

CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCIÓN DE LA MODIFICACIÓN
2	1/03/2022	N/A

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 involucra la publicación y el seguimiento de las actividades de las redes sociales de la entidad y la aplicación de estrategias digitales para aumentar el alcance y efectividad de los productos.

RESPONSABLES DEL DOCUMENTO

Líder y profesionales del Área de Comunicaciones del Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público.

DEFINICIONES

Alcance: permite identificar el número de usuarios, que, dentro de su periodo de consumo, pudieron ver 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): es la 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: es la 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: se refiere a la 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 receptor 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: permite establecer, dentro del universo de consumidores y usuarios, el grupo específico de personas que se interesan en un tema en particular, para así poder direccionar la comunicación y lograr una mayor efectividad.

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, o audio, 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 de cuentas de cómo se han comportado las redes sociales en el periodo comprendido, cuántas hay, cuáles son las de mayor impacto, si estas funcionan, si se han quedado obsoletas, o no.	Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público.

NORMATIVIDAD Y/O DOCUMENTOS ASOCIADOS

La normatividad del proceso se encuentra publicada en el link: <https://www.dadep.gov.co/transparencia/marco-legal/normogramas/direccionamiento-estrategico>

ACTIVIDAD	FLUJOGRAMA	TIEMPO	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FORMATO Y/O REGISTRO
	Inicio		INICIO		
1	Identificar las necesidades	1 día	Se recibe la solicitud a través del periodista asignado al área, quien se encargará de recopilar la información y realizará lo pertinente de acuerdo con el procedimiento de comunicación externa.	Profesional encargado de redes sociales y Líder de Comunicaciones.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
2	Definir acciones	1 día	Una vez surtidos estos pasos, el profesional encargado de redes sociales deberá revisar en la parrilla de tráfico de las redes, la hora más adecuada para sacar la información solicitada. Esto en el caso de que sea una publicación independiente, que no esté dentro de una estrategia integral.	Profesional encargado de redes sociales y Líder de Comunicaciones.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
3		Mínimo con una semana de anticipación	Para este tipo de publicaciones, el profesional encargado de redes sociales deberá recibir el material necesario para garantizar un proceso de calidad. Esto es: material audiovisual (piezas, gif, audiotopiezas, videos), fotografías, así como el copy externo, previamente revisado por el líder de comunicaciones.	Profesional encargado de redes sociales y Líder de Comunicaciones.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
4	Estrategia Digital	Mínimo con una semana de anticipación.	A través del periodista encargado del área, se activa al 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 necesidades, y con el flujo establecido en las redes de la entidad.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
			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 apoyadas por otras entidades del distrito.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
			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 presentar al equipo, el análisis de las métricas, para identificar oportunidades de mejora en futuros trabajos.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico. Informe.
5	Ajustes	Entre 1 y 3 días.	Se realizarán los ajustes que considere el equipo de Comunicaciones y/o área encargada de la solicitud.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
6	Revisión y aprobación	1 día.	Revisión y aprobación del archivo final por medio de un correo electrónico con copia al líder de Comunicaciones y periodista encargado.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
7	Publicación	1. día.	Publicar el producto final en la red social correspondiente y hacer seguimiento para entregar <i>feedback</i> .	Profesional encargado de redes sociales.	Publicación en la red social correspondiente.
8	Cierre	Máximo 2 días después de terminada la campaña.	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 tarea.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
	Atención a la Ciudadanía	Periodico.	Se debe 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 Dadep.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
		Diario.	Además de responder, garantizando el cumplimiento del concepto del <i>social listening</i> , las solicitudes que lleguen por RRSS, deberán ser radicadas ante Atención a la Ciudadanía para que estas sean tramitadas como PQRS. En casos particulares del interés de la entidad, se deberá consultar con el líder de comunicaciones, si el trámite que se adelante, es diferente.	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
		Mensual	Mensualmente el CM de la entidad, debe entregar un reporte al líder 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	Profesional encargado de redes sociales y periodista encargado del área.	Con base en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones. Correo electrónico.
	Fin		FIN		

AUTORIZACIÓN

Elaboró:
Pablo Camilo Cruz Baquero
Líder de Comunicaciones

Revisó:
Luis Fernando Arango Vargas
Profesional Oficina Asesora de Planeación

Aprobó:
Pablo Camilo Cruz Baquero
Líder de Comunicaciones