

1. OBJETO:

Establecer las actividades para visibilizar de manera eficaz, clara y oportuna ante la ciudadanía la gestión de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos – UAESP a través de las cuentas oficiales en las redes sociales institucionales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y LinkedIn y Tiktok).

2. ALCANCE:

Inicia con la solicitud de divulgación de contenidos comunicativos o la identificación de temas de interés, noticias y campañas en las cuentas institucionales a partir del reconocimiento de información que se deba dar a conocer al público en general por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales – OCARI, continúa con la creación de parrillas digitales y contenidos, la publicación de estos en las redes sociales y finaliza con el monitoreo y el análisis de las publicaciones. Este procedimiento deberá ser aplicado por los funcionarios contratistas de las dependencias de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos, así como por todos los intervinientes en el proceso.

3. DEFINICIONES:

Campaña de comunicación: herramienta de comunicación que permite la creación y diseño de estrategias para redes sociales con contenidos innovadores sobre la labor misional de la entidad.

Comité primario: reunión mensual que se realiza en las diferentes áreas de la entidad para evaluar los diferentes procesos que la conforman, revisar el cumplimiento de indicadores y objetivos y establecer responsabilidades frente a nuevas metas.

Community manager: profesional responsable de gestionar la información en las redes sociales.

Consejo de redacción: reunión semanal que se realiza en la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales - OACRI para definir los contenidos de comunicación que se van a desarrollar y publicar durante la semana.

Contenidos comunicativos: son los contenidos que se elaboran para divulgar un mensaje de forma precisa, amigable y comprensible para el público.

Facebook: red social que permite compartir información, noticias y contenidos comunicativos a los públicos de interés.

Hashtag: etiqueta que se utiliza en redes sociales para relacionar contenidos o mensajes de un mismo tema y facilitar su búsqueda en las diferentes plataformas.

Inclusión social: es el reconocimiento que se hace a todas las personas, sin distinción alguna, para garantizar su participación en actividades sociales.

Instagram: red social a través de la cual se pueden compartir contenidos gráficos o audiovisuales con los públicos de interés, facilitando su interacción a través de la opción “Me gusta” y la recepción de comentarios de los seguidores.

LinkedIn: plataforma digital con enfoque a temas corporativos y empresariales que permite compartir información y contenidos de interés para el público interno y externo.

Parrilla digital: hace referencia a los contenidos que se proyectan sobre una temática en específico y contienen piezas gráficas, videos y mensajes para su publicación en las redes sociales.

Redes sociales: plataformas digitales que permiten la divulgación de información de manera rápida y en tiempo real.

Sinergia digital: mensajes estratégicos que se difunden a través de los medios digitales de manera articulada con las entidades públicas o privadas para lograr un mayor alcance en la ciudadanía.

Twitter: red social que facilita el envío de mensajes de máximo 280 caracteres acompañados de contenidos gráficos o audiovisuales.

Tiktok: red social que permite mostrar de forma dinámica la labor misional de la entidad a través de contenidos audiovisuales.

YouTube: sitio web en el que se suben contenidos audiovisuales y se comparten con los públicos de interés.

4. **NORMATIVA:**

NÚMERO	DESCRIPCIÓN
Norma ISO 9001:2015	7.4 COMUNICACIÓN. La organización debe determinar las comunicaciones internas y externas pertinentes al sistema de gestión de la calidad.
Manual MIPG	Dimensión N° 5 Información y Comunicación. El manual establece que se debe garantizar un adecuado flujo de la información interna y externa.
Política de Comunicación Incluyente	Dar cumplimiento a los lineamientos de la Política de Comunicación Incluyente del Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital.
Gobierno Digital	Adoptar los lineamientos emitidos por Gobierno Digital.

5. **LINEAMIENTOS DE OPERACION**

La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Institucionales - OACRI será la única responsable del diseño, producción y divulgación de los contenidos de comunicación en las redes sociales institucionales.

Ninguna pieza comunicativa o contenido audiovisual se puede divulgar en las redes sociales sin previa aprobación y autorización del Jefe de la OACRI.

La línea gráfica y audiovisual debe responder a los lineamientos establecidos en el Manual de Imagen Institucional de la UAESP y de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

En aras de promover la inclusión social y la participación ciudadana, el lenguaje usado en las publicaciones realizadas en las redes sociales debe ser incluyente, respetuoso, transparente, oportuno y efectivo, evitando la exclusión, discriminación o estigmatización de las personas. Así mismo, se debe dar cumplimiento a los lineamientos de la Política de Comunicación Incluyente del Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital.

Los contenidos comunicativos que se divulgarán en las redes sociales institucionales serán establecidos en los consejos de redacción o comités primarios de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales, así como por parte del jefe a su cargo.

Las sinergias digitales emitidas por la Alcaldía Mayor de Bogotá o las diferentes entidades distritales deben ser divulgadas a través de las redes sociales institucionales.

Dar cumplimiento a los lineamientos emitidos por Gobierno Digital y MinTic que se relacionen con redes sociales y los derechos de acceso a la información, transparencia, accesibilidad, seguridad de la información y otros que se encuentran enmarcados en la Constitución y las leyes.

Usar los hashtags afines con el tema en mención.

En las cuentas institucionales en redes sociales se debe evitar hacer alusión a temas o conceptos relacionados con política, religión, estereotipos, violencia o discriminación.

Se debe contar con la autorización de tratamiento de datos personales y aparición en medios de comunicación por parte de las personas que aparezcan en los contenidos. Cuando en las publicaciones realizadas se incluyan fotografías o videos de menores de edad se debe contar con el permiso del representante legal. Para esto, se utiliza el formato remitido por la Alcaldía Mayor de Bogotá.

La necesidad de crear una cuenta en las plataformas digitales es analizada por el Jefe de la OACRI y la Dirección General, quienes evalúan sus pertinencia y el perfil y el tipo de contenidos que se pueden divulgar.

Las solicitudes de informes sobre divulgación de campañas en redes sociales se deben realizar con 5 días hábiles de anticipación, especificando los datos necesarios para el mismo (tiempo, red social, enlaces, etc.)

El Community manager de la Oficina será el encargado de realizar cada 2 meses el cambio de claves de las redes sociales, esta actividad se llevará a cabo con el jefe de oficina y la secretaria/o.

El Jefe de la OACRI será el encargado de recibir la solicitud de informes sobre divulgación de campañas en redes sociales y este, a su vez, redireccionará al equipo de redes para su atención y respuesta.

Se deberá contar con la previa autorización del Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales para publicar en las redes sociales institucionales contenidos relacionados con:

- Campañas pedagógicas, informativas y de Cultura Ciudadana relacionadas con la misionalidad de la entidad y los servicios que ofrece.
- Información general sobre los servicios y actividades de la UAESP para los públicos de interés (comunidad en general, usuarios, organizaciones de recicladores/as, recicladores/as de oficio, colaboradores, aliados estratégicos, operadores de los servicios, estado, peticionarios, entre otros).
- Divulgación de boletines de prensa, contenidos gráficos y audiovisuales sobre temas específicos relacionados con la misionalidad de la entidad.
- Divulgación de eventos, documentos oficiales, foros, congresos, etc.
- Experiencias significativas que resalten la gestión de la UAESP.
- Sinergias digitales de la Alcaldía Mayor de Bogotá y las entidades distritales.
- Respuestas a las peticiones, solicitudes, quejas y sugerencias que se realice la ciudadanía directamente a través de las redes sociales.

6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

N.	ACTIVIDAD	PUNTO DE CONTROL	RESPONSABLE	REGISTRO
1	<p>Solicitar la creación y divulgación de contenidos comunicativos</p> <p>Identifica y propone temáticas que son de interés general para la ciudadanía y se relacionan con la misionalidad de la Unidad para su divulgación en las redes sociales institucionales. Para ello, se deben tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Temas de interés de la Alta Dirección. • Identificación en los consejo de redacción y comités primarios de temáticas. 	Realización del Comité primario y consejo de redacción	<p>Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales</p> <p>Profesionales del equipo de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales designados para su realización y apoyo</p> <p>Community manager y periodista encargado</p>	Actas de consejos de redacción o comité primario y medios digitales

N.	ACTIVIDAD	PUNTO DE CONTROL	RESPONSABLE	REGISTRO
	<ul style="list-style-type: none"> Actividades internas y externas que realiza o en las que participa la entidad. Solicitudes recibidas a través de los periodistas que cubren cada subdirección. 			
2	<p>Producir los contenidos y parrilla digital</p> <p>Realiza la estrategia digital que comprende la elaboración y diseño de los contenidos comunicativos a divulgar, así como con la parrilla de mensajes.</p>	<p>Manual delmagen Institucional de la UAESP y de la Alcaldía Mayor de Bogotá</p> <p>Medios digitales</p>	<p>Profesionales del equipo de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales designados para la actividad (community manager, diseñador, realizador audiovisual, periodista)</p>	<p>Contenidos elaborados y medios digitales</p>
3	<p>Revisar los contenidos y parrilla digital</p> <p>Revisa y realiza la corrección de estilo de contenidos comunicativos diseñados, realiza la respectiva parrilla digital.</p>		<p>Professional corrector de estilo de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales</p>	
4	<p>Aprobar contenidos</p> <p>Realiza la aprobación verbal de contenidos y una vez al mes realiza su registro y firma así:</p> <ul style="list-style-type: none"> El registro de aprobaciones del material gráfico para su publicación se realiza a través de informe de piezas elaboradas en el mes. 		<p>Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales</p>	<p>GCO FM 05 Seguimiento y aprobación de acciones periodísticas</p> <p>Informe mensual de piezas graficas aprobadas por el jefe de oficina</p>



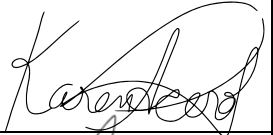

N.	ACTIVIDAD	PUNTO DE CONTROL	RESPONSABLE	REGISTRO
	<ul style="list-style-type: none"> El registro de la aprobación del material audiovisual para su publicación se realiza a través de la de matriz de seguimiento y aprobación de acciones periódicas elaboradas en el mes. 			
5	<p>Divulgar los contenidos comunicativos en las redes sociales institucionales</p> <p>Realiza la publicación de la parrilla de contenidos digitales en las redes sociales.</p>	Redes Sociales	Profesionales del equipo de la OACRI designados para la actividad (Community manager)	Publicaciones
6	<p>Monitorear la publicación de los contenidos comunicativos</p> <p>Realiza un informe mensual de seguimiento sobre las interacciones de las publicaciones en las redes sociales institucionales.</p> <p>Nota: Las PQRS que se reciban a través de las redes sociales institucionales se reportan a la Oficina de Atención al Ciudadano a través de un formulario virtual para su radicación.</p>	Medios Digitales	Profesionales del equipo de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales designados para la actividad (Community manager, entre otros)	Informe mensual

1. CONTROL DE CAMBIOS:

Versión	Fecha	Descripción de la modificación
1	13/12/2021	Versión inicial: se crea el procedimiento con el propósito de establecer las acciones pertinentes por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales para una

Versión	Fecha	Descripción de la modificación
		adecuada gestión de las cuentas institucionales en las redes sociales.
2	14/04/2023	Se realiza actualización del procedimiento en cuanto a su alcance y modificación de la elaboración de contenidos.

2. AUTORIZACIONES:

	NOMBRE	CARGO	FIRMA
Elaboró	David Alberto Reyes	Contratista Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales	
	Manuel Guillermo Garcia	Contratista Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales	Manuel Garcia S.
	Sara Gabriela Ortega Beltran	Contratista Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales	
	Karen Acero Paternina	Contratista Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales	
Revisó	Julián Camilo Amado Velandia	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales	
	Luz Mary Palacios Castillo	Profesional Universitario de la Oficina Asesora de Planeación	Luz Mary Palacios C.
Aprobó	Yesly Alexandra Roa	Jefe de Oficina Asesora de Planeación	