
 <p>ALCALDÍA DE SANTA MARTA Diversa Terceros, Cultura y Desarrollo</p>	<b>ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	<b>Código:</b> ME-GCE-P-009
	<b>GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>Versión:</b> 1
	<b>MACROPROCESO ESTRATÉGICO</b>	Página 1 de 4

<b>CONTROL DE CAMBIOS</b>	
<b>Versión</b>	<b>Descripción de la modificación</b>
1. 21/06/2019	Adopción del procedimiento Administración de redes sociales mediante Resolución 3725 del 21 de junio de 2019, por medio de la cual se modifica el Mapa de Procesos de la Alcaldía

<b>Elaboró</b>	<b>Revisó</b>	<b>Aprobó</b>
<b>NOMBRE:</b> JOSÉ D. ESCORCIA BAQUERO <b>CARGO:</b> PROFESIONAL UNIVERSITARIO <b>FECHA:</b> 03/09/2019 <b>FIRMA:</b> ORIGINAL FIRMADO	<b>NOMBRE:</b> LAURA CARRILLO <b>CARGO:</b> JEFE DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS <b>FECHA:</b> 03/09/2019 <b>FIRMA:</b> ORIGINAL FIRMADO	<b>NOMBRE:</b> KAROL FUENTES SANGREGORIO <b>CARGO:</b> JEFE DE OFICINA DE SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN <b>FECHA:</b> 03/09/2019 <b>FIRMA:</b> ORIGINAL FIRMADO
	<b>NOMBRE:</b> LUIS DANIEL ACOSTA <b>CARGO:</b> APOYO SIG – CONTRATISTA OPS <b>FECHA:</b> 03/09/2019 <b>FIRMA:</b> ORIGINAL FIRMADO	

<b>RESPONSABLES LÍDERES</b>	Alcalde, Jefe de comunicaciones
-----------------------------	---------------------------------


<b>OBJETIVO</b>	Gestionar y administrar la estrategia digital de la alcaldía distrital de Santa Marta para informar a la ciudadanía sobre las gestiones adelantadas desde la administración distrital.
-----------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<b>ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	<b>Código:</b> ME-GCE-P-009
	<b>GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>Versión:</b> 1
	<b>MACROPROCESO ESTRATÉGICO</b>	Página 2 de 4

<b>ALCANCE</b>	El procedimiento incluye la identificación de las redes sociales donde tendrá presencia la Alcaldía de Santa Marta D.T.C.H. , la generación de contenidos atractivos, relevantes y especializados para crear conversaciones, discusiones o participación de la comunidad de seguidores, el monitoreo de los mensajes o solicitudes enviados por la comunidad. Posicionar positivamente la imagen general de la entidad dando a conocer el trabajo adelantado por todas las dependencias que la conforman a través de las redes sociales.
----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>BASE LEGAL</b>	Manual de gestión de las redes de la Alcaldía de Santa Marta D.T.C.H.
-------------------	-----------------------------------------------------------------------


<b>DEFINICIONES</b>	
<b>Gestionar:</b> Gestión es la asunción y ejercicio de responsabilidades sobre un proceso (es decir, sobre un conjunto de actividades) lo que incluye: La preocupación por la disposición de los recursos y estructuras necesarias para que tenga lugar.	
<b>Redes sociales:</b> Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). Normalmente se representan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen. El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal.	
<b>Audiencia:</b> La audiencia es construida por el discurso social para designar el público que interactúa con un medio de comunicación, ya sea cine, televisión, radio, etc.. Las diferentes tipologías de audiencias dependen de ciertas variables tanto sociológicas como psicológicas del individuo "participativo" de dicha audiencia: edad, sexo, nivel socioeconómico, hábitos individuales, horarios, aficiones, signos de identidad, rol social, etc.	
<b>Creación de contenidos:</b> Proceso mediante el cual se crean contenidos para atraer la atención de la gente y compartirlos con otros seguidores de manera inmediata, a través de las redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube y LinkedIn). Además permite que la gente interactúe con los servicios y la entidad, creando una relación personalizada, pues ahora se pueden escuchar lo que la gente opina y ver videos de interés sobre el tema e incluso tener conversaciones, creando una mayor relación con la entidad.	
<b>Mensaje:</b> Son contenidos cortos corporativos de interés o no, según los casos, que involucran a la comunidad.	
<b>Facebook:</b> Es un sitio web del tipo red social y funciona a través de correo electrónico. Hace Referencia a una página por Internet en donde se suben fotografías, perfiles personales y logros de una empresa o entidad con el objetivo de que se conozcan más entre sí.	
<b>Twitter:</b> Aplicativo en la web que permite a sus usuarios escribir pequeños textos (de hasta 140 caracteres), los cuales pueden ser leídos por cualquiera que tenga acceso a su página. Cada usuario puede decidir leer en su página principal los textos, enlaces, fotos y videos de otra persona, grupo de personas o empresas publicando cambios en su administración o novedades en sus servicios, teniendo siempre disponible lo que otros han escrito recientemente. De esta forma un usuario A puede decidir "seguir" a los usuarios B, C y D, recibiendo los textos que escriben sin tener que acceder a la página de cada uno de ellos. Cada usuario puede, así, tener una lista de "seguidos" y de "seguidores".	
<b>Youtube:</b> Es un sitio web de alojamiento gratuito para subir y compartir videos cortos.	

	<b>ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	<b>Código:</b> ME-GCE-P-009
	<b>GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>Versión:</b> 1
	<b>MACROPROCESO ESTRATÉGICO</b>	Página 3 de 4

**Instagram:** Es una aplicación y red social para subir fotos y videos.

<b>LINEAMIENTOS O POLÍTICAS DE OPERACIÓN:</b>
Es necesario que la información a difundir en las redes oficiales este previamente publicada en el sitio web oficial de la alcaldía distrital de Santa Marta.
La información o noticia será difundida de acuerdo a la relevancia de la misma, esta será previamente definida por el jefe de comunicaciones, el alcalde o la persona a cargo del manejo y gestión de las redes sociales.
Preferiblemente cada publicación que se haga desde las redes sociales debe incluir por lo menos una imagen o un video para facilitar la comprensión del ciudadano
Los horarios en los que se debe publicar la información deben ser los de mayor audiencia, previamente definido por herramientas de gestión que se adquieran.
Todas las personas que gestionen las redes de diferentes dependencias deben hacerlo basándose en el manual de redes suministrado por el encargado de la estrategia digital de la entidad.
Al momento de hacer cubrimiento de un evento se debe publicar la información en tiempo real y al finalizar dicho evento dependiendo de la red social en la que se vaya a publicar.
Se debe definir con anterioridad si un evento será o no transmitido a través de video streaming por las redes oficiales.

<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO</b>				
<b>No.</b>	<b>Descripción de la actividad</b>	<b>Área Responsable</b>	<b>Cargo responsable</b>	<b>Registros</b>
1	Elaborar y gestionar estrategia digital para la difusión de información generada por la oficina de comunicaciones.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Documento de estrategias.
2	Generar informes mensuales de crecimiento de las redes oficiales del distrito	Comunicaciones	Profesional Universitario	Documento de informe mensual, tabla de base de datos sobre crecimiento de redes sociales en Excel.
3	Generar informe de análisis de sentimientos relacionados con la alcaldía en redes sociales.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Informe de análisis mensual, base de datos en Excel del informe.
4	Gestionar publicaciones de noticias y eventos en las redes sociales oficiales de la entidad	Comunicaciones	Profesional Universitario	Registros en redes institucionales.

 <p>ALCALDÍA DE SANTA MARTA Diversa Tradidos, Cultura e Inocuidad</p>	<b>ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES</b>	<b>Código:</b> ME-GCE-P-009
	<b>GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>Versión:</b> 1
	<b>MACROPROCESO ESTRATÉGICO</b>	Página 4 de 4

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO				
No.	Descripción de la actividad	Área Responsable	Cargo responsable	Registros
5	Capacitar a personal que lo requiera sobre la importancia y el uso de las redes sociales en la entidad.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Actas de reunión de capacitación, listas de asistencia.
6	Generar medios de interacción y participación y aplicarlas a la ciudadana a través de los medios sociales.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Registros en redes sociales, Registro en Excel de acciones.

DOCUMENTOS RELACIONADOS:	
Nombre:	Código: