acción que se realiza con la empresa seleccionada “Neurokinder und Familie”, busca dar solución a problemáticas que se presenten y además generar no solo una transformación social y sino comunicacional que contribuya al fortalecimiento de las redes sociales que se puedan establecer en esta comunidad. Por esta razón, se emplean herramientas indispensables para poder comprender las dinámicas comunicativas y de relaciones en esta empresa, como son el sociograma y el diagrama de conjuntos de acción que muestran de manera clara las conexiones que tiene mayor comunicación y aquellas en las que se deben implementar o mejorar.

Aprestamiento

Tabla 1

Ficha de Identificación General

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
OSP 1- Alimentando Solidaridades	<p>Objeto social: Fundación dedicada a brindar alimentos a personas más necesitadas ubicados en la cra 8b No. 4-31 sur.</p> <p>Acciones Relevantes: -Brindar apoyo a las familias, proporcionando mercados con alimentos de la canasta básica.</p>	<p>Esta organización social participativa, es muy interesante no solo por su excelente obra social sino también porque allí participan diferentes personas, desde las hermanitas Asunción junto con la dirección de Sandra y diferentes voluntarios que se suman a esta causa de entregar alimentos a familias colombianas del sector. Sin duda, la comunicación es clave para el óptimo desarrollo de esta organización y un factor que se puede mejorar para así fortalecer mucho más sus acciones</p>	<p>-Gracias a los medios actuales de manera tener la posibilidad virtual estar en el desarrollo las actividades realizadas por esta organización, y así reconocer e identificar como se pueden mejorar la comunicación participativa y las redes sociales. -Conocimiento cercano con la directora de la fundación. -Es una organización que cuenta con plataformas digitales, sin embargo, no tiene un funcionamiento continuo, tampoco, cuenta con página web para darse a</p>	<p>- No poder asistir presencialmente a las actividades que se desarrollen en la organización. -La directora se encuentra de viaje (vacaciones) por ende se dificulta realizar el ejercicio.</p>

OSP 2- Fundación Eudes	<p>Objeto social: Esta fundación se dedica desde 1987 a ofrecer acompañamiento a niños jóvenes y adultos que se encuentran en situación de vulnerabilidad social, han sido víctimas de discriminación o abandono a causa del VIH.</p> <p>Acciones Relevantes: -Acompañamiento integral a las personas que se han visto directa o indirectamente afectadas por el VIH.</p> <p>Promover estilos de vida saludables y educar para la prevención de las enfermedades de transmisión sexual (ITS)</p> <p>-Ofrecer un espacio de hogar temporal brindando acompañamiento en temas de salud, alimentación y espiritualidad.</p>	<p>sociales y comunitarias.</p> <p>Es una fundación que tiene una gran trayectoria y sería interesante saber e identificar cómo funciona la parte comunicativa tanto dentro como fuera de la organización.</p> <p>Sería interesante saber de qué manera promueven los estilos de vida saludables y además que tipo de campanas o medios informativos usan para la prevención de enfermedades de transmisión sexual su divulgación.</p>	<p>conocer</p> <p>-Identificar de qué manera se puede contribuir a la mejora a nivel comunicación de una fundación tan reconocida en medios virtuales.</p> <p>-Analizar los modelos comunicativos que presenta la fundación y su funcionamiento externo e interno en esta área.</p>	<p>-No poder asistir presencialmente a las actividades que se desarrollen en la organización</p> <p>-No tener contacto directo previo con algún miembro de la fundación</p> <p>-Debido a su amplia trayectoria tiene muy buena visibilidad externa como en plataformas sociales.</p>
OSP 3- Fundacer	<p>Objeto social: Organización no Gubernamental que se dedica a la atención para</p>	<p>Es una organización que requiere de visibilidad a nivel externo,</p>	<p>-Contribuir con el fortalecimiento de visibilidad y reconocimiento a</p>	<p>-No poder asistir presencialmente a las actividades que</p>

	<p>niños con cáncer en la ciudad de Bogotá desde el 2005.</p> <p>Acciones Relevantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Escucha activa -Asesoría legal y jurídica -Recreación -Ayuda pedagógica, didácticas, útiles escolares. -Alojamiento para remitidos de regiones remotas para recibir tratamientos. -Alimentos y multivitamínicos. 	<p>pues no cuenta con redes sociales, pero si cuanta con una página web en la cual se precisa información de esta. También se debe evaluar cómo es la comunicación interna dentro de la organización entre sus participantes y miembros de la fundación.</p>	<p>nivel virtual de la fundación</p> <ul style="list-style-type: none"> -Identificar las mejoras a nivel comunicativo que se puedan realizar a nivel interno de la fundación no solo entre los miembros de la fundación sino también agentes externos que intervengan en la misma. 	<p>se desarrollen en la organización</p> <ul style="list-style-type: none"> -No tener contacto directo previo con algún miembro de la fundación.
OSP 4 Neurokinder und Familie	<p>Objeto social: guiar a las familias hispanohablantes en temas de crianza respetuosa desde las neurociencias en diferentes partes del mundo.</p> <p>Acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Brindar apoyo a familias hispanohablantes a nivel neuropsicológico -Brindar apoyo nutricional, holístico, según sea el caso a familias hispanohablantes migrantes alrededor del mundo. 	<p>Particularmente esta organización o empresa me interesa mucho, porque es una empresa pequeña que tiene un objeto social muy importante en el mundo y se centra en el apoyo a familias que es del núcleo del que se compone la sociedad, el poder investigar sus desafíos, retos y sus planes, me permitirían desarrollar un plan comunicativo en</p>	<p>-Diseñar estrategias que permitan el crecimiento de la comunidad de esta empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> -Debido a que la organización o empresa se maneja completamente de manera virtual puedo establecer con mayor facilidad debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. -Manejo la misma zona horaria de la directora lo que me permitirá 	<p>-No poder visitar las instalaciones de Neurokinder und familie debido a que me encuentro a una distancia considerable.</p>

<p>el cual se pueda ampliar mucho más su valor en la sociedad y las personas conozcan más de la misma.</p>	<p>tener un contacto sincrónico. - Generar alternativas para que se puedan desarrollar encuentros presenciales entre los participantes.</p>
--	---

Fuente. Elaboración propia con base a información suministrada por las OSP.

Justificación de la OSP

La Organización Social Participativa que elegí para el desarrollo de esta Investigación acción es Neurokinder und Familie, principalmente porque mediante esta empresa existen diferentes espacios en pro de la comunidad y su bienestar social, en este caso enfocándose en las familias hispanohablantes sobre el tema de la crianza positiva y el respeto, teniendo una red social de profesionales de la salud que apoya este trabajo.

Además de esto, me llamo mucho la atención que esta organización también realiza círculos de mujeres guiados por la directora Ingrid Olivares, para aquellas mujeres de todo el mundo, puesto que se realizan de manera virtual, algo que en lo personal encuentro indispensable puesto que me permite como investigadora realizar el ejercicio sin necesidad de ningún tipo de desplazamiento, debido a que la organización queda a una distancia considerable y así mismo, me permite analizar este tipo redes sociales, comunidad que se tejen desde el campo virtual y digital.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha Descriptiva

Aspecto	Descripción
Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.	El objetivo social es guiar a familias hispanohablantes en Alemania en temas relacionados con la crianza y la neuropsicología. Sin embargo, actualmente se extendió hacia desde Alemania a otros países en el mundo de manera virtual.
Objetivos o intenciones de ayuda social.	-Lograr disminuir niveles de maltrato trabajando la disciplina positiva y el respeto. -Ayudar no solo a las familias sino el rol de la mujer migrante y sus necesidades como madres.
Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.	Se realizan tres tipos de encuentros 3 encuentros al año: <ol style="list-style-type: none"> 1. Uno a uno: Privado (Según con la familia 3 veces o 10 veces en el año según la necesidad) 2. Talleres: en primavera o verano sobre disciplina positiva o fortalecimiento de emociones niños. (dos por año) 3. Círculos de mujeres: crecer en tribu, una vez por mes.
Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).	Directora: Ingrid Olivares Colaboradores que trabajan de manera ocasional según necesidades de la población: -Psicopedagogo y psicólogo de familia (Teófanés González): Atención a hombres, guía en crianza, psico orientación. - Nutricionista (Susana Herrera): Nutricionista, guía para mujeres y madres en edad escolar. -Psicóloga organizacional y docente en Colombia (Lucia Cárdenas Alvarado): Orienta a mujeres y hombres desde la salud mental. Desde su rama organizacional de la psicología orienta según la necesidad o diagnóstico.
Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)	Es una microempresa que está conformada en primera medida por su directora Ingrid Olivares y que según las necesidades también se cuenta tres profesionales de la salud de manera ocasional como son: psicopedagogo y psicólogo, psicóloga organizacional y docente, y por último una nutricionista. La cobertura que se tiene hasta el momento es en varios países como Estados Unidos, algunos países de Europa, Colombia, enfocados en el habla hispana.
Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.	Esta es una empresa u organización pequeña, privada, que surgió de manera informal, sin embargo, se constituye legalmente desde el año 2019. Bajo la dirección de Ingrid Olivares están sus colaboradores; Psicopedagogo y psicólogo de familia (Teófanés González), Nutricionista (Susana Herrera), psicóloga organizacional y docente en

Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.	Colombia (Lucia Cárdenas Alvarado). Los vínculos sociales dentro de la empresa Neurokinder und familia que se encuentran están reuniones anuales de grupo laboral, espacios que propician el dialogo y esparcimiento. Así mismo, se comunican una vez por mes de manera virtual. Se tiene presente las felicitaciones en los días especiales como cumpleaños de los empleados.
Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.	Las formas de participación internas la empresa se maneja de acuerdo con las necesidades que demanda la población se detectara la situación y que profesional lo podría abordar mejor. En cuanto la participación externa, se realizan diferentes talleres y círculos de mujeres para promover unión y apoyo.
Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.	Formas de comunicación interna, Actores: -Personalmente (con el psicopedagogo) -Virtualmente: correos, WhatsApp, grupos de WhatsApp llamadas o videollamadas (con los demás colaboradores nombrados anteriormente)
Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.	Tipo: Verbal o escrita según sea el caso. Formas de comunicación externa: -Personalmente quien pueda dirigirse a la oficina en Alemania. -Virtualmente: La mayoría de las personas que necesitan consulta o que participan de talleres o encuentros. También la comunicación que se da a nivel externo en temas de publicidad o publicaciones se da por medio de redes sociales, página web (neurokinderundfamilie.com) y de voz a voz entre hispanohablantes. Actores: Padres de familia, mujeres, personas que ofrezcan algún tipo de servicio que pueda ayudar a empoderar a la comunidad de mujeres. Tipo: Verbal o escrita según sea el caso.
Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.	- Cronogramas: Análisis durante los primeros 3 meses (enero febrero y marzo) del año sobre la empresa. Los talleres se hacen entre primavera o verano, porque de esta manera hay más disposición por parte de los participantes tanto hombres como mujeres debido a factores de clima y de disponibilidad de tiempo. Todos los días hay sesiones de domingo a domingo en horario de día tarde y noche.
Logros de proyectos exitosos.	- Proyectos en desarrollo y planes: Se han tratado realizar cursos encuentros de manera presencial, pero se han pausado este proyecto debido a que la gente poco asiste por la distancia, ya que son mujeres de varias partes de Alemania. Para este año se quiere que la empresa explore también temas holísticos en sus servicios. - Empezar a crear empresa siendo hispanohablante - Saber que hay consultas siempre de muchas partes del mundo - Capacitarse con respecto a España y Estados unidos con certificado de disciplina positiva y dar certificaciones de

Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.	<p>participación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de sanación de Útero en Argentina. - Tener algo presencial, puesto que se cuenta con el espacio, sin embargo, la distancia para que asistan. - Temas de burocracia para que sea para todo público para que se pueda ofrecer este servicio a través de un seguro de salud y lo que conlleva de inversión de dinero sin tener certeza que tan rápido es este proceso. - A nivel de marketing no cuentan en el momento quien tenga esa función y por eso no se hace uso frecuente de las mismas.
Otros aspectos para comentar.	<p>Si bien es cierto, que la directora Ingrid manifiesta que las redes sociales se manejan bien, si tal vez hubiera una mayor continuidad de publicidad o de interacción en redes se podrían ampliar aún más los participantes que se unan a consultas, talleres o encuentros virtuales. Por otra parte, voz a voz y grupos de Facebook también han sido claves para que se haya creado esta comunidad de hispanohablantes que han buscado apoyo de alguna manera en esta organización.</p>

Fuente. La elaboración de esta tabla es propia con base a la información recolectada en la OSP

Informe de Identificación

La elección de la organización o empresa ubicada Görlitz, Alemania, llamada Neurokinder und Familie para la realización del presente trabajo, se ha hecho teniendo de manera rigurosa los criterios de selección, entre ellos en el cual precisa la ayuda colectiva en el ámbito de bienestar social específicamente, teniendo en cuenta que el eje o núcleo familiar es el centro de toda sociedad.

Neurokinder und Familie es una empresa privada, que tiene como principal objetivo disminuir los índices de maltrato, por medio del trabajo de crianza positiva y respeto, contando con la dirección de Ingrid Olivares y sus tres colaboradores (psicopedagogo, nutricionista, psicóloga organizacional) los cuales a su vez brindan apoyo y orientación a madres migrantes de habla hispana acompañándolas y guiándolas en la maternidad, creando así una red social poniendo a su disposición herramientas valiosas en los temas ya mencionados a mamás y papás de muchas partes del mundo como Alemania, Canadá, Estados Unidos, Colombia. Algunos de los talleres online que ofrecen son: educar con calma y seguridad, ¡lo necesito! Y disciplina

positiva en familia. Así lo afirma Santos (1989): “Las posiciones de los actores de una red social determinan la oportunidad de estructura de un actor respecto a la facilidad de acceder a los recursos de otros actores en la red” (p. 141)

Con respecto a la horizontalidad en sus relaciones en red en esta organización se puede encontrar en círculos de mujeres que se realizan de manera virtual para el empoderamiento de la mujer, la sanación y unión de esta comunidad hispanohablante, mediante la participación de cada una de ellas. En este tipo de círculos sociales se resalta el poder que tiene cada participante de expresar y comunicar en estos encuentros, es indispensable y más cuando estas mujeres viven inmersas en la cotidianidad en otro idioma que no es el nativo.

El diálogo es el eje de la comunicación horizontal porque, si ha de tener lugar la genuina interacción democrática, toda persona debe contar con oportunidades similares para emitir y recibir mensajes de manera que se evite la monopolización de la palabra mediante el monólogo. (Beltrán, 1979, p. 19).

Ahora bien, una de las posibilidades que hay para este caso, es que esta es una empresa que funciona hoy en día de manera netamente virtual, permitiendo que se pueda acceder a la información, a las reuniones o encuentros entre los participantes, de manera inmediata y sin desplazamientos. Además de tener sincronidad de zona horaria con los participantes y la directora para poder realizar el trabajo investigativo y de exploración. También sería interesante proponer el poder contribuir con el crecimiento de esta comunidad, por medio del diseño estratégico de comunicación en lo que tiene que ver con plataformas digitales, dando un mayor protagonismo a los medios de comunicación virtuales. Actualmente, se ve una interacción constante en plataformas como Facebook y WhatsApp, en los cuales se encuentran comunidades

de madres hispanohablantes, por medio de las cuales se realiza entre otras cosas la voz a voz del cual hablaba Ingrid, la directora.

En cuanto a las limitaciones que se encuentran para esta IA es que no se puede asistir directamente a la empresa u organización por motivos de distancia. Sin embargo, no es indispensable para la realización de la investigación debido a que el manejo de todas las actividades se hace de manera virtual. Además, se debe tener en cuenta que, al ser una empresa pequeña, esta no cuenta con un comunicador o alguien especializado en el área de marketing, pues esto genera que los costos se eleven y sea una razón por la cual la organización no cuente en el momento con esta área.

En definitiva, esta empresa, tiene mucho por ofrecer a la comunidad hispanohablante, pues se observa como a través del tiempo han generado esos vínculos o redes sociales formando así esta comunidad, no obstante, es indispensable como se mencionaba diseñar estrategias para que estas redes sociales se fortalezcan aún más y examinar la durabilidad de estas, teniendo en cuenta el modelo de Mitchell (1969), citado en Santos (1989): “contenido, direccionalidad, duración, intensidad y frecuencia de una relación” (p. 141). Por otra parte, saber cómo abordar uno de los proyectos que quiere realizar Nuerokinder und familia, que es el de hacer encuentros presenciales, evaluando, planteando diferentes escenarios su realización, en el cual estas redes sociales y de comunicación se puedan vigorizar y así la red social no se quede solo en una comunidad virtual.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

OSP: Neurokinder und Familie	Actividad: Circulo de mujeres.	Fecha: 18.03.2025
Hora inicio: 12:00	Hora finalización: 12:45	Lugar: Virtual
Participantes: Ingrid Olivares (directora) y 8 participantes	Investigador: Katherine Xiomara Espejo Rojas	
Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
<p>Se realiza la convocatoria por medio del grupo de WhatsApp, con el envío del enlace en Teams. Se da la bienvenida a las mujeres participantes. Ingrid explica que estos círculos de mujeres para el presente año serán de manera oral y escrita (individualmente), argumentando la importancia del poder sanador hablar y escribir. Se da apertura al círculo de mujeres explicando el tema a tratar: “Y la vida me hizo mujer”. Ingrid introduce el tema y da preguntas para hacerlas de manera escrita y verbal quien quiera. Las preguntas que a desarrollar durante el curso son: ¿Qué significa para ti ser mujer?, Cual es la relación con tu feminidad? ¿Como convives con tus ciclos? ¿Te has sentido vulnerable para ser mujer? ¿Cuál es tu mayor poder natural? Ingrid da respuesta de manera personal a estas preguntas y vamos participando. Para finalizar se realiza la meditación guiada por Ingrid. Algunas mujeres comparten su opinión de este espacio.</p>	<p>Se puede evidenciar a través del ejercicio de observación que este espacio brinda a las mujeres un medio para compartir experiencias, para compartir temas sobre la mujer, en donde sin importar su país de origen se enriquecen, se motivan y se escuchan. Se observa que todas las mujeres que atendieron a la convocatoria participaron de manera activa, mostraban un verdadero interés por la temática a tratar. El tema que se abordó permitía una introspección lo cual generaba esa necesidad de compartir opiniones y experiencias personales. Todas las mujeres asistentes agradecían este espacio, pues les permitía aprender, reflexionar y rescataban lo importante de estos encuentros pues les generaba paz interior gracias a la meditación con la que se cierra el círculo.</p>	<p>Como investigadora me parece este un espacio para compartir experiencias íntimas y personales para cada una de las participantes incluyendo a la directora, puesto que ella también participa de manera activa de la misma forma compartiendo experiencias. Es un espacio de reflexión para cada una de ellas en donde el respeto por la otra persona está presente durante todo el ejercicio. Los círculos de mujeres de manera virtual, pienso que dan un poco más de libertad de expresión, inhiben de alguna forma, ya que muchas de las participantes no colocan la cámara durante la sesión y de alguna manera esto permite que haya menos tensión al momento de compartir algún relato personal. Por otra parte, la interacción voluntaria también hace que se maneje una dinámica más natural y que a través de esas historias o relatos se aprenda de las demás mujeres participantes</p>

Fuente. La información proporcionada en el diario de campo se recolecto de manera directa en la fundación.

Informe Sociopráxico

La empresa u organización Neurokinder und Familie, tiene una comunidad que es netamente virtual lo que hace que las redes sociales digitales sean indispensables para seguir generando más vínculos y redes no solo en Alemania sino en todo el mundo. Las plataformas digitales son ahora un puente no solo en la parte del marketing sino también para poder ser parte de grupos con un fin común.

