

	PROCEDIMIENTO COMMUNITY MANAGER (ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES)	Código: 208-COM-Pr-04	
		Versión: 3	Pág. 1 de 9
		Vigente desde: 24-11-2016	

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 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 las diferentes Medios Digitales de la entidad como *Youtube, Facebook, Twitter*, 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.
- 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,
- 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.
- La publicación final, independiente del medio, debe ir con el visto bueno de la Jefe

Elaboró	Revisó	Aprobó
Luis Alexander Peña Cadena Contratista Oficina Asesora de Comunicaciones	Marcela Sierra Cuello Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	Marcela Sierra Cuello Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones Carlos francisco Ardila Jefe de la Oficina Asesora de Planeación.
Fecha: 10-11-2016	Fecha: 10-11-2016	Fecha: 24-11-2016

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. HÁBITAT Caja de Vivienda Popular</p>	PROCEDIMIENTO COMMUNITY MANAGER ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES	Código: 208-COM-Pr-04	
		Versión: 3	Pág. 2 de 9
		Vigente desde: 24-11-2016	

Oficina Asesora de Comunicaciones.

4. NORMATIVIDAD

TIPO	No.	TEMA	FECHA	ORIGEN		
				Nacional	Distrital	Otras
Ley	1712	Por medio de la cual se crea la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones	2014	X		
Guía	N/A	GUÍA DE USO DE IMAGEN INSTITUCIONAL - ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ 2016-2019 (BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS)	2016		X	
Decreto	371	Por la cual se establecen lineamientos para preservar y fortalecer la transparencia y para la prevención de la corrupción en las Entidades y Organismos del Distrito Capital Artículo 4: (De los Procesos de la participación ciudadana y control social en el Distrito Capital)	2010		X	
Decreto	2693	"Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en línea de la República de Colombia, se reglamentan parcialmente las Leyes 1341 de 2009 y 1450 de 2011, Y se dictan otras disposiciones"	2012	X		
Resolución	3085	Por el cual la entidad adopta el Ideario Ético del Distrito	2009		X	
Resolución	3564	Por la cual se reglamentan artículos del Decreto 1081 de 2015	2015	x		

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. HÁBITAT Caja de Vivienda Popular</p>	PROCEDIMIENTO COMMUNITY MANAGER ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES	Código: 208-COM-Pr-04	
		Versión: 3	Pág. 3 de 9
		Vigente desde: 24-11-2016	

TIPO	No.	TEMA	FECHA	ORIGEN		
				Nacional	Distrital	Otras
Acuerdo	381	Por medio del cual se promueve el uso del lenguaje incluyente en documentos oficiales y eventos públicos.	2009		X	

5. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Tipo de documento	Título del documento	Código	Origen	
			Externo	Interno
Plan	Plan de comunicaciones de la entidad	N/A		X
Estrategia	Estrategia de Comunicación Educación para el fortalecimiento de una cultura de la transparencia y una ética de lo público	N/A		X
Estrategia	Estrategia de Redes Sociales	N/A		X
Documento	Política de responsabilidad social, participación ciudadana y control social.	208-PLA-Mn-04		X
Información noticiosa	A partir de los Informes de gestión y del registro permanente de información noticiosa sobre avances en la gestión y otras actividades de interés público	N/A		X
Red Informativa Noticiosa del Distrito	Diariamente las redes sociales de las entidades del D.C. generan un RED de estos Medios Sociales para promover información de forma conjunta	N/A	X	

	PROCEDIMIENTO COMMUNITY MANAGER ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES		Código: 208-COM-Pr-04
	Versión: 3	Pág. 4 de 9	
	Vigente desde: 24-11-2016		

6. DEFINICIONES

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 la organización 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.

	PROCEDIMIENTO COMMUNITY MANAGER ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES		Código: 208-COM-Pr-04
	Versión: 3	Pág. 5 de 9	
	Vigente desde: 24-11-2016		

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

7. CONDICIONES GENERALES

- 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.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
HÁBITAT
Caja de Vivienda Popular

**PROCEDIMIENTO
COMMUNITY MANAGER
ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES
Y/O MEDIOS DIGITALES**

Código: 208-COM-Pr-04

Versión: 3

Pág. 6 de 9

Vigente desde: 24-11-2016

8. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

No.	Actividad	Responsable	Documentos/Registros
1	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	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none">Plan Estratégico de la Oficina de Comunicaciones vigente.Plan de Acción de Gestión de la Oficina de Comunicaciones (PAG) vigente.Plan de Mejoramiento de la Oficina de Comunicaciones vigente.Necesidades de la Alta Dirección surgidas en comités (Según actas). <p>Dependiendo de la necesidad se hace necesario reunir a todo el equipo de trabajo de la OAC Informe con la estrategia a seguir, o con las acciones puntuales a desarrollar.</p>
	¿Es una acción puntual con respecto a la identificación de necesidades, requerimientos y/o expectativas? SI: Continuar actividad 5 NO: continúe actividad 2		
2	Realizar reunión con todo el equipo 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,	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	208-SADM-Ft-54 REGISTRO DE REUNION



**PROCEDIMIENTO
COMMUNITY MANAGER
ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES
Y/O MEDIOS DIGITALES**

Código: 208-COM-Pr-04

Versión: 3

Pág. 7 de 9

Vigente desde: 24-11-2016

	con base en el informe presentado por el Profesional Especializado en Comunicación Estratégica.		
3	Definir los contenidos y acciones que permitan atender de manera adecuada las necesidades de Comunicación Digital de los Públicos de Interés de la entidad, esta actividad se realiza con los enlaces de comunicaciones en las dependencias.	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones. Profesionales Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones Técnicos Operativos Oficina Asesora de Comunicaciones	
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 Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones	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 Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones	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 Institucional.
7	Revisar los contenidos	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	
	¿Los contenidos son aprobados? SI: continúe actividad 9 NO: continúe actividad 8	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
HÁBITAT
Caja de Vivienda Popular

**PROCEDIMIENTO
COMMUNITY MANAGER
ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES
Y/O MEDIOS DIGITALES**

Código: 208-COM-Pr-04

Versión: 3

Pág. 8 de 9

Vigente desde: 24-11-2016

8	Realizar los ajustes correspondientes y retornar a la actividad 6	Profesional Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones	Correo Institucional
9	Entregar el material producido, a el Técnico Operativo de la Oficina Asesora de Comunicaciones para el proceso de diseño	Profesional Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones	Correo Institucional
10	Elaborar el diseño (o rediseño) de pieza comunicativa	Técnico Operativo Oficina Asesora de Comunicaciones.	
11	Enviar al Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones para aprobación el diseño o pieza comunicativa	Técnico Operativo Oficina Asesora de Comunicaciones.	
12	Revisar y aprobar el diseño o pieza comunicativa.	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	
	¿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.	Técnico Operativo.	Correo Institucional. Pieza Gráfica Archivo en PDF Video Otros.
14	Publicar la pieza comunicativa a través de la cual se hará la divulgación	Profesional Universitario.	Correo electrónico. Pieza Gráfica Archivo en PDF Video Otros.
FIN DE PROCEDIMIENTO			

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. HÁBITAT Caja de Vivienda Popular</p>	PROCEDIMIENTO COMMUNITY MANAGER ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES		Código: 208-COM-Pr-04
	Versión: 3		Pág. 9 de 9
	Vigente desde: 24-11-2016		

9. PUNTOS DE CONTROL

No.	Actividad	¿Qué se controla?	¿Con qué frecuencia?	¿Quién lo controla?	Riesgos Asociados
7	Revisar contenidos	Oportunidad y veracidad de la información	Cada vez que se ejecute la actividad	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	Falta de oportunidad, veracidad, falta del fortalecimiento de la cultura de la ética y transparencia de lo público
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	Falta de oportunidad, veracidad, falta del fortalecimiento de la cultura de la ética y transparencia de lo público.

10. DIAGRAMA DE FLUJO

Ver diagrama de flujo del PROCEDIMIENTO COMMUNITY MANAGER (ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES Y/O MEDIOS DIGITALES)

11. ANEXOS

12. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha Aprobación (dd-mm-aaaa)	Cambios	Revisó (Nombre y Cargo)
1	20-08-2015	PROCEDIMIENTO NUEVO	Marcela Sierra Cuello – Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
2	21-01-2016	Se modifica los documentos de las actividades 1 y 2	Marcela Sierra Cuello – 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	Marcela Sierra Cuello – Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones