

PROCEDIMIENTO		
Proceso - subproceso: GESTIÓN DE COMUNICACIONES – COMUNICACIÓN DIGITAL	Página: 1 de 4	
Procedimiento: Redes Sociales	Código: MPEC0302P	Versión: 01

Objetivo

Establecer las actividades de actualización y elaboración de contenidos para las Redes Sociales con el fin de mantener comunicación permanente con los usuarios y demás grupos de interés en medios digitales.

Alcance

Desde la identificación del contenido hasta el seguimiento y análisis de su publicación en Redes Sociales.

Términos y definiciones

COMMUNITY MANAGER: Profesional de la Oficina de Imagen Corporativa y Comunicaciones responsable de administrar, crear contenido y recibir información que se publica en los diferentes perfiles oficiales de la marca institucional en los canales digitales como Facebook, Youtube, Twitter e Instagram). En cierta forma defiende los intereses de la Entidad con los públicos teniendo en cuenta las necesidades y objetivos de la organización, las necesidades de los usuarios y como los contenidos se aplican bajo los lineamientos de Gobierno En Línea.

COMUNICACIÓN PARA REDES SOCIALES: Interacción directa, de doble vía entre el Acueducto de Bogotá y el usuario de las redes sociales interesado en los servicios de la organización. Dicha comunicación permite la interacción y el desarrollo de comunidades en torno a los temas competentes.

ESTADÍSTICAS-ANALÍTICAS: Estudio del impacto que produce una Red Social en sus usuarios.

FACEBOOK: Red Social creada inicialmente para los estudiantes de Harvard, pero desde hace algunos años se expandió a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Permite crear perfiles, páginas. Las entidades del orden nacional y distrital, así como las empresas de servicios públicos usan esta plataforma para publicar contenidos e interactuar con los ciudadanos o usuarios.

INSTAGRAM: Es una Red Social para subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos como filtros.

PIEZAS GRÁFICAS: Es una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades.

POST: Cada una de las actualizaciones de una red social. Pueden contener texto, imágenes y/o vídeos.

RED SOCIAL: Comunidad de usuarios registrados en un portal web que comparten información, aficiones e interactúan entre ellos con diferentes piezas comunicativas, ya sea en imagen o video. En la red social los usuarios se vinculan mediante temas de interés o actividades en común.

Elaboró: Libia Caicedo Pineda y Carlos Antonio Botero Vargas	Revisó: Alba Luz Huérfano Alayón.	F. Revisión: 4/08/2020
Responsable del Procedimiento: Jefe Oficina Asesora de Imagen Corporativa y Comunicaciones	Aprobó: Melba Pinto Gualdrón	F. Aprobación: 21/08/2020

PROCEDIMIENTO		
Proceso - subproceso: GESTIÓN DE COMUNICACIONES – COMUNICACIÓN DIGITAL	Página: 2 de 4	
Procedimiento: Redes Sociales	Código: MPEC0302P	Versión: 01

TWITTER: Es una Red Social que permite a sus usuarios escribir pequeños textos (de hasta 140 caracteres) que pueden ser leídos por cualquiera que tenga acceso a su página. Entidades y empresas usan Twitter para enviar comunicación en tiempo real o para responder inquietudes de los ciudadanos.

YOUTUBE: Es un sitio web de alojamiento gratuito para subir y compartir videos cortos.

Normatividad

1. Decreto Nacional 2573 de 2014. Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea, se reglamenta parcialmente la Ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones. Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones
2. Decreto Nacional 103 de 2015. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones. Presidencia de la República.

Políticas Generales y de Operación

1. La página web www.acueducto.com.co, la intranet y las cuentas de redes sociales del Acueducto de Bogotá son canales de comunicación donde se divulgan noticias e información general acerca de los proyectos, programas y gestión que adelanta la Empresa.
2. La Oficina de Imagen Corporativa y Comunicaciones es la responsable de publicar y retirar información institucional de las redes sociales. Este tipo de información es la que compete a la gestión de la Empresa y el qué hacer diario. De igual forma es la encargada de elaborar contenidos de carácter noticioso y de interés para la ciudadanía en diversos formatos como video, imagen, gifs que garanticen un dinamismo de las redes.
3. La Gerencia Corporativa de Servicio al Cliente, a través de la Dirección de Apoyo Comercial, es responsable de dar trámite oportuno a todas las Peticiones, Quejas y Reclamos, Sugerencias y Denuncias que los usuarios dirijan al Acueducto por medio de las redes sociales de acuerdo con el Procedimiento M4MU0501P Atención y trámite de PQR de los servicios domiciliarios que preste la Empresa.
4. Las preguntas de temas institucionales, opiniones y felicitaciones las responderá la Oficina de Imagen Corporativa y Comunicaciones. No se responderá en ningún caso comentarios hostiles y críticas destructivas.
5. El manejo de la información divulgada por la Oficina Asesora de Imagen Corporativa Comunicaciones a través de la web, intranet y redes sociales, se hará bajo los principios de la transparencia y la veracidad.
6. La Oficina Asesora de Imagen Corporativa y Comunicaciones deberá contar con el servicio permanente de diseño especializado en digital tanto para página web como para redes sociales.
7. El propósito de los contenidos es COMUNICAR, deben tener un tono de carácter corporativo (educativo-honesto, cercano (emocional) e informativo (explicativo).

Elaboró: Libia Caicedo Pineda y Carlos Antonio Botero Vargas	Revisó: Alba Luz Huérfano Alayón.	F. Revisión: 4/08/2020
Responsable del Procedimiento: Jefe Oficina Asesora de Imagen Corporativa y Comunicaciones	Aprobó: Melba Pinto Gualdrón	F. Aprobación: 21/08/2020

PROCEDIMIENTO		
Proceso - subproceso: GESTIÓN DE COMUNICACIONES – COMUNICACIÓN DIGITAL		Página: 3 de 4
Procedimiento: Redes Sociales	Código: MPEC0302P	Versión: 01

ACTIVIDADES	PUNTO DE CONTROL	RESPONSABLE	DOCUMENTOS Y REGISTROS
1. CONSOLIDAR LA ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES			
1.1 Consolida e implementa la estrategia de redes sociales de acuerdo con los lineamientos de la administración para tener lineamientos claros de la administración y publicación de los contenidos.		Community Manager- Equipo de Comunicación Digital	Documentos y estrategia de las redes sociales
2. DEFINIR CONTENIDOS			
2.1 Identifica y consolida la información, noticias, temas especiales, campañas o eventos de interés que se requieren comunicar a través de redes sociales.		Community Manager- Equipo de Comunicación Digital	Contenidos Redes Sociales
2.2 Realiza solicitud mediante formato MPEC0201F02 - Solicitud Comunicación Externa, en caso de que un área requiera publicar en Redes Sociales un tema determinado, Es importante, definir si es para Redes Sociales o para otro canal institucional e informar al área solicitante.		Gerente Director Jefe de Oficina	Correo Electrónico MPEC0201F02 Solicitud Comunicación Externa
3. PRODUCIR CONTENIDOS			
3.1 Adapta la información para publicar en Redes Sociales (piezas gráficas y/o digitales como: audio, texto, o vídeo)		Equipo Comunicación Digital	Contenidos Redes Sociales
3.2 Realiza el cronograma de publicaciones		Equipo Comunicación Digital	Documento Excel Cronograma de publicación redes sociales

Elaboró: Libia Caicedo Pineda y Carlos Antonio Botero Vargas	Revisó: Alba Luz Huérfano Alayón.	F. Revisión: 4/08/2020
Responsable del Procedimiento: Jefe Oficina Asesora de Imagen Corporativa y Comunicaciones	Aprobó: Melba Pinto Gualdrón	F. Aprobación: 21/08/2020

PROCEDIMIENTO		
Proceso - subproceso: GESTIÓN DE COMUNICACIONES – COMUNICACIÓN DIGITAL	Página: 4 de 4	
Procedimiento: Redes Sociales	Código: MPEC0302P	Versión: 01

4. PUBLICAR CONTENIDOS DE REDES SOCIALES			
4.1 Envía al jefe de Oficina, o profesional designado, mediante correo electrónico el cronograma de publicación redes sociales	Jefe Oficina aprueba contenido	Community Manager- Equipo de Comunicación Digital	Correo Electrónico
4.2 Publica los post en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram de acuerdo al cronograma		Community Manager- Equipo de Comunicación Digital	Red Social- Facebook, Twitter e Instagram
4.3 Responde los comentarios de tipo institucional y gubernamental (miembros del gobierno distrital).		Jefe Oficina - Community Manager- Equipo de Comunicación Digital	Red Social- Facebook, Twitter e Instagram
5. GENERAR Y ANALIZAR ESTADÍSTICAS ANALÍTICAS			
5.1 Consolida mensualmente los resultados de las analíticas de redes sociales.		Community Manager- Equipo de Comunicación Digital	Documento de Estadísticas de Facebook Twitter e Instagram
5.2 Analiza mensualmente el comportamiento de las redes en donde tiene presencia el Acueducto de Bogotá (alcance a la audiencia, número de seguidores nuevos) con el fin de establecer acciones de mejora si se requiere.		Equipo Comunicación Digital	Ayuda de Memoria

Elaboró: Libia Caicedo Pineda y Carlos Antonio Botero Vargas	Revisó: Alba Luz Huérfano Alayón.	F. Revisión: 4/08/2020
Responsable del Procedimiento: Jefe Oficina Asesora de Imagen Corporativa y Comunicaciones	Aprobó: Melba Pinto Gualdrón	F. Aprobación: 21/08/2020