

**Estrategia de comunicación digital para la optimización del uso de redes sociales en
IAPA Chiquitines**

Daniel Millán Perea

Asesor

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH

Comunicación Social

2023

Resumen

El objetivo de este trabajo es diseñar una propuesta que fortalezca y mejore las redes sociales de comunicación de la IAPA Chiquitines, una organización sin ánimo de lucro ubicada en Cali, dedicada a la protección y restablecimiento de los derechos de niños en situación de vulnerabilidad. Esta investigación se lleva a cabo en el contexto del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, combinando un enfoque teórico-práctico que se basa en la comunicación participativa, la sociopraxis y el análisis de redes sociales. La propuesta busca fortalecer la presencia digital mediante una comunicación integral que conecte la página web y las redes sociales, convirtiéndolas en espacios de información, participación y visibilización del impacto social de la organización. Además, se sugiere la creación de contenidos educativos e informativos que estén alineados con la misión institucional, con el fin de generar confianza, construir una buena reputación digital y atraer a posibles aliados y financiadores. En conclusión, este trabajo resalta la importancia de las redes sociales como herramientas clave para las organizaciones sociales, no solo para difundir información, sino también para fomentar relaciones participativas con la comunidad y fortalecer los procesos de sostenibilidad institucional.

Palabras clave: Comunicación participativa, redes sociales, organizaciones sociales, posicionamiento digital, sociopraxis.

Abstract

The objective of this work is to design a proposal that strengthens and improves the social communication networks of IAPA Chiquitines, a non-profit organization located in Cali, dedicated to the protection and restoration of the rights of vulnerable children. This research is conducted in the context of the Diploma in Social Communication Network Building, combining a theoretical-practical approach based on participatory communication, sociopraxis, and social network analysis. The proposal seeks to strengthen the digital presence through comprehensive communication that connects the website and social media, turning them into spaces for information, participation, and visibility of the organization's social impact. In addition, it suggests the creation of educational and informative content that is aligned with the institutional mission, to build trust, establish a good digital reputation, and attract potential allies and funders.

Keywords: Participatory communication, social networks, social organizations, digital positioning, sociopraxis.

Tabla de contenido

Introducción	6
Justificación	8
Objetivos	10
Objetivo general	10
Objetivos específicos.....	10
Marco Teórico, Conceptual y Diagnóstico Comunicacional.....	11
Comunicación Participativa y Organizaciones Sociales	11
Redes Sociales y Sociedad En Red	13
Sociopraxis y Análisis de Redes Sociales	13
Diagnóstico de los Canales Digitales de la IAPA Chiquitines.....	14
Comunicación Digital y Posicionamiento Institucional en Organizaciones Sociales.....	15
Marketing de Contenidos y SEO como Herramientas de Comunicación Social	15
Conclusiones	17
Recomendaciones	19
Referencias Bibliográficas	21

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Diario de campo</i>	13
---	----

Introducción

Las redes sociales se han convertido en herramientas clave para las organizaciones que desean dar a conocer su trabajo, fortalecer su identidad y crear conexiones significativas con la comunidad. Para las Organizaciones Sin Ánimo de Lucro (OSL), estos canales digitales son especialmente valiosos, ya que les permiten difundir sus iniciativas sociales, fomentar la participación ciudadana y asegurar la sostenibilidad de sus proyectos a través de colaboraciones y donaciones.

El Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación ofrece un enfoque que combina teoría y práctica sobre el uso de las redes sociales, todo desde una perspectiva participativa. En este contexto, la comunicación se ve como un proceso horizontal que fomenta el diálogo, la interacción y la corresponsabilidad entre los diferentes actores sociales. Así, este trabajo se presenta como una propuesta aplicada que une los conocimientos adquiridos durante el diplomado con una experiencia real de intervención comunicacional.

Esta IAPA, situada en Cali, fue seleccionada como objeto de estudio debido a su valiosa labor en la protección y restitución de los derechos de los niños en situación de vulnerabilidad. A pesar de contar con una trayectoria sólida y canales digitales activos, se identificó la necesidad de mejorar su estrategia comunicacional, especialmente en áreas como el posicionamiento digital, la creación de contenido y el uso integral de las redes sociales y su página web.

Este trabajo tiene como objetivo presentar una propuesta para fortalecer y mejorar las redes sociales de comunicación, fundamentada en un diagnóstico previo de sus canales digitales y en principios de comunicación participativa, sociopraxis y análisis de redes sociales. A través

de esta propuesta, se busca contribuir al posicionamiento institucional en las plataformas digitales.

Justificación

La creación de una propuesta para fortalecer y posicionar las redes sociales de comunicación de la IAPA se justifica desde varias perspectivas: social, comunicacional y académica. En primer lugar, desde un enfoque social, desempeña un papel crucial en la protección y recuperación de los derechos de los niños en situaciones vulnerables. Por eso, es vital dar visibilidad a su trabajo y al impacto de sus programas en la sociedad. Una estrategia de comunicación más robusta puede ayudar a sensibilizar a la comunidad, fomentar la corresponsabilidad social y abrir más oportunidades de apoyo para los proyectos que lleva a cabo la institución.

Desde el punto de vista comunicacional, este esfuerzo se fundamenta en la necesidad de mejorar el uso de las redes sociales y la página web como herramientas clave de comunicación integral. Aunque la fundación ya tiene presencia en el mundo digital, se han identificado áreas de mejora, como la regularidad en la creación de contenido, el uso de formatos audiovisuales y la implementación de estrategias de posicionamiento digital, como la optimización de contenido para motores de búsqueda (SEO). Fortalecer estos canales no solo aumentará la visibilidad de la institución, sino que también ayudará a establecer una comunicación más cercana, participativa y alineada con los valores y la misión de la IAPA.

En el ámbito académico, la pertinencia de este trabajo radica en la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos durante el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. La propuesta integra conceptos teóricos como la comunicación participativa, la sociopraxis y el análisis de redes sociales, permitiendo articular la teoría con una experiencia real de intervención comunicacional. De esta manera, el trabajo aporta al proceso formativo del

estudiante, fortaleciendo competencias analíticas y propositivas frente a los desafíos comunicacionales que enfrentan las organizaciones sociales en el contexto digital.

En conclusión, esta propuesta busca aportar al fortalecimiento institucional, al tiempo que consolida un ejercicio académico orientado a la construcción de redes sociales de comunicación con enfoque social, participativo y comunitario.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una propuesta de fortalecimiento y posicionamiento de las redes sociales de comunicación de la IAPA Chiquitines, a partir de un enfoque participativo, que contribuya a mejorar su visibilidad digital, su interacción con la comunidad y el reconocimiento de su labor social en el entorno digital.

Objetivos Específicos

Analizar los canales digitales actuales (página web, Facebook e Instagram), con el fin de identificar fortalezas y oportunidades de mejora en su estrategia comunicacional.

Proponer estrategias de generación de contenidos digitales optimizados para motores de búsqueda (SEO), que permitan posicionar la página web en los principales buscadores de internet.

Fortalecer el uso de las redes sociales como espacios de comunicación participativa, promoviendo la interacción con la comunidad a través de contenidos educativos, informativos y audiovisuales.

Favorecer la atracción de potenciales aliados estratégicos, empresas y entidades que puedan apoyar financiera o institucionalmente los proyectos desarrollados, a través del fortalecimiento de su presencia digital.

Marco Teórico, Conceptual y Diagnóstico Comunicacional

Comunicación Participativa y Organizaciones Sociales

La comunicación participativa se entiende como un proceso horizontal que fomenta el diálogo, la inclusión y la toma de decisiones compartidas entre los diversos actores sociales. Este enfoque se aparta de los modelos tradicionales de comunicación vertical, donde la información fluye en una sola dirección, y propone una construcción colectiva del significado comunicacional.

Ramiro Beltrán destaca que la comunicación participativa se basa en el acceso, el diálogo y la participación, elementos que permiten a las comunidades involucrarse activamente en los procesos comunicativos que les afectan (Beltrán, 2005). En el contexto de las organizaciones sociales, este enfoque es fundamental, ya que facilita una relación más cercana y transparente con la comunidad beneficiaria y con la sociedad en general.

Para la IAPA, la comunicación participativa es una oportunidad estratégica para dar visibilidad a su labor social, fortalecer los lazos con la comunidad y fomentar una mayor apropiación de sus procesos institucionales, siempre respetando los derechos y la privacidad de los niños que están bajo su protección.

Sobre este punto, las labores que se realizan dentro de estos lugares fueron plasmados a través de un ejercicio de observación en la Tabla 1. Si bien el hermetismo para asegurar la protección a los derechos de los menores se siente tangible, el acceso a la información que se obtuvo fue vital para implementaciones iniciales de las estrategias comunicativas y entender cuales podían ser las herramientas de trabajo.

Tabla 1*Diario de campo*

Elemento	Información
Organización Social de Práctica (OSP)	IAPA Chiquitines
Actividad realizada	Conocimiento del lugar y entrevista
Fecha	11 de marzo de 2023
Hora de inicio	2:30 p. m.
Hora de finalización	3:30 p. m.
Lugar	Sede Cali, Valle del Cauca
Participantes	Camilo Castellanos
Investigador	Daniel Millán Perea
Área / Programa	Comunicación Social
Descripción	La IAPA se encuentra ubicada en el barrio Pance y cuenta con instalaciones completamente cerradas, diseñadas para garantizar la seguridad de los menores. El espacio es amplio y adecuado para el desarrollo de actividades recreativas y formativas, ofreciendo condiciones dignas para los niños que residen en el lugar. Durante la visita, se evidenció un trato cercano y afectuoso por parte de todo el personal hacia los menores, independientemente del cargo que desempeñan. Asimismo, se observó un estricto cuidado de la privacidad de los niños, lo que limita el registro fotográfico y exige un manejo responsable de la información.
Interpretación	Al tratarse de una institución encargada del restablecimiento de los derechos fundamentales de menores de edad, la infraestructura y las dinámicas internas están orientadas a proteger su integridad física y emocional. La atención constante por parte del personal refuerza la importancia del reconocimiento y el afecto como parte del proceso de protección. La ubicación del área de comunicaciones dentro del departamento de sostenibilidad refleja una estructura organizacional enfocada en la gestión responsable de los recursos y los objetivos institucionales.
Reflexión	La visita generó una percepción positiva al encontrar un espacio más amplio de lo esperado, adecuado para el bienestar de los niños. Resulta emotivo observar el compromiso del personal con la atención integral de menores en condición de vulnerabilidad. Aunque las restricciones sobre la privacidad representan retos para el trabajo comunicativo y el manejo de redes sociales, estas normas se comprenden y respetan plenamente. La ausencia de un departamento de comunicaciones independiente resulta

llamativa, dado el papel estratégico de la comunicación en las organizaciones actuales.

Nota. La información corresponde a un ejercicio de observación en la IAPA. *Fuente.*

Autor.

Redes Sociales y Sociedad En Red

Las redes sociales digitales se han convertido en espacios fundamentales para la construcción de relaciones, la circulación de información y la visibilización de causas sociales. Manuel Castells (2009) plantea que vivimos en una “sociedad red”, en la cual las tecnologías de la información transforman la forma en que las organizaciones se comunican y se relacionan con sus públicos.

Desde esta perspectiva, las organizaciones sociales deben comprender las redes sociales no solo como canales de difusión, sino como escenarios de interacción, participación y construcción de sentido colectivo. El uso estratégico de redes como Facebook e Instagram permite amplificar su mensaje, fortalecer su identidad institucional y generar confianza en posibles aliados y donantes.

Sociopraxis y Análisis de Redes Sociales

La sociopraxis se enfoca en el análisis de las prácticas sociales y su impacto en la vida cotidiana de las personas, permitiendo comprender la realidad desde la acción y la experiencia. Montero (2003) define las redes sociales como una forma básica de organización social, donde se generan intercambios constantes de ideas, servicios y relaciones.

Por su parte, Vélez (2011) señala que el Análisis de Redes Sociales (ARS) permite observar las dinámicas de interacción entre los actores sociales, facilitando la comprensión de los vínculos que se establecen dentro de una comunidad u organización.

En el contexto de la IAPA, la sociopraxis y el ARS permiten reconocer la importancia de fortalecer los lazos comunicativos con la comunidad, visibilizar las prácticas institucionales y humanizar los procesos que se desarrollan en favor de los niños, sin vulnerar su derecho a la intimidad.

Diagnóstico de los Canales Digitales

A partir del análisis realizado a la página web y a las redes sociales (Facebook e Instagram), se identificó que la institución cuenta con una presencia digital organizada y coherente con su identidad visual y su misión social. La página web presenta una estructura clara, es responsiva y ofrece información relevante sobre los programas y formas de apoyo a la institución.

No obstante, se evidencian oportunidades de mejora relacionadas con la actualización constante de contenidos y la visibilización de actividades, alianzas y proyectos que la IAPA desarrolla de manera permanente. La implementación de un blog institucional con contenidos optimizados para motores de búsqueda (SEO) permitiría fortalecer el posicionamiento digital y aumentar el tráfico hacia el sitio web.

En cuanto a las redes sociales, se observa un manejo adecuado de los contenidos informativos, especialmente en Instagram, donde existe un mayor nivel de interacción. Sin embargo, se recomienda potenciar el uso de formatos audiovisuales como reels y videos cortos, así como mejorar la calidad visual de las publicaciones, con el fin de captar mayor atención y fortalecer la reputación digital.

Comunicación Digital y Posicionamiento Institucional en Organizaciones Sociales

La comunicación digital se ha vuelto un pilar fundamental para el posicionamiento de las organizaciones sociales. Gracias a ella, pueden ampliar su alcance, fortalecer su identidad y generar confianza entre sus públicos. Según Capriotti (2009), la comunicación institucional en el ámbito digital necesita ser planificada, coherente y alineada con la misión y los valores de la organización, especialmente en el caso de entidades que tienen un impacto social.

Para las organizaciones sin ánimo de lucro, la comunicación digital no solo informa, sino que también establece relaciones y simboliza valores, ayudando a construir una imagen institucional basada en la transparencia, la credibilidad y el compromiso social. Esto es especialmente importante para instituciones que requieren altos niveles de confianza de la comunidad y de posibles aliados estratégicos.

Una estrategia digital bien diseñada facilita la visibilidad de los procesos institucionales, el impacto de los programas sociales y la rendición de cuentas, todos elementos que ayudan a fortalecer la reputación de la organización en el entorno digital.

Marketing de Contenidos y SEO como Herramientas de Comunicación Social

El marketing de contenidos se define como una estrategia orientada a la creación y distribución de contenidos relevantes y valiosos con el fin de atraer, informar y fidelizar a una audiencia específica. De acuerdo con Arias (2014), el posicionamiento en motores de búsqueda (SEO) se ha convertido en una herramienta fundamental para mejorar la visibilidad de los sitios web, permitiendo que los contenidos lleguen de manera orgánica a los usuarios interesados.

Para las organizaciones sociales, el uso del marketing de contenidos y el SEO representa una oportunidad para educar, sensibilizar y generar conciencia sobre problemáticas sociales, sin

recurrir exclusivamente a estrategias publicitarias pagas. La generación de contenidos educativos, informativos y de valor permite posicionar a la organización como un referente en su área de acción.

En este sentido, la implementación de un blog institucional con contenidos optimizados para SEO contribuiría a fortalecer su presencia digital, aumentar el tráfico hacia su página web y apoyar los procesos de comunicación y sostenibilidad institucional. Esta estrategia resulta coherente con una comunicación ética y responsable, alineada con los principios de las organizaciones sociales.

Conclusiones

El desarrollo de este trabajo permitió evidenciar la importancia de las redes sociales de comunicación como herramientas estratégicas para las organizaciones sociales, especialmente en el contexto digital actual. A través del análisis teórico y práctico realizado, se logró comprender que una comunicación planificada, participativa y coherente contribuye de manera significativa al posicionamiento institucional y a la visibilización del impacto social.

A partir del diagnóstico de los canales digitales existentes, se identificaron fortalezas relevantes, como la coherencia visual, la presencia activa en redes sociales y el compromiso institucional con la protección de los derechos de los niños. No obstante, también se evidenciaron oportunidades de mejora relacionadas con la constancia en la generación de contenidos, el aprovechamiento de formatos audiovisuales y la implementación de estrategias de posicionamiento digital, como el uso de contenidos optimizados para motores de búsqueda (SEO).

