

	ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES	Código: 208-COM-Pr-04
		Versión: 5
		Vigente desde: 08/06/2018

1.OBJETIVO

Promover una comunicación integral y efectiva para construir relaciones de confianza con los públicos de interés con los cuales interactúa la entidad y para generar opinión pública favorable a la Caja de la Vivienda Popular a través de la gestión de las Redes Sociales y de los diversos Medios Digitales con los que cuenta la entidad.

2. ALCANCE

Inicia con la necesidad de propiciar una comunicación efectiva en las redes sociales como plataforma de respuesta y/o información oportuna, y como un espacio privilegiado de participación ciudadana formando una red de seguidores y finaliza con los contenidos alojados en los diferentes medios digitales de la entidad como Youtube, Facebook, Twitter, Tik Tok entre otras.

3. RESPONSABLES

- La responsabilidad de la búsqueda de la información y la producción de contenidos escritos de piezas comunicativas para redes sociales es del Profesional Universitario de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- La responsabilidad de las piezas gráficas digitales que sean necesarias para acompañar la producción de piezas comunicativas para redes sociales es del Profesional Universitario de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- La responsabilidad de las piezas audiovisuales que sean necesarias para acompañar la producción de piezas comunicativas para redes sociales es del Profesional Universitario de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- El Profesional Universitario de la Oficina Asesora de Comunicaciones es el apoyo transversal en todo el proceso, aun cuando no tenga tareas puntuales en las actividades del proceso.
- La aprobación final para publicación y/o divulgación de las piezas, es del jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- El Profesional Universitario de la Oficina Asesora de Comunicaciones es el responsable de la gestión de las piezas comunicativas resultantes en las redes sociales y/o medios digitales con los que cuenta la entidad.

*Seamos responsables con el planeta, No imprima este documento
Si este documento se encuentra impreso se considera "Copia No Controlada". La versión vigente se encuentra
publicada en la carpeta de calidad de la CVP*

	ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES	Código: 208-COM-Pr-04
		Versión: 5
		Vigente desde: 08/06/2018

4. GENERALIDADES O POLÍTICAS OPERACIONALES

- Para el correcto funcionamiento de este procedimiento se requiere el diseño e implementación de estrategias de comunicación para Redes Sociales o Medios Digitales.
- El lenguaje usado en las estrategias de comunicación para Redes Sociales o Medios Digitales debe ser incluyente, respetuoso, transparente, oportuno y efectivo; teniendo en cuenta las expectativas de las partes, con el ánimo de promover la inclusión social y la participación ciudadana.
- La Oficina Asesora de Comunicaciones debe contar con los recursos necesarios de hardware y software identificados en las estrategias de comunicación para Redes Sociales o medios digitales para su correcta implementación.

5. DEFINICIONES Y SIGLAS

Actores: Individuos o Colectivos que interactúan entre sí y con la organización a partir de la toma y ejecución de decisiones que transforman la realidad, el contexto y el territorio, de sí mismos, de sus comunidades y de las organizaciones con las cuales se relacionan.

Comunicación: Entendida como un proceso transversal, no lineal, de interacciones entre actores situados en diversas realidades y contextos culturales que, mediante distintos lenguajes intercambian significado y sentido con el propósito de construir una comprensión compartida. Así, la comunicación se propone como un proceso abierto e incluyente de participación, deliberación, controversia, expresión, narración y mediación entre ciudadanos, servidores públicos, oferentes, instituciones y demás actores involucrados alrededor de asuntos de interés colectivo.

Comunicación Digital: Es aquella comunicación que emplea para sí los medios digitales, entre los que sobresalen los blogs, las revistas virtuales, las versiones digitales y audiovisuales de los medios impresos, portales Web, Intranets, Redes Sociales, emisoras de radio virtuales, videojuegos. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de entidades y organizaciones se inclinen por ellos para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar.

Community Manager o Social Media Manager: Es el profesional encargado de responder por la comunicación en medios sociales. Es responsable de gestionar, construir, acrecentar, sostener y moderar comunidades en torno a una marca corporativa en Internet. En cierta forma, defiende las relaciones de la entidad con los grupos de interés en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de organización

*Seamos responsables con el planeta, No imprima este documento
Si este documento se encuentra impreso se considera "Copia No Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la carpeta de calidad de la CVP*

	ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES	Código: 208-COM-Pr-04
		Versión: 5
		Vigente desde: 08/06/2018

y los intereses de los usuarios. Con conocimientos sobre estrategias de comunicación en línea para llegar a la comunidad de manera efectiva, asertiva y transparente.

Gestión de Contenidos: La gestión de contenidos es el proceso que permite facilitar la creación y actualización de contenido, entendido como las piezas comunicativas que son alojadas en medios digitales. Se dirige, en un sentido amplio, a proporcionar el contenido adecuado, al público de interés adecuado y en el momento adecuado.

Confianza: Podemos comprender la confianza como un recurso o riqueza que se convierte en Capital Social que se comparte entre organizaciones y sus públicos de interés, lo que permite afianzar las relaciones de entendimiento. Además, podemos entender la confianza como el sentimiento y conocimiento generado por acciones, actitudes o variables que promueven un estado de seguridad en las interacciones sociales y la gestión de las organizaciones. La confianza se expresa en la sensación de contar con un soporte sólido y de respaldo en el logro de objetivos y metas y en la satisfacción de necesidades.

Divulgación: Proceso de producción y circulación de información, que se configure como un referente significativo para los actores que la comparten. El proceso de divulgación supone el diseño y la verificación de los medios, canales, lenguajes y modos de comunicación más cercanos a los individuos e instituciones a quienes va orientada, así como la alineación con los objetivos estratégicos de la organización.

Medios Digitales: Son aquellos entre los que sobresalen los blogs, las revistas virtuales, las versiones digitales y audiovisuales de los medios impresos, portales Web, Intranets, Redes Sociales, emisoras de radio virtuales, videojuegos. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de entidades y organizaciones se inclinen por ellos para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar.

Pieza Comunicativa: Producto que traduce las necesidades y expectativas de comunicación en mensajes coherentes con las características comunicativas de los grupos de interés. Estos productos pueden expresarse en formatos audiovisuales, gráficos, sonoros, digitales y escritos.

Públicos de Interés: Conjunto de actores que pueden ser individuos, organizaciones, colectivos, comunidades, empresas, asociaciones, entidades, etc., que se encuentran directa o indirectamente vinculadas con la misión de la organización. El relacionamiento con estos públicos de interés supone diversas formas y acciones de comunicación, y cada uno de ellos configura un punto clave en diferentes niveles de la gestión de la CVP.

Redes Sociales: Las redes sociales, en Internet, son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos. Estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red. Contactar a través de la red puede llevar a un conocimiento directo o, incluso, la

	ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES	Código: 208-COM-Pr-04
		Versión: 5
		Vigente desde: 08/06/2018

formación de nuevas relaciones. Las redes sociales en internet se basan en los vínculos que hay entre sus usuarios.

6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

N°	Actividad y Descripción	Responsable	Registros
1	<p>Identificar las necesidades, requerimientos, expectativas y/o propuestas sobre los servicios, el funcionamiento, la gestión, los resultados de la Entidad, entre otros, con base en los documentos registro (Necesidades de la Alta Dirección surgidas en comités y/o reuniones puntuales con cada uno de los directores, subdirectores y/o jefes de oficina, etc.</p> <p>¿Es una acción puntual con respecto a la identificación de necesidades, requerimientos y/o expectativas? SI: Continuar actividad 5 NO: continúe actividad 2</p>	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> • 208-SADM-Ft-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico • Buzón eurrutiaa@cajaviviendapopular.gov.co
2	Realizar reunión con todo el equipo de trabajo de la OAC, donde se deciden los temas a tratar, las fuentes a consultar, los productos a realizar y los medios de difusión a utilizar, con base en el informe presentado por el Profesional Especializado en Comunicación Estratégica.	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> • 208-SADM-Ft-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico
3	Definir los contenidos y acciones que permitan atender de manera adecuada las necesidades de comunicación	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones. Profesionales	

*Seamos responsables con el planeta, No imprima este documento
Si este documento se encuentra impreso se considera "Copia No Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la carpeta de calidad de la CVP*

	digital de los públicos de interés de la entidad, esta actividad se realiza con los enlaces de comunicaciones en las dependencias.		
4	Establecer contacto con la Red Distrital de Redes Sociales para desarrollar acciones conjuntas, según orientaciones de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor.	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones Profesional	Correos y Twitter con Jefes de Prensa del Distrito, coordinado por la Secretaría General y el Community Manager de la Alcaldía Mayor.
5	Producir contenidos de divulgación.	Profesional	Texto para elaboración de pieza
6	Presentar los contenidos para aprobación del (de la) Jefe de Oficina Asesora de Comunicaciones OAC.	Profesional Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones	• Correo electrónico
7	Revisar los contenidos	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	• 208-SADM-Ft-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico
	¿Los contenidos son aprobados? SI: continúe actividad 9 NO: continúe actividad 8	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	
8	Realizar los ajustes correspondientes y retornar a la actividad 6	Profesional	• Texto modificado • 208-SADM-Ft-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico
9	Entregar el material producido, Profesional Universitario de la Oficina Asesora de Comunicaciones para el proceso de diseño	Profesional	• Correo Institucional
10	Elaborar el diseño (o rediseño) de pieza comunicativa	Profesional	• Pieza comunicativa diseñada o rediseñada
11	Enviar al Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones para aprobación el diseño o pieza comunicativa	Profesional	• Correo institucional
12	Revisar y aprobar el diseño o pieza comunicativa.	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	• 208-SADM-Ft-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico

*Seamos responsables con el planeta, No imprima este documento
Si este documento se encuentra impreso se considera "Copia No Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la carpeta de calidad de la CVP*

	ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES	Código: 208-COM-Pr-04
		Versión: 5
		Vigente desde: 08/06/2018

	¿La aprueba? SI: Continúe 13 NO: Actividad 10		
13	Entregar el archivo diseñado o pieza comunicativa definitiva al Profesional Universitario de la Oficina Asesora de Comunicaciones.	Profesional	Correo Institucional Pieza Gráfica Archivo en PDF Video Otros
14	Publicar la pieza comunicativa a través de la cual se hará la divulgación en redes TIC	Profesional	Correo electrónico Pieza Gráfica Archivo en PDF Video Otros
15	Realizar mensualmente un informe de gestión con estadísticas del comportamiento de las redes sociales con destino al fortalecimiento de las estrategias a seguir en ellas.	Profesional	Informe de gestión

7. DIAGRAMA DE FLUJO

Ver Diagrama de Flujo del procedimiento Community Manager (Administrador de Redes Sociales y/o medios digitales)

8. PUNTOS DE CONTROL

N° Actividad	Actividad	¿Qué y cómo se controla?	¿Con qué frecuencia?	¿Quién lo controla?
7	Revisar contenidos	Oportunidad y veracidad de la información	Cada vez que se ejecute la actividad	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
12	Revisar y aprobar el diseño o pieza comunicativa	Los temas a publicar según la importancia y necesidad de comunicación.	Cada vez que se ejecute la actividad	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones

*Seamos responsables con el planeta, No imprima este documento
Si este documento se encuentra impreso se considera "Copia No Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la carpeta de calidad de la CVP*

	ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES	Código: 208-COM-Pr-04
		Versión: 5
		Vigente desde: 08/06/2018

9. DOCUMENTOS RELACIONADOS

9.1 Normograma

- Ver Normograma

9.2 Documentos Internos

- Ver Listado Maestro de Información Documentada o Listado Maestro de Documentos

9.3 Formatos Asociados

Plan Estratégico de Comunicaciones de la CVP. Código 208-COM-Ft-09

10. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha Aprobación (dd-mm-aaaa)	Cambios	Revisó Nombre y Cargo Líder del Proceso
1	20-08-2015	PROCEDIMIENTO NUEVO	Manuel Alfonso Rincón – Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
2	21-01-2016	Se modifica los documentos de las actividades 1 y 2	Manuel Alfonso Rincón – Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
3	24-11-2016	Se modifica la normatividad y documentos de referencia, incluyendo la Resolución 3564 de 2015 y la Guía de Imagen Institucional 2016-2019	Manuel Alfonso Rincón – Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones

*Seamos responsables con el planeta, No imprima este documento
Si este documento se encuentra impreso se considera "Copia No Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la carpeta de calidad de la CVP*

	ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES	Código: 208-COM-Pr-04
		Versión: 5
		Vigente desde: 08/06/2018

Versión	Fecha Aprobación (dd-mm-aaaa)	Cambios	Revisó Nombre y Cargo Líder del Proceso
4	07-02-2017	Se modifica documentos de referencia y responsables de las actividades	Manuel Alfonso Rincón – Jefe Oficina de Asesora de Comunicaciones
5	08-06-2018	Se modifica descripción del procedimiento en “documentos y registros” para el caso de las aprobaciones de las piezas comunicativas a divulgar. Adicionalmente se cambia el nombre del Procedimiento	Manuel Alfonso Rincón – Jefe Oficina de Asesora de Comunicaciones

11. APROBACIÓN

ELABORADO	REVISADO	APROBADO
Nombre: EDGAR URRUTIA Cargo: COMMUNITY MANAGER Fecha: 18/08/2022	Nombre: EDGAR URRUTIA Cargo: COMMUNITY MANAGER Fecha: 18/08/2022	Nombre: EDGAR URRUTIA Cargo: COMMUNITY MANAGER Fecha: 18/08/2022

*Seamos responsables con el planeta, No imprima este documento
Si este documento se encuentra impreso se considera “Copia No Controlada”. La versión vigente se encuentra publicada en la carpeta de calidad de la CVP*