CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCIÓN DE LA MODIFICACIÓN
3	12/10/2023	Se actualiza de acuerdo al Decreto 478 del 25 de Octubre de 2022

OBJETIVO

Establecer las actividades que permitan una eficaz creación y difusión de contenidos en redes sociales para dar a conocer la gestión, avances y logros de la entidad.

ALCANCE

El procedimiento inicia con Ia Identificar de las necesidades de acuerdo al procedimiento de Comunicación externa y termina con las evidencias de publicación.

DEFINICIONES Y SIGLAS

Definiciones:
-Alcance: establecer el número de usuarios, que, dentro de su periodo de consumo, vieron una publicación determinada, sin que necesariamente se hubiera registrado una interacción. El alcance, mide en algunas ocasiones, el 'scroll' que hacen los usuarios en las redes, con una visualización de al menos 1 segundo de dicha publicación.
-Atención ciudadana: la persona encargada de la administración de las redes sociales se encarga de hacer un seguimiento constante a las peticiones radicadas a través de estos canales, para ser radicadas como PQRS – Cliente (Atención a la Ciudadanía).

-Comunidad: usuarios que interactúan pasiva o activamente con un producto o una persona. Son consumidores que tienen gustos e intereses específicos dentro de las diferentes redes.
-Community Manager (CM): persona responsable de la gestión digital de los perfiles en redes sociales de una empresa o marca, encargándose de la comunidad presente en línea.
-Engagement: tasa de interacciones que logra una publicación, de acuerdo con el número de personas que fueron alcanzadas por el producto. El porcentaje es variable por cada publicación y permite definir los intereses de los consumidores en las redes.
-Estrategia digital de divulgación: publicación de un producto alineado al cumplimiento de un objetivo o para subsanar las necesidades de las áreas, en temas de información a la ciudadanía, pedagogía, entre otros. – CLIENTE – Diferentes áreas de la entidad.
-Estrategia Social Media: acciones detalladas que se van a llevar a cabo para alcanzar los objetivos de la entidad.
-Grupo de Valor: identificación de las particularidades, características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias, con el propósito de segmentarlos en grupos que compartan atributos similares.

-Feedback: retroalimentación que se entiende como la respuesta que transmite el recepto basándose en el mensaje recibido.
-Informe mensual de PQRS: para hacer un seguimiento al nivel de atención de PQRS a través de las redes sociales, se elaborará un informe para dejar constancia de los mensajes recibidos y radicados, mensualmente – Cliente (Atención a la Ciudadanía).

-Segmentación de audiencia: establecer dentro del universo de consumidores y usuarios, el grupo específico de personas que se interesan en un tema en particular, para así poder

POLÍTICAS DE OPERACIÓN Y ASPECTOS GENERALES

* Se requiere que el desarrollo de este procedimiento guarde coherencia con lo establecido en el Plan Estratégico de Comunicaciones de la entidad.

* Para garantizar la seguridad de las redes sociales de la entidad (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube), las contraseñas de ingreso se cambian cada tres meses teniendo en cuenta aspectos de seguridad tales como: incluir mínimo una minúscula, una mayúscula, un número, un carácter especial y entre 8 y 10 caracteres.

* Las redes sociales se monitorean a diario, para garantizar que estén actualizadas en contenido y al día en respuestas con los ciudadanos que requieran atención a través de estos canales.

PRODUCTO O SERVICIO

SALIDAS (Producto o Servicio)	DESCRIPCIÓN	CLIENTE
Productos audiovisuales	Puede ser una imagen, fotografía, video, audio, o podcast, según corresponda a la campaña a desarrollar, para divulgar en las redes sociales de la entidad, dando a conocer la labor y gestión de todas las áreas.	Usuarios y comunidad que sigue las redes sociales del Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público.
Informe mensual de PQRS – Canal virtual redes sociales	Informe mensual que da cuenta de las interacciones con usuarios en redes sociales y la atención de PQRS en este canal.	Atención a la Ciudadanía del Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público.
Informe semestral de redes sociales	Informe semestral que reseña el comportamiento las redes sociales en el periodo comprendido, cuántas hay, cuáles son las de mayor impacto, si estas funcionan y si se han quedado obsoletas, o no.	Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público.

NORMATIVIDAD Y/O DOCUMENTOS ASOCIADOS

- El control de los riesgos a la seguridad de la información, riesgos laborales, aspectos ambientales se pueden consultar en el Mapa de Riesgos Institucional.
- La normativa asociada al procedimiento se puede consultar en la Matriz de requisitos legales y normativos - Normograma del Proceso.
- Los documentos asociados al procedimiento se pueden consultar en el Listado Maestro de Documentos.
- Los registros asociados al procedimiento se pueden consultar en el Listado Maestro de registros.
- Las disposiciones de almacenamiento y archivo se pueden consultar en las Tablas de Retención Documental.

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE GOBIERNO
Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público

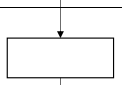
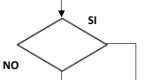
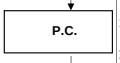
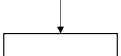
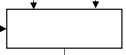
Procedimiento **REDES SOCIALES**

Proceso **DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

VIGENCIA: **12/10/2023**

CODIGO: **127-PRCDE-14**

V3

ACTIVIDAD	FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE	FORMATO Y/O REGISTRO
		INICIO			
1		Identificar las necesidades de las áreas, aquí se recibe la solicitud para realizar lo pertinente y recopilar la información, de acuerdo al procedimiento de Comunicación externa.	1 día	Profesional encargado de redes sociales y Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
		La publicación es independiente?			
2		Revisar en la parrilla de tráfico de las redes, la hora más adecuada para publicar la información solicitada.	1 día	Profesional encargado de redes sociales y Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
3		Recibir el material necesario para garantizar un proceso de calidad. Esto es: material audiovisual (piezas, gif, audio piezas, videos), fotografías, así como el copy externo, previamente revisado por el Jefe de la Oficina Asesora de comunicaciones. Pasar a la actividad 7	Mínimo con una semana de anticipación	Profesional encargado de redes sociales y Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
		La publicación es una Estrategia Digital?			
4		Establecer los productos más adecuados para cumplir los objetivos. * A través del periodista encargado del área, se activa al Community Manager CM de la entidad, para hacerlo parte del proceso de creación. Su papel, será el de establecer los productos más adecuados que pueden ayudar al cumplimiento de los objetivos. Establecer una parrilla de publicación, ajustada de acuerdo a las	Mínimo con una semana de anticipación.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
5		Crear los mensajes a publicitar *Con el apoyo del periodista, se crearán los mensajes a publicar, y el CM, deberá crear la carpeta de publicación, con archivos y parrilla, que permita tener a la mano un paquete de productos por área. Esto, teniendo en cuenta, que algunas de las estrategias pueden ser aprobadas por	Mínimo con una semana de anticipación.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
6		Hacer seguimiento al alcance de las publicaciones *Además de crear la parrilla y programar las publicaciones, el CM debe hacer seguimiento estricto al alcance de las publicaciones. Por eso, una vez terminado el tiempo de divulgación de una estrategia. Debe	Mínimo con una semana de anticipación.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico. Informe.
7		Realizar los ajustes que considere el equipo de Comunicaciones y/o el área encargada de la solicitud.	Entre 1 y 3 días.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
6		Revisar y aprobar el archivo final por medio de un correo electrónico con copia al Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y periodista encargado.	1 día.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
7		Publicar el producto final en la red social correspondiente y hacer seguimiento para entregar *feedback*.	1. día.	Profesional encargado de redes sociales.	Publicación en la red social correspondiente.
8		Enviar evidencias de la publicación * Una vez cumplido el plazo de implementación de la campaña, el CM enviará al periodista responsable las correspondientes evidencias de publicación para dar por finalizada la	Máximo 2 días después de terminada la campaña.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
		Fin			

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE GOBIERNO
Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público

Procedimiento **REDES SOCIALES**

Proceso **DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

V3

VIGENCIA: **12/10/2023**

CODIGO: **127-PRCDE-14**

Atención a la ciudadanía para Pqrs que ingresan a través de redes sociales

		INICIO			
		Diseñar un modelo de plantilla de información, que resalte los canales de atención de la entidad. Esto servirá como material de apoyo para responder los mensajes de los ciudadanos, que buscan atención del nanco	Periódico.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
		Radicar las solicitudes que lleguen ante Atención a la Ciudadanía para que sean tramitadas como PQRS, las cuales deben ser respondidas garantizando el cumplimiento del concepto del *social listening, de* las solicitudes que lleguen por RRSS, en casos particulares del interés de la entidad, se deberá consultar con el líder de comunicaciones, si el trámite que se adelante, es diferente.	Diario.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
		Entregar un reporte al jefe de comunicaciones y al área de Atención a la Ciudadanía, donde repose los comentarios y mensajes recibidos en RRSS y aquellos que se radicaron como PQRS	Mensual	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
		FIN			

AUTORIZACIÓN

ELABORÓ	**REVISÓ:**	**APROBÓ:**
Nombres y Apellidos: Aura Cristina Izquierdo y Sandra Patricia Sánchez Moreno **Cargo**: Contratista - Periodista y Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	**Nombres y Apellidos:** Sandra Patricia Sánchez Moreno **Cargo:** Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	**Nombres y Apellidos:** Sandra Patricia Sánchez Moreno **Cargo:** Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones