ASEP
Autoridad Nacional
de los Servicios Públicos

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS OFICINA DE RELACIONES PÚBLICAS

Procedimiento para el Manejo de Redes Sociales

Área	Proceso
Relaciones Públicas	Prensa

Revisado por		Aprobado por
Jefe de la Oficina de Relaciones Públicas	Jefe de la Oficina de Desarrollo institucional	Director Ejecutivo

Código	Estado de Revisión	Fecha de Revisión
P-ASEP-RRPP-04	1.0	noviembre, 2016

CONTENIDO

HISTORIAL DE CAMBIOS

I. ASPECTOS GENERALES

A. OBJETIVO
B. ALCANCE
C. RESPONSABLES
D. POLITICA DE MANEJO DE REDES Y MEDIOS SOCIALES
E. NORMAS DE CONTROL INTERNO
F. GLOSARIO
G. DOCUMENTOS DE ORIGEN EXTERNO

II. ACTIVIDADES

ANEXOS

1. Algunos de los textos publicados en las redes sociales
2. Algunas de las imágenes publicadas en las redes sociales

HISTORIAL DE CAMBIOS

Versión	Fecha del Cambio	Autor	Motivo del Cambio

I. ASPECTOS GENERALES

A. OBJETIVO

Contar con una guía para la administración del contenido de las redes sociales de la Autoridad Nacional de los Servicios Públicos - ASEP, con base en los lineamientos establecidos para esta materia.

B. ALCANCE

Este Procedimiento aplica a los funcionarios asignados para la atención de las redes y medios sociales (Twitter, Instagram, Facebook, otros), según el área de competencia, así como a aquellos funcionarios de otras áreas que participan en el proceso.

C. RESPONSABLES

- Oficina de Relaciones Públicas
- Administrador de las redes sociales
- Oficina de Asesoría Legal
- Dirección Nacional de Atención al Usuario
- Dirección Nacional de Electricidad, Agua Potable y Alcantarillado Sanitario
- Dirección Nacional de Telecomunicaciones

D. POLÍTICA DE MANEJO DE REDES Y MEDIOS SOCIALES

- **Manejo de Información Confidencial**: Las redes sociales son un instrumento para interactuar con transparencia y honestidad con la audiencia, por tanto en nuestras redes sociales no se debe publicar información sensible y confidencial que pueda afectar la operación y desarrollo de esta entidad pública.

- **Privacidad de las Redes Sociales**: Se limitará el rango y el alcance de las personas que puedan ver la información publicada en las redes y medios sociales de acuerdo a la directriz que emane de la alta dirección.

- **Honestidad en las Publicaciones**: En nuestras redes sociales no se deben realizar las siguientes acciones:

  - Usar nombres falsos
  - Realizar comentarios anónimamente
  - Mentir a los usuarios cuando tengan sugerencias o reclamos

- Publicar información falsa sobre respuestas
- Generar falsas expectativas en la audiencia

- **Derechos de Autor**: Está prohibido adjudicarse la autoría de información realizada por terceros. Cualquier contenido publicado, cuyo autor sea diferente a la institución, debe ser citado y, en lo posible, incluir el enlace a la publicación original. Se debe comprobar siempre que la información y los contenidos de terceros que se utilicen sean verídicos para evitar inconvenientes.

- **Respeto**: El respeto debe primar en cualquier publicación o comentario realizado en las redes sociales de la ASEP o en las redes personales de sus colaboradores, cuando se refieran a la entidad. El lenguaje y el tono utilizado en las redes refleja los valores, la filosofía y la visión de la ASEP , lo que será evidente tanto los clientes regulares como para los clientes potenciales. Se debe evitar entrar en discusiones o controversias con la audiencia y nunca responder a insultos o palabras obscenas. En todo momento demostrar la importancia que tienen los usuarios de los servicios públicos y hacerlos sentir valorados y respetados con los comentarios o publicaciones. Si encuentra comentarios irrespetuosos o difamatorios sobre la institución en otros sitios, debe comunicarlo al Jefe de la Oficina de Relaciones Públicas y evitar actuar de manera personal.

- **Protección a Terceros**: La mención de información de terceros, tales como concesionarios de servicios regulados por la entidad; sólo se hará cuando sea estrictamente necesario y con la respectiva autorización de la alta dirección.

- **Corrección de Errores**: Cuando se recibe alguna notificación de un usuario sobre la publicación de algún contenido impreciso o equivocado en las redes sociales se debe reconocer el error, emitir una disculpa y corregir el mismo rápidamente. Si la notificación se refiere a la publicación de un contenido ofensivo, protegido por derechos de autor o sin citar a su dueño, se debe atender el reclamo, solucionarlo y, si es necesario, retirarlo inmediatamente para evitar problemas legales.

- **Uso de Sentido Común**: El manejo de las redes sociales debe efectuarse con las mismas reglas y acuerdos que se manejan en la oficina; esto quiere decir, con respeto, evitando mencionar o ventilar asuntos que nada tengan que ver con los temas y contenidos que se requieren transmitir a la audiencia. Antes de realizar cualquier publicación o comentario se deben considerar las consecuencias que éstas puedan traer.

E. NORMAS DE CONTROL INTERNO

- Los colaboradores de ASEP que sigan las redes sociales de ASEP desde sus cuentas privadas, deben divulgar su uso mediante "compartir", "retuitear", marcar con "me gusta" o "favorito", cualquier comunicación girada de forma oficial. De esta forma contribuyen a expandir el conocimiento que de la institución pueda tener la comunidad.

- Cuando el colaborador detecte desde su cuenta personal una publicación que deba ser del conocimiento de la ASEP o que requiera respuesta de la entidad, deben remitir la misma (por ejemplo, mediante una captura de pantalla) a la Oficina de Relaciones Públicas, para que ésta responda y dé seguimiento. La Autoridad de Innovación Gubernamental - AIG establece que el funcionario que responde, será responsable del seguimiento.

- Como política de atención se debe evitar responder, desde una cuenta personal, a un usuario sobre cualquier tema de la institución. De esta forma, la entidad mantendrá una imagen consistente y se minimiza la posibilidad de recibir ataques personales de seguidores mal intencionados en un futuro.

F. GLOSARIO

- **Avatar:** Es la imagen del perfil que representa a cada usuario y que, generalmente, acompaña los mensajes enviados por el mismo.

- **Administrador de la Comunidad (Community Manager):** Es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad en línea (online) alrededor de una marca en Internet creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus seguidores y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.

- **Comunidad Virtual:** Conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes, cuyas relaciones e interacciones tienen lugar en un espacio virtual, no físico o real, como Internet.

- **Cuenta:** Conjunto de información que permite el acceso a una red social a través de la identificación del usuario. La cuenta se crea con un nombre de usuario y contraseña; en algunos casos, a través de una cuenta de correo electrónico.

- **Estado:** Información de la situación, circunstancia o disposición del usuario de una red social. Esta información puede ser compartida por el propio usuario o por la

plataforma de comunicación de manera automática, indicando su disponibilidad o actividad en ese momento.

- **Evento:** Acontecimiento creado como una publicación o mensaje que se anuncia a otros usuarios de la red social para que participen del mismo.

- **Seguidos (Following):** Son las cuentas que un usuario sigue; un tipo de suscripción a los tuits de una cuenta. Los mensajes publicados en las cuentas seguidas aparecen automáticamente en el "timeline" del usuario.

- **Grupo:** Servicio que proporcionan las redes sociales para la configuración de colectivos de usuarios con un interés u objetivo común. Los grupos permiten crear espacios donde los miembros pueden compartir información y contenidos de forma privada o abierta.

- **Hashtag (#):** Etiqueta de Twitter para clasificar las publicaciones o mensajes (tweets) por temas específicos. Se representa mediante una almohadilla (#) delante de la palabra o palabras clave del tema dentro del cual se etiqueta el mensaje, con la finalidad de seguir, buscar y encontrar más fácilmente los temas interesantes para el usuario. Por ejemplo, #Educación o #TIC, para los mensajes que se etiquetan en estos temas.

- **Me Gusta:** Tuits que cada usuario considera de interés. Se marcan con la estrella que aparece en la parte superior de cada tuit.

- **Menciones:** Tuits en los que se menciona el nombre de un usuario y permite saber quién fue el usuario autor. La diferencia entre Mención y Reply es que, el segundo comienza con @NombredelUsuario y, en la mención, no es necesario que el mensaje comience de esa manera. Es decir, todos los replies son menciones, pero no todas las menciones son replies.

- **Mensaje Directo (DM):** Son mensajes privados entre dos usuarios; no son públicos, por lo cual no aparecen en el timeline.

- **Muro:** Espacio del usuario de una red social que comparte con el resto de sus contactos, donde éstos pueden publicar sus comentarios u opiniones.

- **On-line:** Expresión inglesa que se traduce por las locuciones en línea o a través de Internet.

- **Perfil:** Datos personales y rasgos propios que caracterizan a un usuario dentro de una red social, como su nombre, fotografía, lugar de residencia o preferencias. El perfil representa su identidad virtual.

- **Post**: Entrada, mensaje o publicación en una red social que puede consistir en un texto, opinión, comentario, enlace o archivo compartido.

- **Retweet o Retuit (RT):** Función que permite divulgar nuevamente un tuit a nuestros seguidores citando al usuario autor.

- **Seguidor**: Llamado "follower" en la terminología de Twitter. Usuario de esta red social que se suscribe a los mensajes o publicaciones (tweets) de otros usuarios, bien por admiración, como en el caso de los seguidores de deportistas o cantantes; por simpatizar con sus ideas; para mantenerse informado de sus actividades en Twitter o simplemente por amistad. Este seguimiento o suscripción no es necesariamente recíproco.

- **Solicitud de Amistad:** Mensaje enviado a otro usuario como petición para pertenecer a su lista de contactos y viceversa. Una vez recibida la solicitud, el usuario puede aceptar y agregar un nuevo contacto para compartir con él, su contenido e información.

- **Timeline (TL):** Es el lugar de la cuenta donde se pueden encontrar, de manera cronológica, todos los tuits enviados de las cuentas que se siguen.

- **Trending Topic:** Tema popular en un momento determinado, en relación al número de publicaciones o mensajes (tweets) que se hacen sobre éste en Twitter.

- **Trending Topics:** Temas en boga. Son las palabras clave que se utilizan en un transcurso de tiempo y permiten ver qué tan popular se volvió un tema. Normalmente su popularidad se reduce a horas o minutos.

- **Troll:** Usuario de Twitter que utiliza su cuenta para atacar a otros usuarios con comentarios agresivos o groseros.

- **Tweet (Tuit):** Mensaje o publicación de 140 caracteres que se escribe y envía a los usuarios seguidores mediante la red social de microblogging Twitter. También existe el Retweet (RT) que es, sencillamente, el reenvío de un tweet.

- **Unfollowear:** Dejar de seguir a un usuario; cancelar la suscripción a sus tuits, por lo cual, éstos dejan de aparecer en el timeline.

- **Usuario:** Persona o entidad que utiliza y forma parte de una red social. El usuario puede acceder a ella con su propio nombre o mediante un alias, aunque con la revolución de la Web 2.0 se aprecia un cambio en el que los usuarios se identifican con nombres reales. En la red social de microblogging Twitter, la cuenta y perfil adoptan el nombre real, pero sus miembros identifican sus actividades en la red mediante un nombre de usuario que puede ser diferente, similar o idéntico a su nombre real, y que, además, añade delante de éste el símbolo @. Por ejemplo, la red social docente Internet en el aula tiene como nombre de usuario en Twitter @rediaula, y Educación INTEF el nombre @educacion_intef.

- **Web 2.0:** Conjunto de características, formas de uso y aplicaciones web que dan lugar, mediante cambios acumulativos en los desarrolladores de software y usuarios, a una transformación sustancial de Internet. El término se asocia a Tim O´Reilly debido a su promoción y divulgación en la conferencia O´Reilly Media sobre Web 2.0 de 2004.

F. DOCUMENTOS DE ORIGEN EXTERNO

N/A

II. ACTIVIDADES

PASO	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
	ATENCIÓN DE COMUNICACIONES	
1	Recibe, del seguidor de nuestra cuenta, la comunicación a través de las redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook, otras). En caso de recibir una queja, responde con alguno de los textos redactados especialmente para orientar al usuario (ver Anexo No. 1). **Nota**: La ASEP cuenta con una legislación para presentar reclamos de los usuarios. No obstante, a través de las redes sociales se puede brindar únicamente la orientación necesaria. **Referencia:** Reglamento sobre los Derechos y Deberes de los Usuarios adoptado mediante Resolución No. JD-101 de 27 de agosto de 1997 y modificado por las Resoluciones No. JD-121 de 30 de octubre de 1997 y JD-2457 de 18 de octubre de 2000.	Administrador de las Redes Sociales
2	Examina la veracidad del mensaje comprobando si el usuario sigue la cuenta de la ASEP y realiza alguna de las siguientes acciones: • Si el usuario es seguidor, ofrece una respuesta clara y objetiva. • Si no es seguidor, solicita que siga la cuenta hasta, por lo menos, resolver su solicitud.	
3	Remite la comunicación al sector al que tenga competencia (DNAU, Telecomunicaciones, Radio, Televisión, Electricidad, Agua Potable, Alcantarillado Sanitario).	
4	Con el fin de amplificarlas en las redes sociales de la ASEP, coordina con las Oficinas Regionales y Agencias de Atención al Usuario la recepción de información sobre actividades que tengan lugar en esas áreas, sean éstas actividades internas, institucionales y/o regionales, tales como inspecciones de alumbrado público, vocerías, participación en reuniones con autoridades de la región, eventos feriales, otras, en las que no participe personal de la Oficina de Relaciones Públicas.	
5	Publica en las redes sociales, textos e imágenes alusivas a alguna fecha especial que se desea resaltar (ejemplo: Día del Estudiante, Día de la Tierra, Día del Agua, otros) o campañas de interés para la ASEP, el Gobierno Nacional o el país (ejemplo: ahorro energético, ahorro del agua, campaña para prevención de enfermedades, otras). (Ver Anexo No. 2).	

ANEXOS

ANEXO No. 1 **Algunos de los Textos orientadores que se publican en las Redes Sociales de la ASEP**

Para la atención de consultas y orientaciones referente a la tramitación de reclamaciones, puede contactarnos atencionalusuario@asep.gob.pa

ASEP pone a disposición de los usuarios de servicios públicos la línea gratuita 800-3333 para atender reportes o a través del @311Panama

ATENCIÓN/Usuario de los servicios públicos, conozca los requisitos para presentar sus reclamos en 2da instancia en ASEP

Usuario de los servicios públicos, estos son los requisitos para presentar sus reclamos en 2da instancia ante ASEP

Visite nuestros Centros de Atención al Usuario para asesorarle cómo interponer sus reclamos de servicios públicos.

Buen día @XXXXXX Con gusto le atenderemos, puede llamar al 800-3333 para orientarle y explicarle el procedimiento a seguir.

Para atención y orientación a los #UsuarioASEP en #PanamáEste visítanos en esta dirección #ASEPalAlcanceDeTodos

Necesita tramitar o interponer un reclamo ante la ASEP visite el Centro de Atención ubicado en Albrook en esta dirección

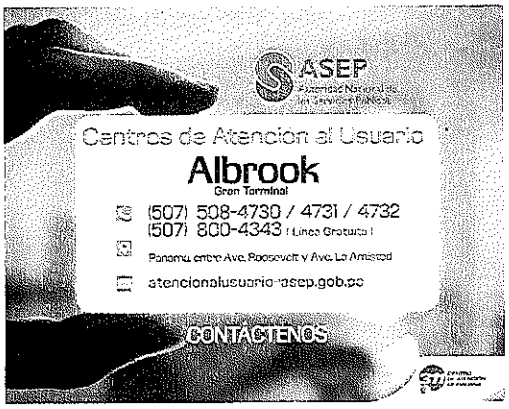
La #ASEPalAlcanceDeTodos le orienta en como presentar un reclamo. Mantenga siempre a mano los siguientes documentos.

En la línea 800-3333 de la ASEP y el @311panamá estamos para atender sus reportes y orientarle sobre los servicios públicos

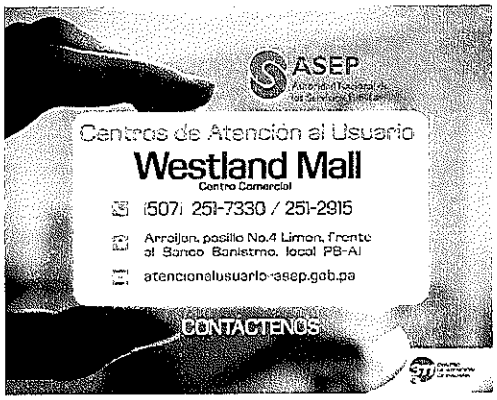
#UsuarioASEP sus reportes por servicios de agua potable y alcantarillado de @IDAANinforma realizarlos en @311Panama

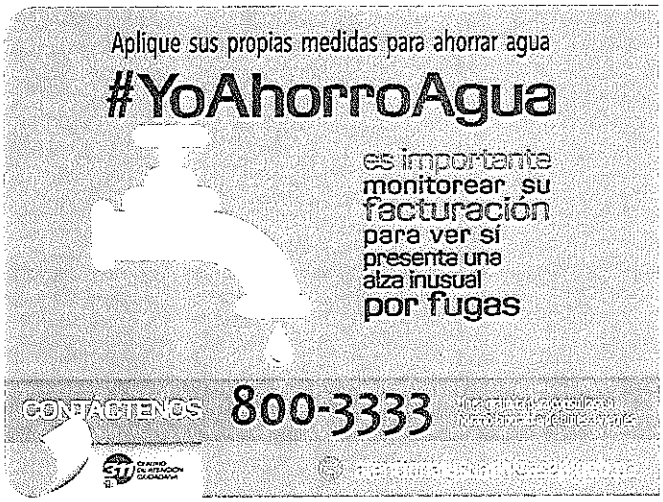
Éstas son las líneas de la #FTCAyuda para atender emergencias #IMPORTANTE tenerlos a mano para reportar incidentes

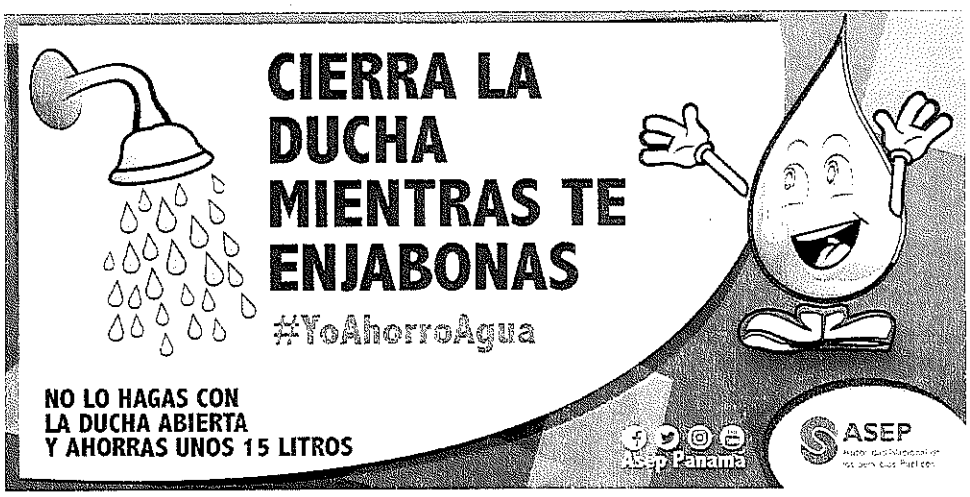
ANEXO No. 2 **Algunas de las Imágenes publicadas en las redes sociales de la ASEP**



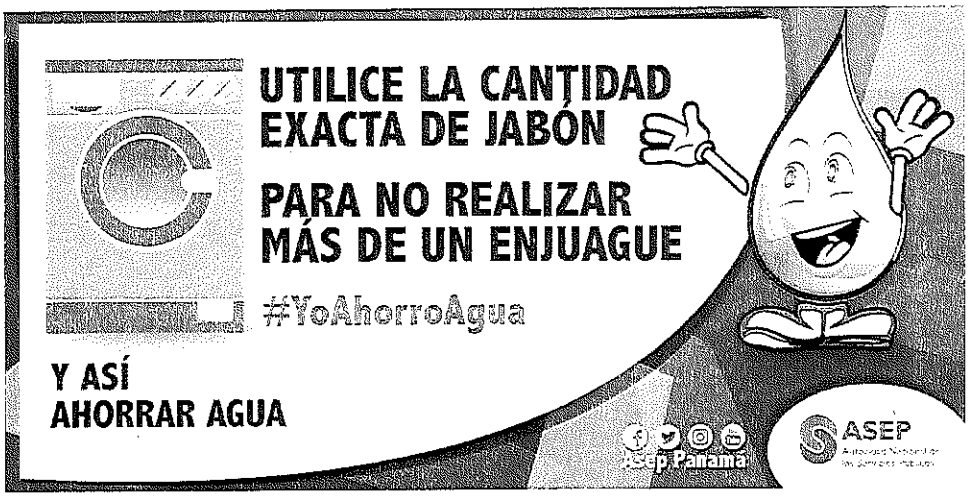
ANEXO No. 2 (continuación)

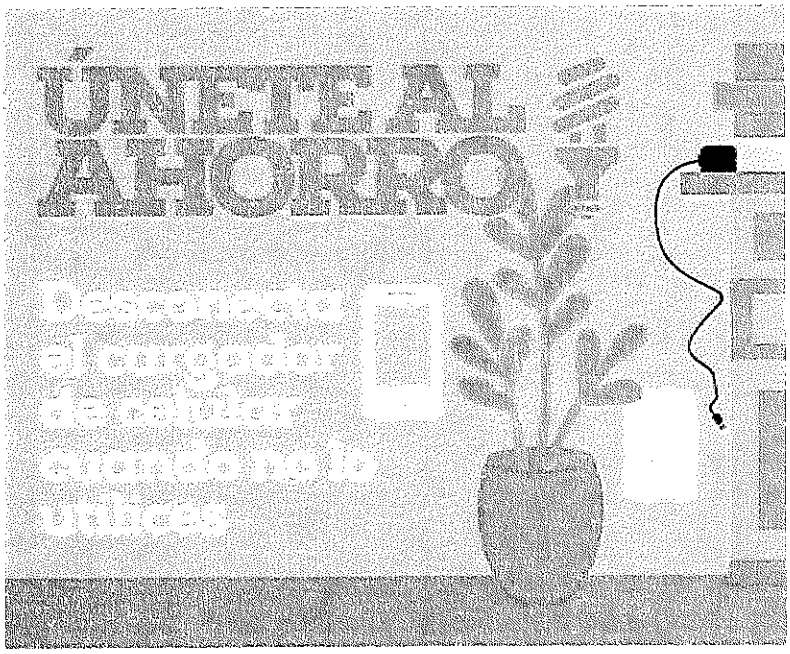






ANEXO No. 2 (continuación)



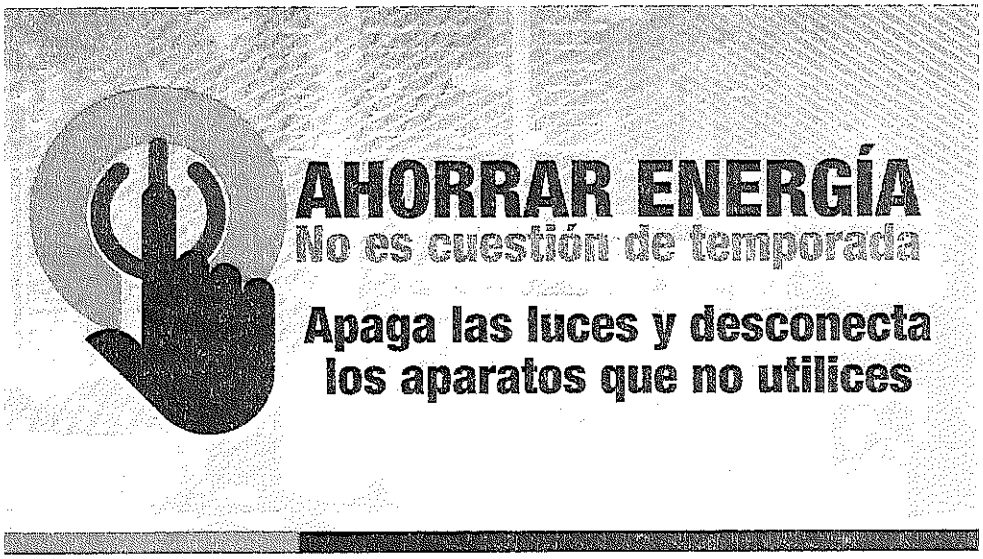


#AhorroEnergético

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE PANAMÁ

ANEXO No. 2 (continuación)

