1. OBJETIVO:

Administrar y gestionar las redes sociales del ICBF para la divulgación de su gestión en el marco de la prevención, protección y promoción de los derechos de las niñas, niños, adolescentes, familias y comunidades contribuyendo al posicionamiento de la imagen institucional ante los diferentes grupos de interés descritos en el plan estratégico de comunicación; así como realizar, alineado a los criterios institucionales, su correspondiente un rol en el relacionamiento con los ciudadanos.

2. ALCANCE:

Inicia con la solicitud de creación de una nueva cuenta a nombre del ICBF en redes y termina con el monitoreo a la publicación de los contenidos. El documento aplica a nivel nacional y en casos específicos de gestión seria de carácter regional.

3. POLÍTICAS DE OPERACIÓN:

3.1. Adoptar todos los lineamientos emitidos por Gobierno Digital y el plan estratégico de comunicación vigente en lo relacionado con el manejo del contenido de la comunicación digital.

3.2. Todas las evidencias de este procedimiento deberán ser almacenadas en el repositorio establecido por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

3.3. La Oficina Asesora de Comunicaciones es la responsable de los contenidos que se producen para el funcionamiento de estas.

3.4. Cuando se requiera la publicación de fotografías o imágenes de menores de edad, se debe contar con el permiso del representante legal por medio del diligenciamiento del *F2. P2. CE Formato de Autorización Uso de Imagen*.

3.5. Cuando se reciban PQRS de los ciudadanos, se deben registrar en el documento F2. P3. CE Formato Seguimiento Redes Sociales y se envían a la Dirección de Servicios y Atención mediante correo electrónico. En el caso de denuncias urgentes se dará tramite preferencial y expedito al funcionario competente para que proceda con la diligencia requerida.

3.6. Para comunicar la gestión del ICBF a través de sus diferentes líneas de acción en redes sociales, se recomienda tener en cuenta las siguientes buenas prácticas:

¿Qué publicar?

- Información de interés para las partes interesadas del ICBF (usuarios, estado, colaboradores, proveedores, aliados estratégicos, comunidad, sociedad y peticionarios),

PÚBLICA

sobre los servicios y actividades del Instituto dentro de los atributos planteados por el plan estratégico de comunicación vigente.

- Información, promoción y difusión: divulgación de mensajes de campañas, reproducción de información periodística, comunicados de prensa, información difundida a través de conferencias, eventos o documentos oficiales en el lenguaje, tiempos y formatos de cada red social y según los criterios del plan estratégico vigente.

- Historias de vida: mensajes constructivos que denoten los beneficios de la gestión del ICBF dentro de los atributos y formatos descritos en el plan estratégico de comunicación vigente.

Recomendaciones generales:

- Cuidar el lenguaje, ortografía, sintaxis, gramática.
- Usar los hashtag o etiquetas afines con el tema en mención.
- Evitar hacer alusión a temas o conceptos relacionados con política, religión o discriminación étnica, racial, sexual o por edad así como estereotipos, apología a la violencia, el suicidio entre otros y adicionales a lo determinado en el plan estratégico de comunicación vigente.
- En los casos en que se considere pertinente mencionar, etiquetar o republicar a un usuario para visibilizar la gestión del ICBF deberá hacerse de manera cuidadosa para no vulnerar derechos fundamentales.
- Ante dudas sobre el uso de la marca ICBF por favor consultar con la Oficina Asesora de Comunicaciones.

4. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

No	Nombre de la Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	Registro
		Inicio		
1	Solicitar la creación de una nueva cuenta	Los Directores, Subdirectores y/o Jefes de Oficina evalúan la necesidad de crear una cuenta a nombre del ICBF en plataformas digitales y realizan la solicitud a la Oficina Asesora de Comunicaciones. ¿Es necesaria la creación de una cuenta a nombre del ICBF en plataformas digitales? **Si:** se crea una nueva cuenta a nombre del ICBF en las plataformas digitales y pasa a la actividad 2. **No:** en el caso de tener una cuenta, pasa a la actividad 2.	Directores, Subdirectores y/o Jefes de Oficina	Acta de reunión o comité y/o correo electrónico

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA.

PÚBLICA

No	Nombre de la Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	Registro
2	Solicitar creación de contenidos	Si la cuenta ya está creada, los Directores, Subdirectores y/o Jefes de Oficina realizan la solicitud de creación de contenidos en donde de manera conjunta con la Oficina Asesora de Comunicaciones se identifican los temas de interés, que se encuentren alineados con la Gestión del ICBF.	Directores, Subdirectores y/o Jefes de Oficina Profesional designado por las dependencias de la Sede de la Dirección General Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Correo electrónico
3 P.C	Analizar pertinencia de la solicitud	Una vez recibida la solicitud de creación de contenidos, el profesional de la Oficina Asesora de Comunicaciones analiza si el tema a publicar está acorde con la gestión del ICBF. ¿El tema a publicar está acorde con la gestión del ICBF? **Si:** es acorde con la gestión del ICBF y pasa a la actividad 4. **No:** se envía por correo electrónico la explicación del porque no se publica y regresa a la actividad 2.	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Correo electrónico
4	Elaborar el contenido	Una vez definido el tema a publicar se procede a elaborar el contenido.	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Correo electrónico
5 P.C	Aprobar el contenido	Una vez elaborado el contenido se somete a aprobación por parte del Director, Subdirector y/o Jefe de Oficina del proceso que solicito. ¿El contenido es aprobado? **Si:** el contenido es aprobado, pasa a la actividad 6. **No:** la Oficina Asesora de Comunicaciones realizará las correcciones solicitadas y pasa a la actividad 4.	Director, Subdirector y/o Jefe de Oficina	Correo electrónico
6	Publicar Información	Publicar los contenidos en las redes sociales del ICBF.	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Publicación en redes sociales

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA.

No	Nombre de la Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	Registro
7	Realizar monitoreo a la publicación de los contenidos	Elaborar informe de seguimiento mensual de comportamiento en redes sociales. **Nota:** para el control de las publicaciones que se realicen en las redes sociales: X, Facebook, Instagram, Threads, Tik Tok, YouTube se diligencien el F*1. P3. CE Formatos Tabla de Control para Redes Sociales de ICBF.*	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Informe de monitoreo de Redes Sociales
8	Realizar el reporte de PQRS recibidas por las Redes Sociales	Elaborar informe de seguimiento mensual de recepción y tramite de las PQRS conocidas a través de las redes sociales diligenciando el Formato Seguimiento Redes Sociales, F2. P3. CE	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Informe de PQRS
		Fin		

P.C.: Punto de Control

5. RESULTADO FINAL: Publicación de contenidos en redes sociales.

6. DEFINICIONES:

Redes Sociales: Medio de comunicación social que se centra en establecer contacto con otras personas por medio de la internet. (X, Facebook, Instagram, Threads, Tik Tok y YouTube y las que llegaran a surgir).

X (Twitter): Es una red social de carácter informativo, para conversar sobre temas de actualidad y generar opinión en torno a estos temas. Es principalmente utilizada por figuras públicas y líderes de opinión.

Facebook: Es la red social utilizada por la gente del común, donde se habla de la cotidianidad y con un lenguaje cercano o coloquial. Esta plataforma es una de las de mayor alcance entre los ciudadanos en las regiones.

Instagram: Es una red social netamente visual, basada en el contenido gráfico y audiovisual, que está diseñada para generar emociones e interacción entre los usuarios, lejos del debate y la mera información.

Threads: Es una red social exclusivamente informativa, basada principalmente en el texto sin excluir los formatos de contenido gráfico.

TikTok: Es una red social con características similares a Instagram, pero con la diferencia de que el único formato de contenido que se puede utilizar aquí es el video y en especial, el que es vertical.

PÚBLICA

YouTube: Se puede definir como una red social que funciona como un repositorio de videos, pero ha empezado a adquirir características similares a las plataformas de streaming, debido que según el contenido y los objetivos que se tengan, se puede acceder a este a través del pago de una membresía.

7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA:

Las disposiciones de Gobierno en línea vigente a la fecha de la publicación, así como las políticas de uso de las Redes Sociales.

8. RELACIÓN DE FORMATOS:

CODIGO	NOMBRE DEL FORMATO
F4. P3. CE	Formato de Control de PQRS Redes Sociales ICBF
F5. P3. CE	Formato de Control de Redes Sociales ICBF

9. ANEXOS: N/A

10. CONTROL DE CAMBIOS:

PÚBLICA

Fecha	Versión	Descripción del Cambio
10/05/2024	V5	Se ajusto: 1. OBJETIVO: se, actualizó según la operación, precisó y se hizo estratégico. 2. ALCANCE: se actualizo y se hizo más preciso. 3. POLITICA DE OPERACION: se actualizo y se hizo más precisa el ítem 3.1. Se crea como una nueva política el reporte de PQRS recibidas a través de redes sociales 3.5. Se actualizo ítem 3.6, se hizo más preciso y se fusionaron algunas ideas por elementos comunes varios elementos de las recomendaciones generales. 4. DESCRIPCION DE ACTIVIDADES: se actualizaron por necesidades técnicas las actividades 6 y 7. 6. DEFINICIONES: se actualizaron y mejoraron las descripciones de las redes en función de su operatividad y carácter estratégico. Se crea la actividad número 8 correspondiente al trámite correspondiente a PQRS. 7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA: se actualiza incorporando un documento que es mandatorio de las actividades digitales en el gobierno. 8. RELACION DE FORMATOS: se suprimen las tablas de control de Twitter y Facebook y en su lugar se crea una nueva tabla de control de redes sociales según los criterios técnicos operativos y se unifican las variables de información a reportar en todas las redes existentes para establecer un único formato. PQRS
04/02/2019	V.4	Se ajusto: 3. POLITICA DE OPERACIÓN: se incluye el ítem 3.5. 4. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES: descripción de la actividad y responsable. 6. DEFINICIONES: se elimina la definición NAS. 7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA: se elimina pues no aplica.
29/05/2018	V.3	Se ajusto: 2. ALCANCE: el nombre de inicio y final de actividades no coincidía con las relacionadas en la descripción de actividades. 3. POLITICA DE OPERACIÓN: se incluye una nueva política de operación. 4. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES: nombre de las actividades, descripción de las actividades, responsable y registro. 6. DEFINICIÓN: se eliminan definiciones 7. DOCUMENTOS REFERENCIA: Se incluye un documento de referencia. 8. RELACIÓN DE DOCUMENTOS: Se incluye el formato seguimiento redes sociales.
03/10/2017	V.2	Se actualiza la descripción de actividades.
19/09/2016	V.1	Se ajusto el 3er punto política de operación, se cambia la información de la 3ra viñeta, el 4to punto descripción de actividades, ajustando el nombre de la 3ra actividad y se eliminó el punto de control del 5to punto, de igual manera el 6to punto en donde se agrega parrilla en caliente y en frio y tweet o trino.

PÚBLICA