La integración de enfoques teóricos como la comunicación participativa, la sociopraxis y el análisis de redes sociales permitió fundamentar la propuesta desde una perspectiva académica sólida, destacando la necesidad de promover una comunicación horizontal que fomente la interacción, el diálogo y la corresponsabilidad con la comunidad. Estos enfoques resultan especialmente pertinentes para la IAPA, dado su carácter social y su responsabilidad ética frente a las poblaciones vulnerables que atiende.

Asimismo, la propuesta de fortalecimiento comunicacional planteada demuestra que el uso estratégico de la página web y las redes sociales puede contribuir no solo a mejorar la visibilidad institucional, sino también a fortalecer la reputación digital y generar mayores

oportunidades de articulación con aliados estratégicos y potenciales financiadores. La creación de contenidos educativos, informativos y de valor se consolida como una estrategia clave para generar confianza y credibilidad en el entorno digital.

Finalmente, este trabajo evidencia la relevancia de aplicar los conocimientos adquiridos durante el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación en contextos reales, permitiendo articular la teoría con la práctica. La propuesta desarrollada no solo aporta al fortalecimiento comunicacional de la fundación, sino que también reafirma el papel de la comunicación como un eje fundamental para el desarrollo social y la sostenibilidad de las organizaciones.

Recomendaciones

A partir del análisis realizado y de la propuesta de fortalecimiento comunicacional planteada, se presentan las siguientes recomendaciones orientadas a optimizar la estrategia de comunicación digital:

En primer lugar, se recomienda establecer un plan estratégico de comunicación digital que defina objetivos claros, públicos específicos, líneas editoriales y una programación periódica de contenidos. Contar con una planificación permitirá garantizar la constancia en las publicaciones y una mayor coherencia entre la página web y las redes sociales.

En segundo lugar, se sugiere implementar un blog institucional dentro de la página web, con contenidos educativos e informativos optimizados para motores de búsqueda (SEO). Esta estrategia contribuirá al posicionamiento digital de la institución, al aumento del tráfico web y a la visibilización de los proyectos, alianzas y actividades que desarrolla la IAPA.

Asimismo, se recomienda fortalecer el uso de formatos audiovisuales en redes sociales, especialmente en Instagram y Facebook, aprovechando herramientas como reels, videos cortos e historias. Estos formatos permiten una mayor interacción con la audiencia y facilitan la difusión de mensajes de manera atractiva y dinámica, sin vulnerar la privacidad y los derechos de los niños.

Otra recomendación importante es mejorar la calidad técnica y estética de los contenidos publicados, mediante el uso de fotografías y videos de buena resolución, diseños gráficos coherentes con la identidad institucional y mensajes claros. Esto contribuirá a diferenciar la comunicación frente a otras organizaciones sociales y a fortalecer su reputación digital.

Finalmente, se sugiere promover una comunicación participativa y transparente, que incentive la interacción con la comunidad, la rendición de cuentas y la construcción de confianza con posibles aliados estratégicos y financiadores. La medición periódica de resultados, a través de indicadores de alcance e interacción, permitirá evaluar el impacto de las acciones comunicativas y realizar ajustes continuos para mejorar la estrategia digital de la institución.

Referencias Bibliográficas

Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza Editorial.

<https://www.alianzaeditorial.es/libro/alianza-ensayo/comunicacion-y-poder-manuel-castells-9788420684994/>

Chadi de Yorio, M. R. (2007). Redes sociales en el trabajo social. Espacio Editorial.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>

Del Rey Morató, J. (2011). Comunicación organizacional y estrategia. Editorial Síntesis.

<https://www.sintesis.com/data/indices/9788497567460.pdf>

Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI.

<https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2022). Guía de

comunicación digital para entidades públicas.

<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Documentos/178906:Guia-de-Comunicacion-Digital>

Organización de las Naciones Unidas para la Infancia. (2021). Comunicación para el desarrollo

(C4D). <https://www.unicef.org/es/comunicacion-para-el-desarrollo>

Valderrama, C. (2013). Comunicación, ciudadanía y participación. Universidad Central.

<https://repository.ucentral.edu.co/handle/20.500.12495/2185>

Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y

Palabra (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n61/gvelez.html>

Villasante, T. (s.f.). La sociopraxis, un acoplamiento de metodologías participativas.

[http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-
IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-
villasante%202.pdf](http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf)