



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA GENERAL DE PLANEACIÓN
CALLE 26 No. 57-41 Torre B, Pisos 7 y 8 CEMSA - C.P. 111321
PBX: 3779555 - Información: Línea 195
www.umv.gov.co

FORMATO DE APROBACIÓN DOCUMENTAL

CÓDIGO: SIG-FM-002

VERSIÓN: 9

FECHA DE APLICACIÓN: JUNIO 2018

INFORMACIÓN DOCUMENTADA:		CÓDIGO:		VERSIÓN:		JUSTIFICACIÓN:		
TIPO	NOMBRE	ANTERIOR	VIGENTE	ANTERIOR	VIGENTE	ELABORA	ACTUALIZA	ANULA
Manual	Manual de Gestión de Comunicaciones	COM-MA-001	COM-MA-001	3	4		x	

DESCRIPCIÓN DE LA JUSTIFICACIÓN:

Se actualizó en lo concerniente a las recomendaciones para los voceros designados y a los tiempos con los que se deben solicitar servicios al Proceso de Comunicaciones y los tiempos de respuesta a las mismas.

AVALA: RESPONSABLE DIRECTIVO SIG	ELABORA/ACTUALIZA/ANULA: <i>(Colaborador del proceso en compañía del enlace)</i>	ACOMPANAMIENTO: EQUIPO TÉCNICO SIG
(Firma)	(Firma)	(Firma)
Nombre: MARTHA PATRICIA AGUILAR COPETE Cargo: Jefe OAP	Nombre: DIEGO FERNANDO ROMERO LEAL Cargo: Enlace Proceso Comunicaciones	Nombre: CLARA INÉS SALCEDO ROJAS Cargo: Profesional Especializado OAP

TRÁMITE DE APROBACIÓN DOCUMENTAL (DILIGENCIADO POR LA OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN)	¿ES APROBADO?	FECHA DE APROBACIÓN:	RESPONSABLE DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD
	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	16-11-018	(Firma) (Nombre) REPRESENTANTE DE LA ALTA DIRECCIÓN PARA EL SIG
OBSERVACIONES:			

 <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE REHABILITACIÓN Y MANTENIMIENTO VIAL</small>	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

MOVILIDAD

Unidad Administrativa Especial de
Rehabilitación y Mantenimiento Vial

MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES

Bogotá, D.C., noviembre de 2018

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. CALLE 26 No. 57-41 TEL: 3779555	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones	Versión	4	
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES			

CONTENIDO

1. GENERALIDADES

2. POLITICA DE COMUNICACIONES

3. PROTOCOLOS DE COMUNICACIONES

- 3.1. ATENCIÓN A MEDIOS DE COMUNICACIÓN
- 3.2. POLITICAS DE OPERACIÓN DE COMUNICACIONES
- 3.3. ENTREVISTAS EN MEDIOS AUDIOVISUALES
- 3.4. RECOMENDACIONES PARA LOS VOCEROS DESIGNADOS
- 3.5. EXPRESIÓN, IMAGEN Y PRESENTACIÓN PERSONAL
 - 3.5.1. Expresión corporal
 - 3.5.2. Expresión vocal
 - 3.5.3. Imagen y presentación personal
 - 3.5.4. Vestuario
 - 3.5.4.1. Para Hombres
 - 3.5.4.2. Para Mujeres
- 3.6. ORGANIZACIÓN DE UNA RUEDA DE PRENSA
- 3.7. RECORRIDOS EN LOS FRENTES DE TRABAJO

4. PROTOCOLO PARA SERVICIOS DEL PROCESO DE COMUNICACIONES



- 4.1. DISEÑO DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN INTERNA
- 4.2. DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA
- 4.3. CUBRIMIENTO DE ACTIVIDADES
- 4.4. SUMINISTRO DE INFORMACIÓN PARA DIVULGACIÓN EXTERNA
- 4.5. CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA
 - 4.5.1. Correo Electrónico institucional de Comunicaciones Internas
 - 4.5.2. Carteleras y Pantallas Digitales
 - 4.5.3. Revista Interna
- 4.6. PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES
- 4.7. PRÉSTAMO DE VIDEOS Y/O FOTOGRAFÍAS

5. MANEJO DE IMAGEN CORPORATIVA

6. PROTOCOLO PARA LA ATENCIÓN DE REDES SOCIALES

- 6.1. OBJETIVO DEL PROTOCOLO:
- 6.2. REDES SOCIALES DE LA ENTIDAD
- 6.3. CONSIDERACIONES GENERALES DE LAS PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES:
- 6.4. TIPOS DE MENSAJES
- 6.5. TIPOS DE RESPUESTAS

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SISGESTION de la UAERMV

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE REHABILITACIÓN Y MANTENIMIENTO VIAL (UAERMV)	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES

1. GENERALIDADES

El presente manual contiene los parámetros de gestión para el manejo de la información, los canales de comunicación y las actividades propias de la Gestión Comunicacional interna y externa en la Unidad Administrativa Especial de Rehabilitación y Mantenimiento Vial (UAERMV).

Tras identificar la difícil recordación que tiene el nombre Unidad Administrativa Especial de Rehabilitación y Mantenimiento Vial – UAERMV, la Dirección General determinó que, en adelante, la entidad se identificará ante la ciudadanía en general, como Unidad de Mantenimiento Vial (UMV). El Comité Sectorial de Movilidad, presidido por el Secretario Distrital de Movilidad, en sesión del mes de abril de 2009 respaldó la decisión.

2. POLÍTICA DE COMUNICACIONES

La Política de Comunicaciones se encuentra consignada en el Manual SIG: *“Pretende el mejoramiento de los procesos comunicativos de la Organización con sus diferentes públicos, tanto internos como externos, con el ánimo de lograr una gestión enfocada en el servicio y el bienestar de nuestros usuarios”*.

Comprende los siguientes **CRITERIOS DE ACCIÓN**:

- **Canales de comunicación:** Para que la comunicación sea efectiva se requiere contar con canales y medios modernos, oportunos e incluyentes, que permitan comunicar sobre la gestión de la UMV tanto a servidores públicos como a la ciudadanía en general y obtener retroalimentación sobre la misma.
- **Motivación, apropiación y responsabilidad social:** La información debe ser elaborada con criterio comunicativo. Es necesario que los mensajes motiven a la ciudadanía a un ejercicio de corresponsabilidad y sentido de pertenencia por el tema de la movilidad en la ciudad.
- **Vocería:** La Dirección General de la UMV establecerá voceros institucionales autorizados para la divulgación de los temas estratégicos de su gestión (sobre los cuales deba responder ante los medios de comunicación y diferentes auditorios y escenarios) y el manejo de situaciones de crisis.

3. PROTOCOLOS DE COMUNICACIONES

3.1. ATENCIÓN A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- a) Una de las funciones del Proceso de Comunicaciones es canalizar las solicitudes de información y entrevistas con medios de comunicación.

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la Intranet SIGGESTION de la UAERMV





 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DEL GOBIERNO NACIONAL	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

- b) Ningún servidor público, trabajador oficial, contratista o interventor está autorizado para suministrar directamente información, emitir declaraciones verbales o escritas a medios de comunicación. Las solicitudes de prensa deben ser remitidas al Proceso de Comunicaciones para que coordine la respuesta, autorizada por la Dirección General.
- c) La selección y formación de Voceros de la UMV se hará teniendo en cuenta los lineamientos para el direccionamiento estratégico de las comunicaciones en el Distrito Capital, de la administración vigente.
- d) La UMV definirá y promulgará los criterios de manejo de información, cuidado de imagen corporativa y confidencialidad, que deberán seguir todos aquellos servidores públicos que, en virtud de sus funciones o de su cargo, actúen en un momento dado como voceros de la entidad.
- e) Los voceros designados por la Dirección General tendrán el acompañamiento del Proceso de Comunicaciones a la hora de responder las solicitudes de los medios de comunicación.
- f) Cuando el Proceso de Comunicaciones requiera información por parte de las diferentes dependencias de la entidad, éstas deben atender la solicitud oportunamente. Las respuestas deben ser claras y precisas.
- g) El Proceso de Comunicaciones determinará los tiempos mínimos de respuesta a los medios de comunicación según su necesidad. Estos tiempos deben ser tenidos en cuenta por la dependencia que suministra la información.
- h) Cuando se trate de denuncias contra la entidad que comprometan el trabajo de sus servidores públicos o las acciones de sus programas, se debe informar a la Dirección General para evaluar las medidas a seguir.
- a) Las respuestas a las solicitudes de información deben hacerse por escrito y previo a su entrega deben ser revisadas por el responsable del Proceso de Comunicaciones.

3.2. POLÍTICAS DE OPERACIÓN DE COMUNICACIONES

- Aplicar el Manual de Direccionamiento Estratégico para las Comunicaciones del Distrito Capital.
- La comunicación externa está orientada a generar mensajes para establecer, mantener y fortalecer la relación permanente con las partes interesadas y ampliar el reconocimiento de la UAERMV y de sus servicios como parte de la oferta de la Administración Distrital.
- La comunicación interna debe ser un recurso de la Dirección General para el logro de los objetivos corporativos, organizacionales, funcionales y estratégicos de la entidad y fortalecer las relaciones interpersonales y laborales del recurso humano que hace posible el cumplimiento de la misión institucional.

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. <small>Oficina de Planeación y Gestión de Movilidad, Abril 2014</small>	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	



- La definición, diseño e implementación de las estrategias y las actividades de comunicación externa e interna de la UERMV son de competencia del Proceso Comunicaciones.
- Las diferentes áreas de la entidad deben suministrar con agilidad, oportunidad y claridad la información necesaria para garantizar la difusión de mensajes internos o externos únicos, claros y oportunos, de acuerdo con los tiempos que determine el área de Comunicaciones para atender las solicitudes de sus partes interesadas (ciudadanos, servidores públicos de la UMV, medios de comunicación, organismos de control, entre otros).
- Los temas de comunicaciones con la Alcaldía Mayor, con las entidades del Sector Movilidad y con los medios de comunicación serán de competencia exclusiva del responsable del Proceso de Comunicaciones.
- La atención y la canalización de las solicitudes de información y de entrevistas que formulen los medios de comunicación y la designación de los voceros de la entidad serán coordinadas por el responsable del Proceso de Comunicaciones.
- Las solicitudes de información de medios de comunicación podrán recibirse por escrito a través de canales físicos o virtuales y responderse previa revisión y aprobación del Proceso de Comunicaciones.
- La definición, diseño y elaboración de las piezas de comunicación interna o externa deben ser coordinadas previamente con el Proceso de Comunicaciones.
- Se debe diligenciar por parte de las dependencias los formatos que hayan sido diseñados para la realización de solicitudes de publicación de información, diseño de piezas de comunicación, cubrimiento de actividades internas y externas, entre otras.
- El manejo de los canales de comunicación interna (carteleras, e-mail de comunicaciones internas y los que paulatinamente se formalicen), y de la información que se publica a través de estos es competencia exclusiva del Proceso de Comunicaciones.
- La definición, modificación y utilización de la imagen corporativa de la UAERMV es responsabilidad exclusiva de la Dirección General y del Proceso de Comunicaciones, de acuerdo con la normatividad vigente. El proceso de Comunicaciones tiene bajo su responsabilidad la publicación de la información en las redes sociales, las comunicaciones internas y las externas y el manejo de crisis de la entidad.

3.3. ENTREVISTAS EN MEDIOS AUDIOVISUALES

- a) Antes de conceder una entrevista hay que fijarse siempre en el fondo que tendrá el tiro de cámara. En entrevistas sobre el quehacer de la UAERMV y su gestión es recomendable que exista en el fondo el logotipo de la entidad. Si la entrevista se desarrolla en exteriores es importante que al fondo quede algo relacionado con el tema de la entrevista.

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

Handwritten mark


 <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. CALLE 26 No. 57-41 Torre 8, Pisos 7 y 8 CFMSA - C.P. 111321 Teléfono: 3779555 - Información: Línea 195 www.umv.gov.co</small>	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

- b) En caso de crisis, no es recomendable que aparezca la imagen de la entidad. Evitar en todo caso que la cámara tome un logotipo, un escudo o el nombre de la UMV. Se debe buscar que el fondo sea neutro, así se ayudará a evitar la manipulación de la imagen institucional por parte del medio de comunicación.
- c) Si se va a facilitar registro fotográfico, infografías, planos o fotomontajes relacionados con el tema que se está tratando por parte del medio de comunicación, éste debe ser reciente y de buena calidad.
- d) Si se va a entregar al medio de comunicación material complementario, hay que asegurarse que sea la versión más reciente sobre el tema.
- e) Es importante recordar que en todos los casos, es mejor mantener buenas relaciones con los medios de comunicación.

3.4. RECOMENDACIONES PARA LOS VOCEROS DESIGNADOS

- a) La atención a medios de comunicación debe ser previamente acordada y autorizada por el Proceso de Comunicaciones.
- b) Coordinar entre el medio de comunicación y el vocero la forma como se dará la respuesta a la solicitud ya sea por escrito, vía telefónica, medio magnético, audio o video.
- c) Es imprescindible atender y responder las preguntas con amabilidad. De ello depende, en gran parte, el tratamiento que el medio le dé a la información suministrada on el momento de elaborar la nota para prensa escrita, radio, televisión o medios digitales.
- d) Hay que tener en cuenta que se está proyectando la imagen de la UMV. El cuidado y la cautela siempre deben estar presentes en las respuestas. Es preciso reflejar confianza, credibilidad y utilizar un lenguaje sencillo.
- e) Precise las respuestas. Cuando no se comprenda la pregunta hay que hacérselo saber con la misma amabilidad de siempre y en ningún caso haciendo sentir incómoda a la persona que entrevista.
- f) Si se concretan las respuestas se evita de manera eficaz la edición de ellas en el medio de comunicación. Sea breve y conciso.
- g) Si no se tiene la información precisa requerida por el medio de comunicación (en términos de cifras, datos, estadísticas, valores, números, entre otros) lo recomendable es aclarar que por el momento no se tienen esos datos. Es posible que el periodista insista, pero no hay que dejarse presionar. Por consiguiente, hay que comunicarle que más adelante se le resolverá la inquietud, cuando se recopile mayor información. No hay que proporcionar información desactualizada o sin confirmar.
- h) Si el periodista pregunta un tema que ya se respondió, puede ser por una de tres razones: porque cuando se le dio la respuesta no estaba atento, o como estrategia para obligar a

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. UNIVERSIDAD DE LA GUAYANA Transparencia y Buen Gobierno	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

responder un tema que tal vez se ha evitado, o para inducir una respuesta. Si la situación responde al primer caso, hay que proporcionar la información nuevamente sin perder la gentileza y la firmeza. En el segundo caso se debe insistir en que por el momento no se tiene la información sobre el tema. Y en el tercer caso, se responde lo mismo.

- i) La manera de comportamiento con la prensa siempre debe ser igual, tanto si se trata de un medio de comunicación masivo o de un medio de comunicación pequeño, distrital, local, alternativo o comunitario. No se debe discriminar.
- j) En ningún caso es recomendable pedir al medio de comunicación que antes de publicar la nota periodística se envíe a la entidad para revisarla y/o complementarla. No obstante, si se duda de la exactitud de alguno de los datos suministrados hay que verificarlo y llamar a la persona que entrevistó para precisar la información.
- k) Cuando se responde, siempre se debe mirar a la cámara fotográfica o de video, recordando que se está dirigiendo a la ciudadanía en general. Eventualmente, es bueno mirar al periodista o entrevistador.
- l) Se debe evitar hablar en un lenguaje técnico, muchas personas no podrían comprender lo que se está diciendo.
- m) Si el periodista acude a una persona determinada, es porque sabe del conocimiento y manejo que ésta tiene del tema. Pero no sobra documentarse aun más para atender la entrevista con mayor seguridad.
- n) En las respuestas, cuando se trate de la divulgación de acciones de la entidad en beneficio de la comunidad, hay que destacar el programa o proyecto ejecutado.
- o) Mientras se atiende la entrevista, es recomendable informar al equipo de trabajo que no pase llamadas ni permita interrupciones. La interferencia puede hacer cometer errores.
- p) Al término de la entrevista, si el periodista solicita al entrevistado el número telefónico para contactarlo después en caso de que surjan dudas, se recomienda no entregar números personales y, en todo caso, remitir al periodista directamente al Proceso de Comunicaciones de la entidad.

3.5. EXPRESIÓN, IMAGEN Y PRESENTACIÓN PERSONAL



El dominio que una persona tenga de sus habilidades comunicativas es el resultado de un trabajo programado y constante que involucra de manera equilibrada las áreas: corporal, vocal y lingüística.

3.5.1. **Expresión corporal:** En este tipo de expresión se debe tener en cuenta:

- Postura: la posición corporal que se adopta define el estatus.
- Manejo del espacio: desplazamientos, relación con los objetos.
- Sincronía de los movimientos: cuerpo y gestos con las manos.

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet: SIGGESTION de la UAERMV

Handwritten mark

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

- Expresividad del rostro.
- Orientación de la mirada.
- Manejo de la tensión.

3.5.2. **Expresión vocal:** Se determina por los siguientes aspectos:

- Respiración.
- Tono óptimo.
- Velocidad y ritmo del habla.
- Dicción, vocalización, articulación, pronunciación.
- Intensidad volumen.
- Expresividad vocal.

3.5.3. **Imagen y presentación personal:** Se deben atender los elementos básicos en el manejo de la imagen:

- Aseo personal
- Cabello arreglado
- Manos y pies limpios
- Postura erguida
- Vestuario acorde a la situación y/o elementos institucionales
- Accesorios no llamativos
- Maquillaje natural

3.5.4. **Vestuario:** Es importante tener en cuenta:



3.5.4.1. Para Hombres:

- a) La chaqueta institucional debe lucirse cerrada y debe estar ajustada a los hombros.
- b) Si usa traje o chaqueta cruzada se viste abrochando dos botones.
- c) La chaqueta recta se viste abrochando solamente el botón superior.
- d) Asegurarse que el nudo de la corbata esté bien hecho y centrado.
- e) Aunque se use ropa informal no se debe desabrochar más de un botón de la camisa.

Para Mujeres:

- a) Con respecto a las blusas se recomienda que sean de un color sobrio. Evite que sean muy ajustadas o escotadas.
- b) Se debe llevar siempre medias veladas al usar faldas.

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. UNIVERSIDAD DE LA GUAYANA MATECUCAL	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	



- c) No usar ropa transparente o algo que pueda distraer a los demás.
- d) Cuidar el exceso de complementos y joyas.
- e) El maquillaje debe ser muy natural.
- f) El peinado no ha de ser muy elaborado; debe lucirse de manera natural, siempre bien peinada.

3.6. ORGANIZACIÓN DE UNA RUEDA DE PRENSA

A la hora de proponer este tipo de eventos de comunicación directa se deben atender los siguientes pasos:

- a) Definir el asunto de la rueda de prensa. El tema, así como el objetivo de ésta, se debe determinar con la Dirección General y el Proceso Comunicaciones.
- b) Definir el día, la hora y el sitio donde se realizará la actividad.
- c) Si la rueda de prensa se realiza fuera de la entidad, se deberá hacer una visita de reconocimiento al sitio, con el fin de escoger un punto estratégico que sea de fácil acceso y en el cual se puedan ubicar las cámaras (fotográficas y de video) y los medios de comunicación.
- d) Se debe proporcionar indumentaria de seguridad industrial, en caso de que la rueda de prensa sea convocada en un frente de trabajo en ejecución.
- e) La convocatoria de medios de comunicación debe ser coordinada y planeada, respondiendo a los casos informativos que lo ameriten.
- f) Recopilar la información pertinente (cifras, estadísticas, etc.) con el fin de generar el documento escrito sobre el tema objeto de la rueda de prensa. El boletín o comunicado se entrega antes o durante el evento según convenga.
- g) Por lo menos con una semana de anticipación, se debe informar a la Alcaldía Mayor sobre la rueda de prensa, con el fin de verificar la agenda de las demás entidades y la del alcalde, esto para evitar el cruce de actividades de los medios de comunicación o del alcalde mayor.
- h) Por lo menos con un (1) día de anticipación se debe avisar a los medios de comunicación que cubren la fuente sobre la rueda de prensa, su temario y servidores públicos o invitados asistentes. La convocatoria puede hacerse a través de correo electrónico, mensaje de texto y llamada telefónica.

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. OFICINA GENERAL DE ASesorÍA JURÍDICA CORPORACIÓN DE ASESORÍA Y GESTIÓN JURÍDICA	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

- i) El día de la rueda de prensa todo debe estar dispuesto por lo menos con una hora de anticipación: comunicado de prensa, presentación (de ser necesaria), sonido, apoyos audiovisuales, material para los medios de comunicación; así como el lugar ordenado, las sillas suficientes, pendones colgados, entre otros.
- j) El Proceso de Comunicaciones registrará los pormenores de la rueda de prensa. Este material también sirve de apoyo para los medios de comunicación que no pudieron asistir a la actividad programada.
- k) Antes de que lleguen los medios de comunicación se debe disponer de personal de Comunicaciones para que los reciban, ya sea en la recepción de la sede de la UMV o en el lugar convenido, esto para facilitar su acceso y evitar que se dirijan a otra parte.
- l) Cuando la mayoría de los medios de comunicación estén preparados para la rueda de prensa, ingresará el vocero de la UMV y sus invitados (si los tiene) y el (la) director(a) general y/o líder de comunicaciones de la entidad dará inicio a la rueda de prensa.
- m) Es importante que en el orden del día primero se expliquen los pormenores del temario y después se abra espacio para las preguntas de los medios de comunicación.

3.7. RECORRIDOS EN LOS FRENTE DE TRABAJO

Al igual que una rueda de prensa, los recorridos se prepararán con anticipación para abordar todos los pormenores que puedan surgir en su ejecución.

- a) Definir la vía o recorrido; éste se determinará junto con la Dirección General y/o dependencias técnicas de la UAERMV.
- b) Definir el día, la hora y el lugar donde tendrá lugar la actividad.
- c) Por lo menos con dos (2) días de anticipación se deberá realizar una visita de reconocimiento al lugar, esto con el fin de escoger un punto estratégico que sea de fácil acceso y en el cual se puedan ubicar los medios de comunicación.
- d) Si el recorrido es en un punto alejado o de difícil acceso, es recomendable proveer de transporte a los medios de comunicación que no disponen de éste.
- e) Se debe prever la utilización de cascos e indumentaria de seguridad industrial.
- f) El recorrido debe ser de impacto. La idea es mostrar intervenciones con avance de más del 50 por ciento o próximas a finalizar.
- g) Recopilar la información pertinente (cifras, estadísticas, avance, entre otras) con el fin de generar el documento escrito sobre el recorrido. El boletín o comunicado se entrega durante el recorrido.



La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. 1915-1991 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. CORPORACIÓN AUTÓNOMA DE GESTIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

- h) Por lo menos con un (1) día de anticipación se debe avisar a los medios de comunicación que cubren la fuente, sobre el recorrido. La convocatoria puede hacerse a través de correo electrónico, mensaje de texto o llamada telefónica.
- i) El día del recorrido, todo debe estar dispuesto por lo menos con una hora de anticipación: en el lugar definido para iniciar el recorrido debe estar el(la) director(a) General o subdirector(a) Técnico encargado de la intervención, el supervisor(a) de la URMV y un(a) delegado(a) del Proceso de Comunicaciones. Estas personas tendrán la función de coordinar todos los aspectos en el frente de trabajo antes del recorrido, tales como: lugares de accesos permitidos y/o restringidos, indumentaria de seguridad industrial, comunicados de prensa y logística (sonido, tarima, pendones, entre otros).
- j) El Proceso de Comunicaciones deberá registrar todos los pormenores del recorrido. Este material también sirve de apoyo para los medios de comunicación que no pudieron asistir a la actividad programada.
- k) El encargado del Proceso de Comunicaciones y el vocero de la UAERMV deben estar en el punto de encuentro del recorrido para recibir a los medios de comunicación y facilitar el inicio del mismo.
- l) Otro delegado del Proceso de Comunicaciones estará en el punto de encuentro en el caso de proveer el transporte para la prensa, quien los acompañará al inicio del recorrido.

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

Handwritten signature

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. <small>Oficina de Planeación y Gestión</small>	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

4. PROTOCOLO PARA SERVICIOS DEL PROCESO DE COMUNICACIONES

El presente protocolo busca agilizar los tiempos en los procesos de solicitudes que hagan las distintas dependencias para divulgar información o crear, diseñar o imprimir las piezas comunicativas necesarias para difundir actividades, logros o metas de la UMV. Se recomienda su aplicación para obtener resultados eficaces y oportunos.



4.1. DISEÑO DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

- a) Se debe diligenciar el formato COM-FM-001 Solicitud de Comunicaciones Internas y Externas (físico o virtual) por cada pieza o servicio de comunicación.
- b) Junto con el formato COM-FM-001 se debe entregar la información completa y describir lo que se requiere. De igual forma se debe adjuntar el material de apoyo (fotografías, CD, imágenes, insumos técnicos o impresos para escanear, entre otros).
- c) El material entregado por las áreas estará sujeto a una revisión ortográfica y de estilo por parte del Proceso de Comunicaciones y este determinará si devuelve el insumo para que sea ajustado.
- d) La atención de los servicios solicitados queda sujeta a los periodos estimados para la elaboración del material, al orden de llegada de las solicitudes y a los tiempos y espacios por parte del personal y medios de difusión del proceso de comunicaciones, previa valoración. Los tiempos estimados para cada pieza son:

INSUMO SOLICITADO	DÍAS
Invitación o pieza para correo electrónico	3
Plegable	3
Anuncio publicitario o promocional	3
Afiche	3
Logotipo	3
Tarjeta de presentación	3
Pieza pantallas	3
Pieza cartelera	3
Pieza publicitaria	3
presentación 20 diapositivas	8
Periódico	10
Animación de un minuto	10
Material P.O.P	10
Campana publicitaria: con expectativa, sostenimiento y posicionamiento	10
Brochure	12
Revista 20 páginas	12
Cartilla 20 páginas	12
Libro 80 páginas	20

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SISGESTION de la UAFRMV

UMV

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. GOBIERNO LOCAL ADMINISTRATIVO DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

Se debe tener en cuenta que piezas como cartillas, libros o manuales, entre otros, requieren de mayor tiempo para su diseño, por lo que el lapso para su desarrollo se definirá con el solicitante de la pieza.

En caso de que el material solicitado no se encuentre entre los descritos anteriormente, el Proceso de Comunicaciones hará la valoración y determinará un plazo para su elaboración.

- e) En el caso de que los logotipos que se van a aplicar en los diseños sean para patrocinios, entidades de apoyo, etc., deben suministrarse en archivo digital en formato de curvas y en los programas especificados por el Proceso de Comunicaciones. Las fotografías o imágenes digitales en archivos de formato JPG o RAW y en alta resolución (1280x960).
- f) Si el solicitante requiere copia digital del diseño elaborado por el Proceso de Comunicaciones, deberá entregar un CD, DVD o una USB para que sea copiado el producto, o suministrar el correo electrónico.

4.2. DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA



- a) La elaboración de piezas de comunicación externa (volantes, afiches, plegables, vallas, pendones, videos, entre otros) debe ser coordinada por el Proceso de Comunicaciones solamente.
- b) Para la elaboración del material de finalización y sostenibilidad de las intervenciones, se contará con el material audiovisual disponible.
- c) La atención de los servicios solicitados queda sujeta a los periodos estimados para la elaboración del material, al orden de llegada de las solicitudes y a los tiempos y espacios por parte del personal y medios de difusión del proceso de comunicaciones, previa valoración. Los tiempos estimados para cada pieza son:

INSUMO SOLICITADO	DÍAS
Invitación o pieza para correo electrónico	3
Plegable	3
Anuncio publicitario o promocional	3
Afiche	3
Logotipo	3
Tarjeta de presentación	3
Pieza pantallas	3
Pieza cartelera	3
Pieza publicitaria	3
presentación 20 diapositivas	8
Periódico	10
Animación de un minuto	10
Material P.O.P	10
Campana publicitaria: con expectativa, sostenimiento y posicionamiento	10
Brochure	12

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

Handwritten signature

Handwritten initials

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. Unidad de Gestión de Comunicaciones	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

Revista 20 páginas	12
Cartilla 20 páginas	12
Libro 80 páginas	20

Se debe tener en cuenta que piezas como cartillas, libros o manuales, entre otros, requieren de mayor tiempo para su diseño, por lo que el lapso para su desarrollo se definirá con el solicitante de la pieza.

En caso de que el material solicitado no se encuentre entre los descritos anteriormente, el Proceso de Comunicaciones hará la valoración y determinará un plazo para su elaboración.

- d) Las piezas de comunicación para la ciudadanía deben atender lo descrito en el Manual de Identidad Visual de la Administración Distrital vigente. Se debe velar por el buen uso de la imagen corporativa de la UAERMV.
- e) Las piezas de comunicación en los frentes de trabajo deben atender lo descrito en la "Cartilla de Identidad Visual en Obra" de la UAERMV.

4.3. CUBRIMIENTO DE ACTIVIDADES

Para solicitar el cubrimiento periodístico de las actividades realizadas por las diferentes dependencias de la entidad, se deben tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- a) La actividad a cubrir debe tener un valor agregado para la entidad y el público beneficiado.
- b) Todas las actividades de la entidad son importantes; no obstante, algunas no ameritan cubrimiento periodístico. La decisión final es de criterio discrecional de la Dirección General y/o del Proceso de Comunicaciones.
- c) Por cada solicitud de cubrimiento de actividades se debe diligenciar un formato COM-FM-001 (físico o virtual), al menos con tres (3) días de anticipación. La atención de los servicios solicitados queda sujeta al orden de llegada de las solicitudes y a los tiempos y espacios por parte del personal del proceso de comunicaciones.
- d) El préstamo de equipos audiovisuales y herramientas tecnológicas debe ser solicitado con al menos dos (2) días de anticipación previo diligenciamiento del formato COM-FM-005 Formato de Préstamo de Elementos Audiovisuales.

4.4. SUMINISTRO DE INFORMACIÓN PARA DIVULGACIÓN EXTERNA

- a) La información solicitada por el Proceso de Comunicaciones a las diferentes dependencias de la UAERMV para atender peticiones de medios de comunicación debe ser suministrada por escrito mediante correo electrónico institucional y bajo los principios de veracidad, agilidad, oportunidad y claridad.
- b) Las decisiones que tome cada dependencia o los problemas laborales internos que surjan, o que puedan tener algún efecto sobre el normal funcionamiento de la UAERMV, deben ser

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

 <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. 2015-2019 UNIVERSIDAD DE CALDAS DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN</small>	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

reportados a la Dirección General y al Proceso de Comunicaciones, con el fin de anticipar la información en los medios de comunicación.

- c) Ningún servidor público o contratista de la UMV, así como contratistas externos de obra o interventoría, están autorizados a entregar o publicar información o dar declaraciones a los medios de comunicación, sin haber sido previamente autorizados por la Dirección General. Se debe informar al Proceso de Comunicaciones para que coordine la respuesta.
- d) En situaciones de crisis se deben atender los lineamientos que en su momento sean dados por la Dirección General y/o lo consignado en el documento interno Manual de Crisis de Comunicaciones de la UAERMV.

4.5. CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

La UAERMV tiene sus propios medios de información internos y hacer uso de ellos es un compromiso. El manejo de los canales de comunicación interna (Intranet, carteleras, pantallas digitales, correos electrónicos institucionales de comunicaciones internas, boletines y los que paulatinamente se formalicen) y de la información que se transmite a través de éstos, es de competencia exclusiva del Proceso de Comunicaciones. Los contenidos que en ellos se publiquen son responsabilidad de todos los servidores públicos de la entidad. Por eso se deben atender las siguientes recomendaciones:


4.5.1. **Correo Electrónico institucional de Comunicaciones Internas:** Es un medio de comunicación interna que tiene como fin informar a los servidores públicos y contratistas de la entidad sobre las actividades, novedades, decisiones, proyectos y programas propios de la UMV. Para que una actividad o información sea incluida en este medio debe seguir las siguientes recomendaciones:

- a) La solicitud de divulgación de información debe realizarse a través del formato COM-FM-001 "Solicitud Comunicación Interna y Externa" (físico o virtual) completamente diligenciado.
- b) Anexar logos, fotos y otros materiales en caso de ser necesario.
- c) Cuando se trate de documentos que se publican en archivos adjuntos, se debe incluir una explicación corta del contenido de este.
- d) El correo laumvteinforma@umv.gov.co será administrado por el Proceso de Comunicaciones a través del cual se divulgará información institucional y será el único correo autorizado en la entidad para realizar el envío de información a los colaboradores.

4.5.2. **Carteleras y Pantallas Digitales:** Las carteleras y las pantallas digitales son un medio de comunicación en el cual se publicará información de interés para el público interno de la entidad. La información allí contenida debe ser llamativa, concreta y de importancia para todos los públicos. Desde éstas, se promoverán actividades, se darán consejos, se apoyarán campañas y se destacará la gestión administrativa y operativa de la entidad.

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la Intranet SIGGESTION de la UAERMV

AME

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DEPENDENCIA DE LA GOBIERNO DE BOGOTÁ	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

- a) Si se desea que la información sea publicada en una cartelera o pantalla digital, la solicitud se debe realizar a través del formato COM-FM-001 "Solicitud Comunicación Interna y Externa" (físico o virtual).
- b) La redacción y diseño de la información a divulgar y su publicación será revisada por el Proceso de Comunicaciones y devuelta al proceso solicitante en caso de requerir ajustes.
- c) La instalación y desinstalación de información en las carteleras y de las pantallas digitales de la UMV, es de competencia exclusiva del Proceso de Comunicaciones.

4.5.3. **Revista Interna:** La elaboración y publicación de la Revista Interna: "MI CALLE" busca una dinámica de acercamiento entre todas las dependencias de la entidad. Teniendo en cuenta que ésta es una herramienta institucional digital escrita, que busca mantener informados a los servidores públicos, se deben tener presentes los siguientes pasos para solicitar oportunamente que alguna información de interés sea publicada:

- a) Se publicarán artículos que tengan que ver con las actividades misionales, sociales, culturales y/o deportivas que se organizan en la entidad, propendiendo por la participación de todos los colaboradores.
- b) Sugerido: La revista Mi Calle tendrá secciones que buscarán resaltar las acciones adelantadas por la UMV en la ciudad, la labor de sus colaboradores, los logros de sus dependencias, los avances del sector, el apoyo a políticas públicas adelantadas por la Alcaldía Mayor, y demás que puedan ser creadas con estos objetivos.

4.6. PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES



- a) La administración de contenidos de la página Web y de las redes sociales de la UMV está a cargo del Proceso de Comunicaciones. Este contenido debe estar relacionado con los servicios que ofrece la UMV a los ciudadanos y debe ser actualizado de manera constante.
- b) El manejo de la información sobre contratación que se publique en la página web debe ser administrada por la Oficina de Contratos de la Unidad.
- c) Las diferentes dependencias de la entidad deben canalizar la información pública que debe ser incluida o actualizada en el portal Web de la UMV www.umv.gov.co cuyo contenido debe estar aprobado por el responsable directivo de la dependencia.

4.7. PRÉSTAMO DE VIDEOS Y/O FOTOGRAFÍAS

Por considerarse un bien tangible de la entidad, su uso no tiene fines comerciales. Las solicitudes deben ser avaladas por la respectiva dependencia interna que las requiera y en todos los casos es menester otorgar los respectivos créditos a la Unidad de Mantenimiento Vial por derechos de autor.

Para acceder a copias se requiere:



La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DEL DEPARTAMENTO DE BOGOTÁ	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones	Versión	4	
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES			

- a) Solicitud escrita con tres (3) días hábiles de anticipación, especificando los fines que tendrán las imágenes y de ser posible precisar disposición para su selección previa.
- b) Suministrar CD, DVD o memoria USB según el grado de resolución de las fotografías o videos requeridos.

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

Handwritten mark

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. 2020 E.S.P. UNIDAD DE GESTIÓN CORPORATIVA TRANSACCIONES Y COMUNICACIÓN	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

5. MANEJO DE IMAGEN CORPORATIVA

La imagen corporativa es la carta de presentación de la UAERMV ante las partes interesadas.

Con su posicionamiento se alcanza reconocimiento e identificación. Gracias a la imagen corporativa nos visualizan, recuerdan, atienden y solicitan nuestros servicios.



Se acatará lo consignado en el Manual de Imagen Corporativa o de Identidad Visual de la Administración Distrital vigente, el cual es de obligatorio cumplimiento.

Es importante mantener la unidad visual y velar por el buen uso y adecuado manejo en la aplicación de nuestra imagen y concepto de diseño en las diferentes piezas de divulgación.

Por lo tanto, hay que tener en cuenta lo siguiente:

- a) Se debe atender el Manual de Imagen Corporativa o de Identidad Visual de la Alcaldía Mayor de Bogotá y las recomendaciones del Proceso de Comunicaciones en cuanto al manejo de color y aplicación visual de logotipos en todas las piezas institucionales y de divulgación de la entidad, como indumentaria, impresos y demás publicaciones.
- b) Todos los diseños finales elaborados por terceros deben responder a los ajustes y la aprobación del Proceso de Comunicaciones de la entidad.
- c) Antes de la elaboración de todo tipo de material de divulgación y/o promocional impreso como afiches, volantes, plegables, o prendas como chaquetas, cachuchas, camisetas, pendones, pancartas, pasacalles, backing o dummies, entre otros; se debe solicitar la asesoría del Proceso de Comunicaciones para su visto bueno.
- d) Cuando se realice una orden de compra, de servicio o un contrato relacionado con la impresión de artículos o elementos que contengan imagen institucional de la UMV es indispensable especificar que se debe contar con el visto bueno del Proceso de Comunicaciones.
- e) La aprobación del arte final de las piezas de comunicación que contengan la imagen institucional de la Administración Distrital debe ser aprobada por el Proceso de Comunicaciones.

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la Intranet SISGESTION de la UAERMV

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, D.C. <small>UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE SERVICIOS ESTRATÉGICOS</small>	Proceso Estratégico	Código COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones		
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión 4	

6. PROTOCOLO PARA LA ATENCIÓN DE REDES SOCIALES

Las redes sociales y otros medios digitales se han transformado en una fuente de información por medio de las cuales, el público ha buscado obtener información en tiempo y verídica sobre temas de su interés para identificar y medir cómo se están haciendo las cosas en determinado campo. Por esto, la UAERMV creó un protocolo que demarque su actuación en las redes sociales, buscando mejorar los flujos de comunicación tanto con sus públicos internos como externos.

A partir de lo consignado en el "MANUAL DE COMUNICACIONES DEL DISTRITO CAPITAL" (Décimo Octavo Lineamiento del Sistema Integrado de Gestión Distrital, 2015), la UAERMV adoptó un modelo de respuesta para medios Virtuales como: Twitter, Facebook, YouTube, y otros en caso de tener cuentas en otras redes sociales.

6.1. OBJETIVO DEL PROTOCOLO:

Establecer los lineamientos básicos para el manejo de la información y participación de la UAERMV en medios digitales, así como la interacción con sus públicos objetivos y audiencias para, de esta manera, aprovechar las redes sociales en la masificación de mensajes que permitan fortalecer la imagen corporativa y reputación de la entidad, así como generar canales de acercamiento a la ciudadanía que permitan a las partes interesadas una mayor y más fácil interacción con la entidad, generando una percepción de mayor favorabilidad hacia la misma.

6.2. REDES SOCIALES DE LA ENTIDAD

Son canales de participación en donde las partes interesadas interactúan con la Entidad mediante la manifestación de sus opiniones, a través de los siguientes enlaces:

<https://twitter.com/umvbogota>

<https://www.facebook.com/unidadde.mantenimientovia>

<https://www.youtube.com/user/UMVBOG>

<https://www.instagram.com/umv.bogota/>



<https://www.flickr.com/photos/umvbogota/>

6.3. CONSIDERACIONES GENERALES DE LAS PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES:

- 1) El administrador de redes sociales de la UAERMV será el Proceso de Comunicaciones, ubicado en la Oficina Asesora de Planeación (OAP), quien será el único proceso autorizado para publicar y divulgar contenido institucional.
- 2) La gestión de redes sociales deba estar alineada con la Política de Comunicaciones.



La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

ONE

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. OFICINA DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

- 3) El contenido publicado (sea gráfico, texto, video o de cualquier otra forma) será totalmente corporativo y tendrá que ser previamente acordado por el Proceso de Comunicaciones de la OAP.
- 4) Las imágenes de portada y perfiles utilizados en las redes sociales se ajustarán a los lineamientos dispuestos por la Alcaldía Mayor en el Manual de Imagen Institucional.
- 5) En ningún caso el contenido publicado podrá ser utilizado para beneficios personales o de terceros. No debe usarse para hacer proselitismo de ningún tipo, generar controversias o usarse como una plataforma para la comunicación privada de alguno de sus colaboradores, incluso si involucra a alguno de los directivos; ni como un canal gratuito de publicidad de un tercero.
- 6) Ningún funcionario está autorizado para abrir canales oficiales en redes sociales a nombre de la UAERMV.
- 7) Está prohibido revelar información privada y confidencial de la UAERMV, así como con el uso del logotipo, nombre e imagen de la entidad para fines diferentes al beneficio de la entidad.
- 8) En general, las redes sociales de la UAERMV serán utilizadas para la difusión de mensajes relacionados con: la misionalidad de la entidad y su imagen corporativa, información relativa a la gestión de la entidad y temas relacionados con sostenibilidad, premios, reconocimientos e iniciativas sociales.
- 9) Podrán replicarse noticias positivas de los medios de comunicación que exalten o describan la labor de la UAERMV en el Distrito Capital.
- 10) El lenguaje utilizado en los textos debe ser amigable, incluyente y las comunicaciones deben brindarse en un lenguaje puntual, sencillo y flexible, evitando en lo posible utilizar terminología técnica de difícil entendimiento.
- 11) Los mensajes se deberán redactar en tercera persona y los verbos en infinitivo sin utilizar siglas o abreviaturas, cuidando que la ortografía y coherencia gramatical se ajusten a las normas de la lengua castellana.
- 12) Con el objetivo de seguir los lineamientos de la Alcaldía Mayor, en los mensajes de redes sociales se utilizará un tratamiento marcado por el tuteo con el objetivo de proporcionar una mayor sensación de confianza y cercanía con nuestros usuarios.
- 13) El administrador de la página de la red social tiene la total potestad de restringir parcial o totalmente las opciones de participación de la página cuando la situación lo amerite y reactivarlos cuando lo considere pertinente, pero en ningún escenario es una opción aconsejable la censura de contenidos.
- 14) Se actualizará cada una de las redes de la entidad, mínimo una vez al día y de acuerdo a las necesidades validadas por la UAERMV.



La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. <small>Trabaja Mejor con la Responsabilidad Presidencialmente</small>	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

- 15) La información publicada será verídica, por lo que tendrá su soporte de la dependencia productora de esta información, incluyendo el uso de fotografías, videos y/o cualquiera herramienta audiovisual.
- 16) Está prohibido publicar contenido difamatorio o ilegal, así como contenido sin cumplir con las normas de derechos de autor, propiedad intelectual, y especialmente, que no cuide las normas constitucionales sobre privacidad y habeas data.
- 17) El contenido publicado tendrá como referencia el link de la Página Web de la UAERMV y sus pestañas específicas para ampliar la información suministrada en la red social.
- 18) Con el objetivo de seguir los lineamientos de la Alcaldía Mayor se realizará una pieza en la cual se le indicará a los usuarios cuáles son los canales autorizados (página o correo) para realizar sus peticiones, quejas, reclamos o solicitudes.
- 19) La respuesta a un comentario negativo nunca podrá ser de forma grosera, conflictiva o de cualquier forma que genere una agresión a quien lo demande, ni se dará respuesta sin la debida autorización del Responsable Directivo de Comunicaciones.
- 20) La eliminación de comentarios es considerada un abuso de poder del administrador. No obstante, las publicaciones en redes sociales que no cumplan con lo establecido en el Manual de Ética Institucional de la UAERMV podrán ser borradas.
- 21) La UAERMV se reservará el derecho de dar respuesta o mantener publicado en sus redes sociales ciertos contenidos cuando estos sean de orden religioso, político, publicitario, sexual, discriminatorios, irrespetuosos, denigrantes, difamatorios, calumniosos o que atenten contra la dignidad de alguna persona. El contenido que tenga las anteriores características será eliminado inmediatamente.
- 22) Las cuentas de redes sociales no serán un mecanismo formal de interacción legal con los usuarios y partes interesadas, ni para responder a solicitudes administrativas o judiciales.
- 23) No se pueden realizar publicaciones que afecten la estabilidad de la entidad, su estrategia, su plan de expansión o que le den ventaja competitiva frente a otros, ni tampoco información confidencial de la UAERMV.
- 24) Las contraseñas de las cuentas de las redes sociales de la UAERMV serán cambiadas periódicamente y guardadas en un sobre cerrado en la oficina del Responsable Directivo del Proceso de Comunicaciones.
- 25) Atendiendo los lineamientos dispuestos por la Alcaldía Mayor en el Manual de Servicio a la Ciudadanía, en Twitter se evitará seguir a los usuarios a fin de facilitar el monitoreo de los mensajes.
- 26) Es necesario tener en cuenta la información a la que las redes sociales permiten acceder sobre los usuarios, al momento de dirigirse a una persona, con el fin de brindar una respuesta apropiada y más personalizada.

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UAERMV.



 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. 1988 UNIDAD POR EL BIEN COMÚN DE BOGOTÁ Y SU METROPOLIS	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	

6.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS MENSAJES

Los Mensajes¹ constituyen el objeto de la comunicación, lo que el emisor quiere transmitir al destinatario o receptor, esperando una reacción. Para definir y emitir dichos mensajes se debe garantizar que como mínimo cumplan con los siguientes atributos:

CONFIABLES:	<i>Información veraz, que permita que la población objetivo prefiera la comunicación oficial frente a los rumores.</i>
AMIGABLES:	<i>Que sean llamativos, que despierten interés y que inviten a su lectura, consulta y comunicación. Deben ser mensajes con una presentación llamativa o atractiva para el usuario, con contenidos sencillos, breves, directos, gramaticalmente correctos e íntegros.</i>
OPORTUNOS:	<i>Que la información sea entregada en el momento en que se requiere (no extemporánea).</i>
ÚTILES:	<i>Es la característica más importante de un mensaje, que se traduce en información práctica y de interés, que contribuya al cumplimiento de la meta de la estrategia.</i>
SUFICIENTES:	<i>Tiene que ver con la cantidad o volumen de la información, que dé respuesta a las necesidades identificadas sobre el tema tratado.</i>

6.5. TIPOS DE RESPUESTAS



A continuación, se indican modelos de respuesta para brindar a las partes interesadas dependiendo del tipo de solicitante o de petición. Es importante aclarar que ante situaciones no previstas, el administrador de las redes sociales deberá seguir los lineamientos y recomendaciones establecidas en el presente protocolo al momento de emitir la correspondiente respuesta:

1) Cuando el usuario solicita que arreglen un segmento vial y suministra la dirección de su ubicación, estas son las posibles respuestas:

- "Apreciado(a) Ciudadano(a): por favor ingresa la solicitud a <http://www.umv.gov.co/portal/pqrsfd/> o escríbenos directamente a nuestro correo atencionalciudadano@umv.gov.co. Feliz día".
- "Queremos atender tu requerimiento, ingresa a nuestro portal: www.umv.gov.co en la opción "ATENCIÓN AL CIUDADANO" o escríbenos al correo atencionalciudadano@umv.gov.co".

2) Cuando se comunica un miembro de una corporación pública (Congreso de la República, Asambleas Departamentales, Concejos Municipales, Juntas Administradoras

¹ COMUNICACION ORGANIZACIONAL. MANUAL DE COMUNICACIONES DEL DISTRITO CAPITAL. Décimo Octavo Lineamiento del Sistema Integrado de Gestión Distrital, Diciembre 2015

	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones			
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	Versión	4	



Locales, entre otros) o medio de comunicación, se responde por mensaje directo, con alguna de las siguientes opciones:

- *"Buenos días/tardes. Para nosotros es importante responder tu inquietud. Nos pondremos en contacto. Muchas gracias".*
 - *"Para la UMV es fundamental responder tu solicitud. Nos pondremos en contacto. Gracias por escribirnos".*
 - *"Nos pondremos en contacto para brindar una respuesta a tu inquietud. Feliz día".*
 - *"Analizaremos la información para brindarte una respuesta oportuna. Nos pondremos en contacto. Feliz día".*
- 3) Cuando una persona indica que ha realizado un requerimiento (PQRSFD – Petición, Queja, Reclamo, Sugerencia, Felicitación, Denuncia) y no ha recibido una respuesta:
- *"Apreciado(a) Ciudadano(a): Estamos trabajando en tu requerimiento. Te daremos una respuesta lo antes posible. Feliz día".*
 - *"Para la UMV es fundamental brindar una respuesta. Estamos trabajando en tu requerimiento. Gracias por contactarnos".*
 - *"Estimado Usuario: Trabajamos en tu requerimiento. Te daremos una respuesta lo antes posible. Gracias por contactarnos".*
- 4) Es importante tener en cuenta que la línea telefónica se le facilitará al Usuario cuando éste insista en que no ha recibido una respuesta:
- *"Apreciado Usuario: Lamentamos el inconveniente presentado. Contáctanos en la línea (1) 3779555 para ayudarte. Muchas gracias".*
 - *"Estimado usuario, pedimos disculpas por las molestias ocasionadas. Comunícate por favor al teléfono: (1) 3779555 para atender tu requerimiento".*
 - *"Apreciado usuario, nos disculpamos por los inconvenientes presentados. Comunícate por favor al teléfono: (1) 3779555 para atender tu requerimiento".*

REVISIÓN Y APROBACIÓN:

Elaborado y/o Actualizado por EQUIPO OPERATIVO SIG del Proceso:	Validado por RESPONSABLE DIRECTIVO SIG del Proceso:	APROBADO Representante Alta Dirección SIG
DIEGO FERNANDO ROMERO LEAL Enlace SIG - Proceso COM		
Acompañamiento EQUIPO TÉCNICO SIG:	Firma: 	Firma: 
CLARA INES SALCEDO ROJAS Profesional Especializada OAP	MARTHA PATRICIA AGUILAR COPETE Jefe OAP	MARTHA PATRICIA AGUILAR COPETE Jefe OAP

La impresión de este documento se considera Copia No Controlada. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la UIAFRMV

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. INSTITUCIÓN DE CARÁCTER PÚBLICO AUTÓNOMA	Proceso Estratégico	Código	COM-MA-001	
	Proceso Comunicaciones	Versión	4	
	MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES			

CONTROL DE CAMBIOS:

VERSIÓN	DESCRIPCIÓN	FECHA	APROBADO Representante Alta Dirección SIG
001	Creación. Elaborado por el Asesor de Comunicaciones DAVID ACOGTA	Junio 2011	Jefe Oficina Asesora de Planeación
002	Actualización al nuevo Proceso Estratégico Comunicaciones (Circular 001 de 2015).	Noviembre 2015	Jefe Oficina Asesora de Planeación
003	Se incluye el Protocolo para la Atención de Redes Sociales	Marzo 2018	Jefe Oficina Asesora de Planeación
004	Se actualizó en lo concerniente a las recomendaciones para los voceros designados, a los tiempos con los que se deben solicitar servicios al Proceso de Comunicaciones y los tiempos de respuesta a las mismas.	Noviembre 2018	Jefe Oficina Asesora de Planeación

La impresión de este documento se considera *Copia No Controlada*. La versión vigente se encuentra en la intranet SIGGESTION de la JAERMV