Las redes sociales digitales cubren necesidades sociales para el ser humano. Actúan como catalizadoras de los grupos de referencia, al fomentar las funciones e influencias del grupo: inclusión social (sentirse parte del grupo), colaboración en la formación de autoconcepto, sentimiento de identificación y pertenecía, influencia informativa, o reconocimiento social. (Gallego, 2016, p. 22).

Partiendo de lo anterior, la red social que se va creando permite que haya este soporte o colaboración, en este caso a nivel interno en la empresa son aquellos trabajadores o colaboradores que están ahí para que siga en funcionamiento la empresa de manera óptima, siendo la comunicación clave para que se mantenga este equipo de trabajo. Por otra parte, están las mujeres madres, padres de familia que se unen a través de los años y siempre hay un contacto activo y la red social se fortalece por medio de las recomendaciones de las familias que ya pertenecen a esta comunidad.

Si bien es cierto que esta empresa ofrece servicios psicológicos en primera medida, también Ingrid su directora realiza los círculos de mujeres que se manejan por medio de donaciones, y son básicamente sanaciones desde la psicología y desde la parte holística. Lo cual permite que no solo las participantes tengan ese soporte psicológico sino también espiritual de alguna manera en todas las partes del mundo. En este tipo de círculos de mujeres se plantean

preguntas de introspección, reflexión, autoconocimiento. Estos ejercicios lo recomienda Ingrid realizarlos no solo de manera verbal sino mediante escritura, pues ella recalca que tanto la voz como las manos tienen poder sanador. Al finalizar el círculo se realiza una meditación. Este tipo de círculos realizados de manera virtual para mujeres, madres que cuentan con muy poco tiempo libre y además se encuentran en países en los que no se habla español, son definitivamente una alternativa excelente para conectar con más mujeres y consigo mismas. Escuchar y ver el agradecimiento de cada una de las mujeres por este espacio para ellas fue muy gratificante como investigadora.

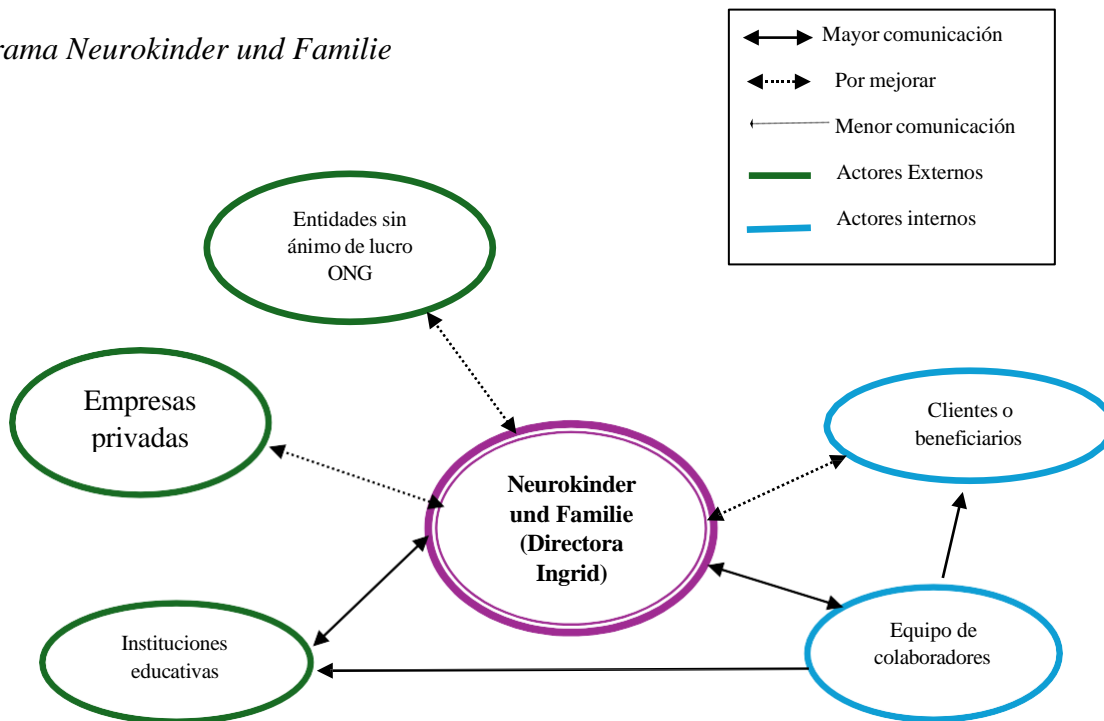
Es interesante como los diferentes espacios que ofrece Neurokinder und Familie como la crianza positiva, talleres, círculos de mujeres se han podido llevar a cabo por medio del mundo digital, como lo señala Gallego (2016): “las redes sociales siempre han existido, pero gracias a internet las maneras de relacionarnos e interactuar con nuestros contactos se han actualizado y extendido ampliamente incrementando nuestra propia red social, sin bloqueos o muros espacio-temporales, socioculturales, económicos, etc.”. (p. 21).

Para finalizar es importante saber que las redes sociales digitales cumplen en la actualidad un papel fundamental, no solo para mantenernos informados, para pertenecer a grupos de interés personal y por supuesto para brindar ayuda y soporte a la sociedad, pues muchas personas o incluso organizaciones como es el caso de Neurokinder und Familie, no quieren mostrarse al mundo por medio de las plataformas digitales, pues quieren que sea algo menos intencionado, sin embargo, se puede cambiar la perspectiva y pensar que se está sirviendo a la comunidad y por eso vale la pena que las personas sean parte de estos grupos que contribuyen al bienestar social e individual.

Construcción

Figura 1

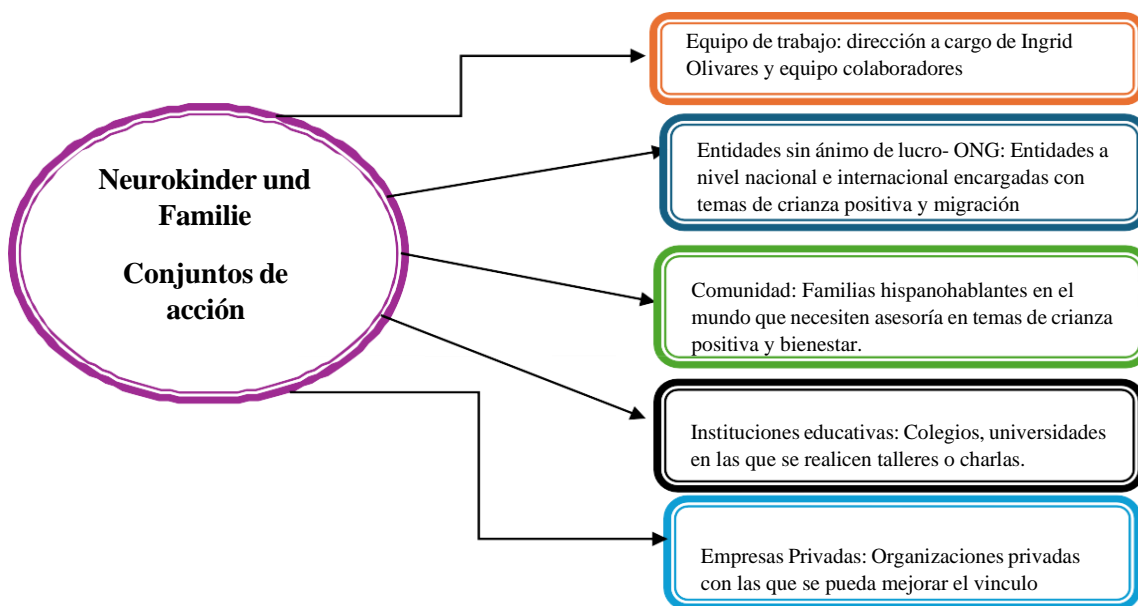
Sociograma Neurokinder und Familie



Fuente. Elaboración propia.

Figura 2

Diagrama de Conjuntos de Acción Neurokinder und Familie



Fuente. Elaboración propia.

Tabla 4*Matriz de Posicionamiento*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Equipo de trabajo	Ingrid, su directora tiene muy en cuenta las áreas en las que cada uno de los colaboradores es pertinente para cada necesidad de cada consultante o de cada taller o actividad realizada y hay una comunicación muy buena en el equipo.	Las reuniones de equipo de trabajo no se realizan de manera grupal debido a la diferencia horaria y la disponibilidad de tiempo que tiene cada uno.	No se pueden realizar reuniones de manera presencial debido a la ubicación geográfica de cada uno de los colaboradores.	No existe algún opuesto
Entidades sin ánimo de lucro-ONG	Existe la necesidad de ayudar a las personas y a la comunidad y se presentan actividades sin ningún tipo de lucro.	Las asesorías de crianza y disciplina positiva y otras asesorías si tiene costo.	La dificultad en desplazamientos que se deban hacer para poder hacer charlas o talleres con entidades sin ánimo de lucro o las ONG	La empresa Neurokinder und Familie no cuenta con patrocinadores, sino esta constituida como una empresa privada.
Comunidad	Son varias las personas quienes conforman la comunidad de familias hispanohablantes que buscan en Neurokinder asesoría, guía cuando se vive en el exterior.	Cuando asisten a consultas algunas personas con culturas, religiones diferentes.	Tratar de hacer círculos de mujeres de manera presencial, pero son muy pocas las que asisten.	No existe algún opuesto en este aspecto
Instituciones Educativas	Es un espacio propicio para la	Ninguno	Los desplazamientos	La burocracia en Alemania y el

	realización de talleres o actividades, pues allí están los niños, Niñas, jóvenes, padres de familia, docentes que necesitan de guía para el desarrollo psicológico y emocional de los alumnos y de las familias.		para asistir a los colegios o la restricción que pueda haber en Alemania para hacer este tipo de talleres.	proceso es mucho mas complejo para realizar talleres o charlas.
Empresas privadas	Neurokinder und Familie también es una empresa privada que brinda servicios de psicología y bienestar a la comunidad.	Se realizan algunas actividades sin ningún fin lucrativo como son los círculos de mujeres.	Ninguno	Ninguno

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 5*Matriz Comparativa*

OSP	OSP -Neurokinder und Familie	OSP Mujeres hispanohablantes en Europa (MHE)	OSP Dreams Kindergarten	OSP Crianza Positiva
Fines u objetivos (Misión y Visión)	Tiene como objetivo social guiar a familias hispanohablantes en Alemania en temas relacionados con la crianza y la neuropsicología. Sin embargo, actualmente se extendió hacia desde Alemania a otros países en el mundo de manera virtual. Objetivos: -Lograr disminuir niveles de maltrato trabajando la disciplina positiva y el respeto. -Ayudar no solo a las familias sino el rol de la mujer migrante y sus necesidades como madres.	Promover el amor propio y crecimiento personal y profesional de migrantes en Europa.	Ofrecer un modelo integral de educación en grupos pequeños que desarrolla habilidades para el futuro, acompañándolos en las diferentes etapas del crecimiento.	Promover bienestar psicológico de las personas a través de la promoción, prevención y atención de la salud psicológica.
Localización	Alemania	Europa	Colombia	Perú
Miembros	Directora: Ingrid Olivares Colaboradores que trabajan de manera ocasional según necesidades de la población: -Psicopedagogo y psicólogo de familia (Teófanés González): Atención a hombres,	Bibiana Gómez- (Educadora y emprendedora) Yoali Sandoval-Internacionalista y politóloga Karla Solís- Mercadóloga Angelica Campuzano- Diseñadora	Profesionales especializados en diferentes áreas.	Profesionales de psicología con diversos enfoques. -Melissa Murakami Shimabukuro, Mariella Vega -Jenny Salas -Gina Graham Asesor medico:

	<p>guía en crianza, psico orientación.</p> <p>- Nutricionista (Susana Herrera): Nutricionista, guía para mujeres y madres en edad escolar.</p> <p>-Psicóloga organizacional y docente en Colombia (Lucia Cárdenas Alvarado): Orienta a mujeres y hombres desde la salud mental.</p>	<p>grafica</p> <p>Valeria Schubert- Empresaria</p> <p>Penelope Brunne- Redes sociales y comunidad</p> <p>Ana Paula Cruz- Nutrióloga</p> <p>Silvia González- Ingeniera y estudiante de psicología.</p> <p>Coordinadoras</p>		<p>Edgar Coquis (pediatra)</p>
Proyectos desarrollados	<p>-Empezar a crear empresa siendo hispanohablante</p> <p>-Saber que hay consultas siempre de muchas partes del mundo</p> <p>-Capacitarse con respecto a España y Estados unidos con certificado de disciplina positiva y dar certificaciones de participación.</p> <p>-Certificado de sanación de Útero en Argentina.</p>	<p>-Realización de 7 encuentros presenciales de mujeres hispanohablantes en Europa.</p> <p>-Show matutino de emprendimiento (Amsterdam)</p>	<p>-Brindar un modelo educativo innovador, dinámico, alcanzando el máximo potencial de cada niño.</p> <p>-Eco dreams como iniciativa ambiental</p>	<p>-Talleres y capacitaciones en Colegios sobre disciplina positiva</p>
Aliados	Ninguno	<p>-Male Guerra, Money coach</p> <p>-Gabriela Müller, coach</p> <p>-Asesores financieros en Alemania, Finanzas para latinos</p> <p>-Red de talentos Mexicanos Países Bajos.</p> <p>-Alejandra Nettel</p>	<p>Aliados Académicos:</p> <p>Colegio Abraham Lincon</p> <p>Colegio Nueva York Gimnasio Fontana</p> <p>Gimnasio los Andes</p> <p>Colegio los Portales</p> <p>Colegio Colombo Gales</p> <p>Agustiniano Norte</p>	<p>-Positive Discipline Association</p> <p>-Disciplina positiva USA</p> <p>-PDA</p> <p>-OIM</p>

		Communications -Miriam Miller, Cake Art. -Emigrar y emprender. 2018	2009	2008
Antigüedad	2019			
Descripción de sus redes sociales	A nivel de redes sociales digitales cuentan con: Página web Instagram Facebook WhatsApp	En redes sociales digitales cuentan con: Página web Instagram Facebook Twitter	En redes sociales digitales cuentan con: Página web Instagram Facebook Twitter	En redes sociales digitales cuentan con: Página web Instagram Facebook Twitter YouTube
Tipo de comunidad ética	En los círculos de mujeres siempre se hace la aclaración que como es un círculo la información que se cuenta o comparte no debe salir de allí. Así mismo, la confidencialidad en cada una de las sesiones psicológicas que se realicen y demás servicios que presta la empresa.	Dejan en claro a través de redes sociales que tipo de patrocinadores tiene esta comunidad.	Entre sus valores destacan la honestidad, solidaridad, respeto a los pensamientos y creencias de los demás, dialogo sincero, tolerancia y autocontrol, actitud proactiva.	Entre sus valores principales se resalta el respeto
Fuentes (de dónde extrajo la información para esta matriz o tabla)	www.neurokinderundfamilie.com	www.encuentrosme.com	www.dreamskindergarten.com	www.crianzapositiva.org

Fuente. Elaboración propia mediante la consulta de las paginas web de cada organización.

Informe de Investigación

Neurokinder und Familie es una empresa privada que esta bajo la dirección de Ingrid Olivares, quien cuenta con colaboradores profesiones en áreas de la salud como psicólogos y una

nutricionista. Ellos prestan sus servicios a la comunidad hispanohablante de Alemania y del mundo. La relación entre la directora y sus colaboradores es muy buena, pues tiene una comunicación frecuente y muy oportuna.

Esta empresa surge tiempo después de llegar Ingrid a Alemania cuando ve la necesidad crear esta red social, ofreciendo apoyo en temas de crianza y disciplina positiva para su comunidad en específico que son las familias de habla hispana, quienes han migrado a otro país y residen en un lugar en donde no se habla español. Por otra parte, también encuentra que las mujeres y la maternidad en el extranjero necesita de atención en esta comunidad, creando así espacio para ellas a través de los círculos de mujeres, ideales para su fortalecimiento y empoderamiento femenino. Para Ingrid, es todo un logro haber emprendido esta empresa en Alemania, aunque aún no cuente con aliados específicos como entidades sin ánimo de lucro, ONG, empresas privadas, sabe que la empresa aun es pequeña, sin embargo, es un aspecto que a nivel de relaciones se debería mejorar, para no solo consolidar mucho más la organización sino también ampliar sus redes y poder ayudar a más personas. Cabe señalar la definición de red el autor Santos, F. (1989): “El concepto de red social tiene también un pleno sentido en su utilización como medio de la integración social y de implicación de sujetos en el interior de un sistema social determinado” (p. 147). Por otro lado, la empresa ha logrado tener acercamientos, por medio de talleres para carreras técnicas en Cencosistemas e instituciones como el jardín huellitas de oro en Colombia realizando talleres con padres de familia.

Para Neurokinder und Familie es determinante la virtualidad que se ha manejado durante todo el tiempo desde que se fundó la empresa, pues gracias a eso, se ha podido atender a familias en todo el mundo, por esta razón se hace tan indispensable las redes sociales digitales para esta organización en específico, pues es por medio de las diferentes plataformas que se puede llegar a

muchas mas personas sin importar donde se encuentren. Así lo resalta el autor Noguera Vivo, J. (2011): “las redes sociales son herramientas de comunicación que se caracterizan por su inmediatez y su viralidad, características que hay que tener en cuenta con rigor a la hora de plantearse una estrategia de comunicación en social media”. (p. 18).

Es importante destacar la comunicación horizontal y participativa que emplea Ingrid por ejemplo en los círculos de mujeres, pues brinda un espacio en el cual todas las mujeres pueden expresarse libremente y pueden intercambiar experiencias, y de algún modo dar ese apoyo y empoderamiento de la mujer. Como bien lo explica el autor Beltrán (1979): “Todos tienen el derecho a comunicarse con el fin de satisfacer sus necesidades de comunicación por medio del goce de los recursos de la comunicación” (p. 17). Así también, lo expresaba Ingrid en uno de estos encuentros como la comunicación, la palabra, la escritura tiene un poder sanador para el ser humano, y que estos círculos de mujeres son muy poderosos, porque permite desde la introspección generar transformación y cambios.

En efecto, las asesorías personales, los talleres, círculos de mujeres, y demás actividades participativas que se realizan netamente virtual contribuyen al bienestar de cada persona y de la comunidad, el poder que tiene este tipo de practicas en el idioma materno hacen que haya mucha más conexión y que la gente se sienta de alguna manera en casa.

Resulta claro, que debido a que las actividades de Neurokinder und Familie se llevan a cabo de manera virtual, se le debe dar prioridad al fortalecimiento de las redes sociales digitales, pues es allí donde emergen las relaciones y las conexiones con las personas de todo el mundo que quieren ser parte de esta comunidad, aunque se tienen en cuenta en situaciones puntuales para invitación a talleres o círculos es indispensable generar un mayor impacto a través de plataformas como Instagram, TikTok y Facebook. Por otro lado, encontrar alianzas con

organizaciones sin ánimo de lucro europeas para poder amplificar mucho más las redes con las que se cuenta hoy en día.

La principal recomendación para fortalecer la red es que la empresa vea el marketing como su aliado y no como algo comercial. Existen publicaciones en redes sociales digitales que tienen fines informativos, este sería un espacio propicio para poder realizar este tipo de contenido y así generar impacto positivo en la audiencia. Es importante destacar el marketing social que como lo menciona el autor Noguera Vivo (2011): “el marketing social consiste en la aplicación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planteamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad”. (p. 17). En otras palabras, es importante que exista una persona que se encargue del área de comunicación y marketing en la organización. Así mismo, la recordación impacta e influye mucho a corto o largo plazo en las personas, la red social se trata de que existan vínculos y como lo destaca el autor Santos (1989): “estos pueden permanecer durante un tiempo determinado en estado latente. Así las relaciones potenciales de un actor pueden estar inactivas o latentes hasta que llegue el momento de ser necesitadas para alguna acción social”. (p. 147). Además, se plantea la sostenibilidad de la red mediante análisis de datos, que permitan ver la asistencia y participación de las personas en talleres o actividades para tener un mejor conocimiento de la recurrencia de las personas.

Para concluir, en relación con el fortalecimiento de la comunicación, como se mencionaba las plataformas digitales permitirán que la comunidad existente esté informada de las actividades a realizar y da la oportunidad que otras personas conozcan a Neurokinder und Familie. Se sugiere específicamente establecer conexión con las ONG de hispanohablantes a

nivel mundial con el fin de generar acercamientos en eventos como Mujeres hispanohablantes en Europa o la OIM (Organización Internacional para las Migraciones).

Proyección

Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional

Con base a la información recolectada en la Organización Social Participativa, Neurokinder und Familie, y evaluando puntos importantes en cada uno de los informes (identificación, sociopraxico, investigación) y la manera en que se desarrolla la empresa actualmente a nivel interno y externo en temas de comunicación y participación, se plantea lo siguiente:

Es indispensable partir de los objetivos pues, así como lo menciona Kamlongera, C. (2008): “Los objetivos de comunicación tratan directamente temas como conciencia, conocimiento, actitudes, prácticas, conductas y participación. Cada uno de ellos representa un nivel de comunicación, que debe ser tratado en forma separada.” (p. 19).

Objetivos General: Aumentar el reconocimiento de Neurokinder und Familie en las redes sociales digitales y en organizaciones e instituciones externas a nivel mundial.

Público Objetivo o Target:

- Familias hispanohablantes: Familias de habla hispana que necesiten asesoría en temas de disciplina y crianza positiva.
- Mujeres migrantes.

En cuanto a los canales que se van a usar y teniendo en cuenta que la empresa desde sus inicios ha funcionado de manera virtual, se propone en primera instancia el fortalecimiento del área de comunicación a nivel interno de la empresa con el fin de generar un mayor impacto a nivel externo (clientes o beneficiarios) en las redes sociales digitales, puesto que es allí donde se puede dar una mayor visibilidad, no solo generando recordación, sino relevancia en su audiencia, los canales, estableciendo tiempos para la elaboración del contenido digital, identificando

tendencias, interacción y participación, ya que las interacciones con la audiencia son determinantes creando un flujo de comunicación e información bidireccional mediante las reacciones (likes o emojis, comentarios). Cabe resaltar a Villalobos, O. (2012): “las tecnologías de la información (TIC) se transforman y consiguen impactar cada vez con más fuerza al conjunto de la sociedad” (p. 6).

Por consiguiente, se proponen los siguientes canales:

Redes sociales digitales: (Facebook, Instagram, TikTok.) Lo ideal es realizar una planeación de contenido mensual en la cual se establezca, el número de publicaciones por semana durante tres meses para que así poder ver resultados efectivos y de esta manera hacer una estadística y análisis de su impacto. Se deberán crear contenidos diferentes en cada una de las redes sociales. Es importante recordar a través de estas publicaciones se está brindando información sobre crianza positiva y por ende el contenido como tal es valioso, algo que es clave para tener éxito en las redes sociales. También se propone cada dos meses realizar live stream con otras empresas proponiendo temas de discusión para captación de nueva audiencia, siendo este tipo de contenido uno de los más utilizados hoy en día, y que a su vez se puede sacar contenido informativo para las demás plataformas.

Página web: actualizaciones continuas en la página web de Neurokinder und Familia, con los diferentes talleres, encuentros o demás actividades que se programen.

Correo electrónico: realizar boletines informativos o recordatorios sobre talleres, círculos de mujeres, próximas actividades a realizar compartiéndolas vía email con los clientes o beneficiarios que hayan participado anteriormente en alguno de estos.

Aliados: se recomienda establecer contacto con instituciones privadas, colegios de habla hispana, organizaciones sin ánimo de lucro o, por medio de las cuales se construya una relación

de ayuda mutua para llegar a más familias hispanohablantes y mujeres migrantes en el mundo. Algunas de ellas pueden ser: OIM (Organización Internacional de las Migraciones), Mujeres Hispanohablantes en Europa.

Evaluación:

Feedback o retroalimentación: las encuestas son indispensables para generar un impacto sostenible en los clientes o beneficiarios es necesario recurrir a encuestas después de cada evento o actividad que permitan estar en mejora continua tanto de los servicios que se ofrecen como de los talleres o círculos de mujeres.

Las redes sociales permiten un abanico mucho más amplio de interacciones, ya que permiten un uso grupal e interpersonal y facilitan recoger el *feedback* de los seguidores a través de encuestas, envío de documentación o imágenes, debates sobre un tema, consultas, reenvío o difusión de noticias, etc. (Bernal, 2018, p.20)

Indicadores estratégicos:

Se medirán las estadísticas en todas plataformas digitales.

Registro de recurrencia: se llevará un control o registro de los beneficiarios o asistentes a talleres, círculos de mujeres o consultas particulares.

Todo lo anterior, con el fin de lograr que Neurokinder und Familie tenga aún más visibilidad y reconocimiento el campo digital, para que puedan ser más las familias que encuentren guía, acompañamiento sin importar el lugar del mundo en donde se encuentren y comprender que las plataformas digitales no solo están para generar algún tipo de fin lucrativo económico sino también sirven para crear comunidad, unidad y una red de apoyo.

Conclusiones

Una de las principales características de las Organizaciones Sociales Participativas es la ayuda colectiva y es precisamente Neurokinder und Familie quienes buscan brindar apoyo a familias hispanohablantes en el mundo con respecto a la crianza positiva y neuropsicología, además de brindar espacios de manera virtual para empoderar a las mujeres que son madres migrantes y las cuales cuentan con muy pocas redes de apoyo, acompañándolas en este proceso tan complejo en su rol maternal en el extranjero.

Por otra parte, otra de las características que debe tener esta OSP es la importancia de la horizontalidad en la red para que haya igualdad de interacción y se cree esa atmosfera de participación de forma espontánea, la cual se observa en los círculos de mujeres que se realizan mensualmente, logrando que la red social se aún más amplia. Las redes sociales nos permiten tener esa unión, vinculo, pero estas tienen características importantes para que sean sostenibles a través del tiempo.

Para el caso específico de esta empresa Neurokinder und Familie es indispensable el trabajo con redes sociales digitales, pues esta empresa solo se maneja de manera virtual y hoy por hoy las plataformas digitales son las protagonistas para generar comunidad, red social y comunicación.

Es indispensable para este tipo de investigación el uso de herramientas como lo son el sociograma y el diagrama de conjuntos de acción, pues nos da una clara visualización de la comunicación, las redes que se tejen, para así analizarlas y en caso de ser necesario mejorar esta dinámica comunicativa y de relaciones.