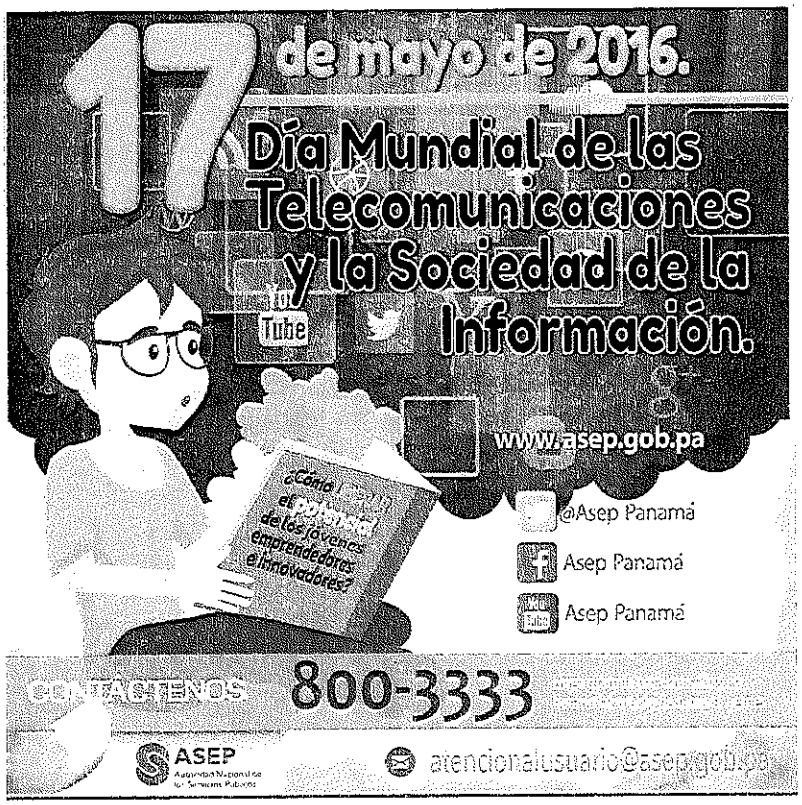
ANEXO No. 2 (continuación)



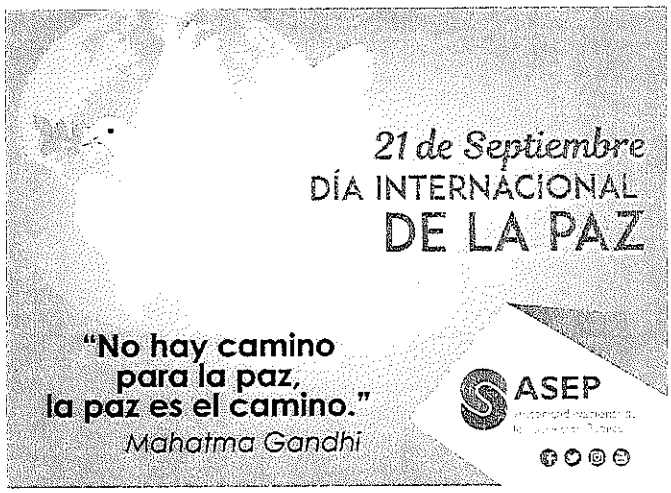
ANEXO No. 2 (continuación)

ANEXO No. 2 (continuación)

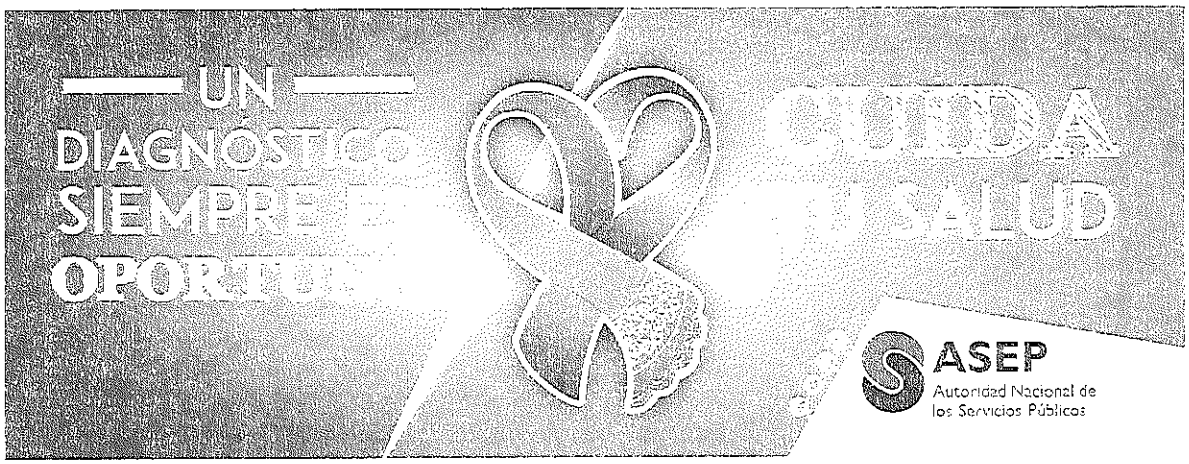
ANEXO No. 2 (continuación)

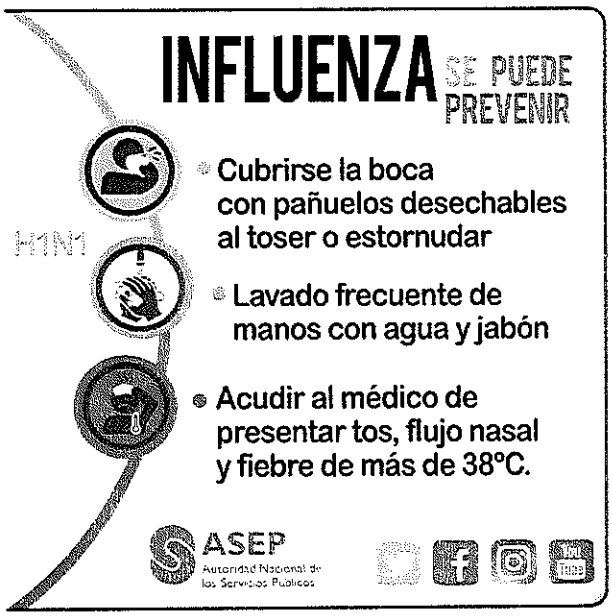


ANEXO No. 2 (continuación)



ANEXO No. 2 (continuación)

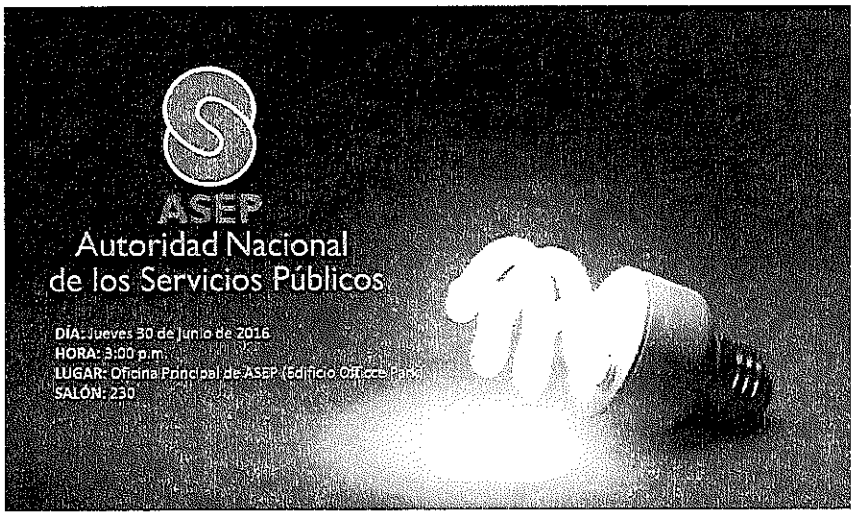




ANEXO No. 2 (continuación)

ANEXO No. 2 (continuación)

ANEXO No. 2 (continuación)



FORO INFORMATIVO SOBRE TARIFAS ELÉCTRICAS

La ASEP le invita a participar del Foro Informativo sobre las nuevas tarifas de distribución y comercialización de energía eléctrica correspondiente al segundo semestre del 2016.

ANEXO No. 2 (conclusión)