Referencias Bibliográficas

- Beltrán, L. (1979). *“Un adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal”* Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader . Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35. <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Bernal, C., Navarro, C., & Santoveña, S. (2018). *Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación* . Ediciones Octaedro. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820%206>
- Crianza positiva. (s.f.). Inicio. [Página web]. <https://crianzapositiva.org/>
- Dreamskids. (s.f.). Nosotros. [Página web]. <https://dreamskindergarten.com/nosotros/>
- Encuentros. (s.f.). Eventos. [Página web]. <https://encuentrosmhe.com/eventosvirtuales>
- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Kamlongera, C., Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación . Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. <http://www.fao.org/docrep/011/y5794s/y5794s00.htm>
- Neurokinder und Familie. (s.f.). Servicios. [Página web]. <https://neurokinderundfamilie.com/servicios/>
- Noguera Vivo, J. M. (2011). *Redes sociales para estudiantes de comunicación: 50 ideas para comprender el escenario online* . <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/33533%208>

Santos Requena, F. (1989). *El concepto de red social*. Reis: Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 48, 1989, págs.137-

152. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>

Villalobos, O. (2012). *Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales*. Quórum

Académico, Vol. 9, No. 1, 2012. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900)

Apéndices

Apéndice A

Carta de Intención

Düsseldorf, febrero 21 de 2025

Señores
Organización Neurkinder und Familie
Atn. Ingrid Olivares
Directora
E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es **Katherine Xiomara Espejo Rojas** identificado(a) con C.C. **1.013.626.246** de la ciudad de **Bogotá**, actualmente me encuentro cursando el programa de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad-portas de recibir el título de Comunicador Social.

Escogí como trabajo de grado una opción muy interesante que es el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. El Diplomado busca posibilitar que, a través de un trabajo académico e investigativo, el estudiante proponga una acción o acciones de fortalecimiento comunicacional dirigidas a la organización con la cual se desarrolló la investigación. Estas acciones hacen parte de una estrategia que será formulada a partir de un juicioso proceso de contacto, indagación, y conocimiento de la organización, obviamente acogiéndose a los parámetros que las dinámicas propias de esta exijan.

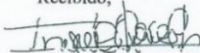
La organización no se compromete a implementar la estrategia que el estudiante diseñe y proponga, pero si la organización lo considera adecuado y provechoso, sería muy importante realizar dicha implementación, lo cual además evidenciaría la pertinencia de la estrategia diseñada y posibilitaría alcanzar los objetivos propuestos en esta. Los resultados del trabajo realizado con la organización serán publicados en un documento académico en el cual quedará consignado todo el proceso.

Por lo anteriormente expuesto, solicito comedidamente que me permitan realizar con ustedes este trabajo durante los próximos cuatro (4) meses, en los cuales además de desarrollar el ejercicio investigativo, se buscará que los frutos de esta sean acciones que fortalezcan y mejoren las dinámicas comunicativas dentro de su organización.

Mil gracias por su atención,

Atentamente,

Katherine Xiomara Espejo Rojas
Cel. +49 1631287762
E-mail: katherine.espejo.r@gmail.com

Recibido,

Ingrid Olivares
C.C 1022334011

Apéndice B

Carta de Aprobación

Görlitz, febrero 21 de 2025

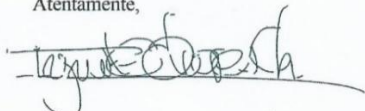
Señores
Universidad Nacional Abierta y a Distancia
Bogotá

Cordial saludo,

Yo Ingrid Olivares identificado(a) con C.C. 1.022.334.011 de la ciudad de Bogotá, directora de la empresa Neurokinder und Familie acepto que Katherine Xiomara Espejo Rojas, estudiante de comunicación social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, realice el trabajo de Investigación Acción correspondiente al Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación durante los próximos (4) meses en nuestra organización.

Esta autorización se hace con pleno conocimiento de las disposiciones Constitucionales, conforme los lineamientos de la Ley 1581 de 2012 para el tratamiento de datos personales, Decretos reglamentarios, Política de Tratamiento de datos personales de la institución que puede ser consultada en la página web www.unad.edu.co y normatividad interna.

Atentamente,



Ingrid Olivares
Cel. 004917680763775
E-mail: neurokinderundfamilie@gmail.com
C.C. 1022334011

Apéndice C

Preguntas Entrevista Inicial

1. ¿Qué tipo de práctica hace esta organización para el cumplimiento del objeto social?
2. ¿Cuáles son los objetivos o intenciones de ayuda social?
3. ¿Cuáles son las reuniones y las características que tiene estos encuentros y con que regularidad se realizan?
4. ¿Como es el tamaño de la organización y que cobertura territorial tiene hoy en día?
5. ¿Cuáles son las características de los vínculos redes sociales de esta organización?
6. ¿Cuáles son las formas de comunicación externas e internas de la organización?
7. ¿Cuáles han sido esos proyectos, planes o cronogramas que maneja la organización?
8. ¿Cuáles han sido los logros y proyectos desarrollados que ha realizado la organización?
9. ¿Cuáles son las dificultades para desarrollar los objetivos sociales?

Apéndice D

Enlace de la Entrevista Inicial

<https://youtu.be/YPV1fcLbwcl>

Apéndice E

Preguntas Entrevista Cualitativa

Preguntas:

Red social:

1. ¿Como puede definir la red social que se ha ido creando durante estos 7 años y que existe actualmente en la empresa?
2. ¿En la empresa se ha llevado a cabo algún tipo de estrategia para crear esta red social con la que se cuenta?
3. ¿Considera las redes digitales de la comunicación claves para el fortalecimiento de estas redes sociales por tratarse de una empresa que se maneja netamente de manera virtual?

Comunicación Participativa:

4. ¿Cuáles espacios brinda la empresa para fomentar la comunicación participativa interna y externamente?
5. ¿Desde su experiencia la empresa de qué manera ha contribuido o promovido la comunicación participativa?
6. ¿Piensa que se debería hacer algún cambio en la organización para mejorar la comunicación participativa interna o externamente?

Comunidad:

1. ¿Han identificado algún tipo de necesidad actualmente en la comunidad y como se han planteado abordarla?
2. ¿Qué impacto tienen los talleres y círculos de mujeres para la comunidad?
3. La comunidad de Neurokinder und Familie es netamente virtual, ¿qué ventajas observa al realizar actividades de manera virtual y no presencial?

Apéndice F

Enlace de la Entrevista Cualitativa

<https://youtu.be/-TbdMri62DE>

Apéndice G

Enlace del video de sustentación

<https://youtu.be/RbzOdTjeApY>