



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.**
DESARROLLO ECONÓMICO
Instituto para la Economía Social

IPES

MANUAL DE COMUNICACIONES

OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

Bogotá, 2015

Elaboró: Luz Mery Pinilla M.	Reviso: Francisco Leal Mateus	Aprobó: Francisco Leal Mateus
Profesional Universitario	Jefe oficina asesora de comunicaciones	Jefe oficina asesora de comunicaciones

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Versión 01
		Fecha 12/11/2015

Contenido

1. PRESENTACIÓN.....	4
2. OBJETIVO.....	5
2.1 Objetivos Específicos	4
3. ALCANCE.....	4
4. RESPONSABILIDADES.....	5
5. CAPÍTULO I. PROCEDIMIENTOS.....	6
5.1. SOLICITUDES DE APOYO	6
5.1.1. Orden de Servicio y/o Apoyo	5
5.1.2. Certificación de información	5
5.1.3. Cronograma de Actividades	5
5.2. EVENTOS Y PROTOCOLO.....	6
5.3. FORMATOS DE COMUNICACIÓN	6
5.3.1. Comunicaciones Oficiales Internas.....	6
5.3.1.1. Memorando.....	¡Error! Marcador no definido.
5.3.1.2. Circular	¡Error! Marcador no definido.
5.3.2. Otros medios internos:	6
5.3.2.1. Correo electrónico:	6
5.3.2.2. Intranet:.....	7
5.3.2.3. Protectores de pantalla:	7
5.3.2.4. Boletín virtual:	7
5.3.2.5. Piezas gráficas:.....	8
5.3.2.6. Chat:	7
5.3.3. Comunicaciones Oficiales Externas	7
5.3.2.1. Carta:.....	¡Error! Marcador no definido.
5.3.2.2. Resolución:	¡Error! Marcador no definido.
5.3.2.3. Correo Electrónico:	¡Error! Marcador no definido.
5.3.2.4. Boletín de prensa.....	8
5.3.2.5. Portal Web:.....	8
5.3.2.6. Redes Sociales:	9
6. CAPÍTULO II-DEFINICIONES.....	13
7. CAPÍTULO III -LENGUAJE INCLUYENTE Y ASERTIVO	29
7.1. Recomendaciones generales	25
8. CAPÍTULO IV- USO DE LAS CARTELERAS INSTITUCIONALES.....	33
8.1. La importancia de las carteleras	27
8.2. Tipos de carteleras	27
8.2.1. Institucionales	27
8.2.2. Alternas	28
8.3. Protocolo para su uso y administración	28
9. CAPÍTULO V-IMAGEN CORPORATIVA.....	35
9.1. Imagen Institucional- Concepto.....	35
9.2 Tipografía.....	36
9.3. Colorimetría.....	36
9.4 Construcción.....	37
9.5. Usos Incorrectos.....	37
9.6. Aplicaciones.....	38
10. CAPÍTULO VI -GUÍA PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES.....	39
11. CAPÍTULO VII--GUÍA EDITORIAL PARA ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS WEB.....	52

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

12. CAPÍTULO VIII- GUÍA PARA EL USO DEL CHAT INSTITUCIONAL.....59

11. CONTROL DE CAMBIOS..... 62

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

1. PRESENTACIÓN

Este Manual Institucional de Comunicaciones, contiene, los lineamientos, guías, procesos y procedimientos establecidos por la Oficina Asesora de Comunicaciones y describe las actividades que deben seguir todos/as los/as servidores/as para una comunicación efectiva con todos sus públicos de interés internos y externos.

El manual contiene:

1. Solicitudes de apoyo.
2. Eventos y protocolos
3. Formatos de comunicaciones internas y externas.
4. Manual de Estilo Institucional que vincula lenguaje incluyente y asertivo, glosario y denominaciones para los temas y las poblaciones que atiende el Instituto para la Economía Social.
5. Protocolo para el empleo de carteleras, avisos, publicaciones y lenguaje asertivo.
6. Protocolo de imagen corporativa interna, conforme al Manual de Imagen Corporativa del Distrito.
7. Guía editorial para administración de contenidos en la página web
8. Guía para el uso de las redes sociales
9. Guía para el uso del chat institucional

2. OBJETIVO

Establecer procesos y procedimientos adecuados, que se ajusten a las necesidades de la organización y que faciliten la comunicación con los diferentes públicos de la entidad.

2.1. *Objetivos Específicos*

- Establecer procedimientos para que la OAC preste el apoyo oportuno a las demás subdirecciones de la entidad.
- Orientar las comunicaciones escritas de la entidad, de tal manera que reflejen una imagen de claridad, coherencia y respeto.
- Ofrecer a las y los servidores, pautas para la producción de diferentes formatos de comunicación.
- Brindar a los servidores un glosario con los términos que se utilizan frecuentemente, partiendo de la actividad de la entidad y su población objetivo, de esta forma se hablará en un solo lenguaje
- Indicar las normas sobre el lenguaje incluyente y asertivo.
- Establecer los parámetros para el uso de las carteleras, avisos, publicaciones.
- Establecer una sola unidad de imagen de la entidad.
- Establecer guías y parámetros para la publicación de contenidos en el portal web y el uso estratégico de las redes sociales.

3. ALCANCE

Este manual aplica a todos los procesos de la institución y será de conocimiento de todas las dependencias, ya que es una herramienta que

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

ofrece a todas y todos los funcionarios, pautas concretas para hacer de las herramientas de comunicación instrumentos efectivos que respalden los programas que ofrece el IPES.

4. RESPONSABILIDADES

El director/a general, los subdirectores/as, jefe de oficina, asesor/a de la entidad son los responsables de las comunicaciones que emitan.

La oficina asesora de comunicaciones es la responsable de todos los canales de comunicación internos y externos: cartelera institucional, intranet, pantallas virtuales, correos masivos, fondos de pantalla; página web, redes sociales entre otros.

5. CAPITULO 1: PROCEDIMIENTOS

5.1. Solicitudes de apoyo

La Oficina Asesora de Comunicaciones cuenta con 2 formatos – FO-039 “Orden de servicio/o apoyo”, FO-226 “Certificación de información”, por medio de los cuales las dependencias pueden solicitar a esta oficina, apoyo publicitario o de comunicaciones, y el FO-196 “cronograma de actividades” cuya entrega a esta oficina es obligatoria antes del día 25 de cada mes.

5.1.1. Orden de Servicio y/o Apoyo

Para hacer una solicitud de orden de servicio y/o apoyo por parte de las diferentes dependencias a la oficina asesora de comunicaciones, se debe diligenciar el formato con la referencia FO-039, firmado por el directivo que lo requiera, mínimo con 3 días hábiles, anteriores a la entrega del producto en: impresos, pauta publicitaria, grupos artísticos, equipo audiovisual.

En caso de solicitar la organización de un evento o campaña debe radicarse este mismo formato, mínimo con 8 días hábiles anteriores a estos.

Una vez el producto se entregue, los directivos y/o el servidor/as debe evaluar el servicio prestado por la OAC. Cabe señalar que el producto se entregará a los diferentes procesos por orden de recepción del formato.

5.1.2. Certificación de información

Es el formato FO-226, que debe ser utilizado por las subdirecciones, mínimo con 3 días hábiles anteriores a la publicación de la información en: la web, intranet, correo masivo, redes sociales y guía de trámites y servicios. Este permite garantizar que la información es confiable.

El formato debe ser diligenciado por el/la servidor/a que requiera el servicio y firmado por directivos respectivos.

5.1.3. Cronograma de Actividades

A través del formato FO-196, los/as directivos deben reportar a la OAC, antes del día 25 del mes vigente, las actividades, eventos, convenios y demás acciones que realizarán durante el siguiente mes.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

5.2. Eventos y protocolo

Todos los eventos de la entidad, deben contar con el apoyo y la organización de la OAC, los cuales deben ser informados con 8 (ocho) días hábiles de anticipación. Para su excelente desarrollo, la OAC debe visitar previamente el lugar donde se llevará a cabo la actividad y de esta manera cumplir con los siguientes requisitos:

- Ubicación de la imagen institucional
- Programa y orden del desarrollo del evento
- Identificación de los invitados que se encuentren en la mesa principal con su respectivo hablador
- Maestro de ceremonias
- Instalación del stand institucional con material impreso de la entidad
- Chaqueta institucional para el equipo de la OAC
- Invitaciones
- Discurso del vocero por parte del IPES
- Comunicado de prensa
- Ubicación de los medios de comunicación
- Registro de video y fotografía
- Ubicación de los directivos de la entidad
- Coordinación de la vocería institucional en el evento
- Himnos a utilizar en el evento
- Reproducción del video institucional, previo al inicio del evento

5.3. Formatos de comunicación

5.3.1. Comunicaciones Oficiales Internas

Las comunicaciones internas se tramitan de acuerdo a los lineamientos establecidos por el proceso de gestión documental.

5.3.2. Otros medios internos

5.3.2.1. Correo electrónico

Debe emplearse como medio de comunicación directa entre servidores/as del Instituto y/o para recibir información masiva de interés general que deba socializarse, con el fin de garantizar una comunicación inmediata.

El correo electrónico masivo institucional, es administrado exclusivamente por la OAC y debe ser de uso obligatorio para los/las servidores/as del IPES, pues es el único autorizado para enviar y recibir información relacionada con sus funciones o actividades contractuales y demás labores que desarrolle en cumplimiento de la misión de la entidad. Si bien, es una herramienta que

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

optimiza el tiempo, debe conservar las características de toda comunicación escrita: claridad, coherencia, ortografía, respeto.

En el asunto, es indispensable usar palabras claves y cortas que inviten a leer el mensaje.

Aunque el correo electrónico es un medio ágil, es importante un saludo corto y amable. La brevedad y la claridad son importantes a la hora de escribir un correo electrónico.

Recomendaciones generales:

- Sea breve y claro
- Salvo una verdadera urgencia. No envíe mensajes solicitando respuestas inmediatas o con plazos de tiempo muy cortos.
- Evite usar mayúsculas sostenidas.
- Respete las reglas de ortografía, incluyendo las tildes.
- Evite tratar más de un tema. En caso de ser necesario, enumérelos con el fin de facilitar la respuesta.
- Tenga precaución al enviar archivos adjuntos. Si son muy pesados comprímalos.

5.3.2.2. Intranet

Es un sistema de intercambio de información interna de tipo social y de interés de la entidad. Los/as servidores/as deben hacer uso de esta herramienta tecnológica que les permite utilizar sus secciones, para divulgar la gestión que se adelanta en cada una de las dependencias.

5.3.2.3. Protectores de pantalla

Es un medio de comunicación para brindar información puntual a los servidores/as, sobre temas específicos, que ameriten ser socializados a nivel institucional.

5.3.2.4. Boletín virtual

Es una publicación mensual que transmite las noticias, eventos, personajes y clasificados de interés de los/as servidores/as de la entidad.

5.3.2.5. Piezas gráficas

Brochure, volantes, folletos, habladores, pendones, afiches y demás medios impresos que puedan ser utilizados para cumplir con los objetivos de las diferentes estrategias de comunicación interna y externa.

5.3.2.6. Chat

Herramienta utilizada por la ciudadanía que permite una comunicación más directa y oportuna para dar respuesta a inquietudes generales sobre la gestión de la entidad.

5.3.3. Comunicaciones oficiales externas

Las comunicaciones externas se tramitan de acuerdo a los lineamientos establecidos por el proceso de gestión documental.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

5.3.3.2. *Boletín de prensa*

Es una comunicación escrita que tiene como fin principal dirigir, a través de los periodistas, información a las audiencias de los medios de comunicación masiva. Por ello, a la hora de redactar esta pieza, es importante tener en cuenta la lógica noticiosa de los periodistas, pues su posible publicación depende de la valoración que le den al boletín o comunicado.

Es importante que todo comunicado que emita la entidad no presente errores técnicos, ortográficos, gramaticales ni de puntuación. La presentación de originales y copias debe ser impecable, sin borrones ni repisados.

La comunicación externa va dirigida hacia los grupos de interés de la entidad (ciudadanía, medios de comunicación, usuarios, entidades y/o empresas públicas y privadas), y tiene como propósito promover las actividades, productos y servicios del IPES; además de contribuir con el fortalecimiento de la imagen y de la relación con sus públicos

El Instituto para la Economía Social – IPES, seguirá las siguientes directrices, con el fin de lograr una efectiva comunicación:

- A través de la OAC, la entidad debe emitir sus mensajes externos a los diferentes públicos de interés con información transparente, clara y oportuna.
- Los directivos con la Asesoría de la OAC, deben promover acciones comunicativas externas de doble vía hacia y desde el ciudadano, a fin de establecer una relación cercana que permita identificar y comprender sus necesidades y las de la entidad.
- Para socializar el inicio o desarrollo de sus proyectos y servicios, todas las dependencias deben remitir previamente esta información a la OAC, en los tiempos y formatos establecidos para su divulgación.
- La OAC debe diseñar e implementar los mecanismos e instrumentos, como el monitoreo de prensa, que permita realizar el seguimiento a las noticias generadas por la entidad en los medios de comunicación, y de esta manera medir el impacto en la opinión pública y los ciudadanos.
- El/la Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones del IPES, realizará la medición trimestral de la implementación de estrategias y/o actividades de comunicación externa para evaluar su efectividad. (Decreto 516 de 2009).

Para una efectiva comunicación con los públicos de interés, el IPES hace uso de los siguientes medios de información externos:

5.3.3.3. *Portal Web*

Debe actualizarse cada vez que haya información nueva relacionada con las gestiones adelantadas en el cumplimiento de la misión institucional, y la responsabilidad de su administración corresponderá a la OAC.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

5.3.3.4. **Redes Sociales**

Dentro de las estrategias de comunicación y posicionamiento de la entidad, se establece el uso adecuado de las redes sociales, como Facebook y Twitter; entre otras, a través de las cuales se divulgará a la ciudadanía la gestión y los servicios que presta la entidad. La Responsabilidad de su administración corresponde a la OAC.

Solamente debe existir una dirección para el uso general de estos medios para la entidad y nunca deben ser utilizados por las diferentes dependencias de la entidad, (ver capítulo 6).

6. **CAPITULO 2: DEFINICIONES**

Para establecer un solo lenguaje con los temas y las poblaciones que atiende el Instituto para la Economía Social, se realiza el siguiente glosario con el fin que todos los servidores hablen el mismo lenguaje.

Afrodescendiente

Africano, na.: Natural de África. Perteneciente o relativo a esta parte del mundo. Descendiente: Hijo, nieto o cualquier persona que desciende de otra. Afro-. (De afro). Significa 'africano'. Afroamericano, afrodescendiente.

Definición según IPES

Negro/a mulato/a, afrocolombiano/a o afrodescendiente: persona que presenta rasgos físicos de tipo negro-africano y/o se identifica a sí mismo con esta característica; las personas pertenecientes a esta etnia comparten una tradición y conservan costumbres propias que revelan una identidad que la distinguen de otros grupos, independientemente que vivan en el campo o en la ciudad. (Ver artículo 5, art. 2 ley 70/93). Fuente: SGRSI – Grupo de caracterización.

Alternativa Económica

En el IPES, el término empleado en la Subdirección de Gestión, Redes Sociales e Informalidad – SGRSI es **Alternativas Comerciales** para referirse a los espacios públicos o privados que son ofrecidos a los vendedores informales que ocupan ilegalmente el espacio público, con el objetivo de ubicarlos en los equipamientos de la entidad. Estas alternativas son: Locales en puntos comerciales, REDEP (Quioscos y Puntos de Encuentro), Mecato Social, Ferias Institucionales y de temporada. En la Subdirección de Emprendimiento, Servicios Empresariales y Comercialización las alternativas económicas ofrecidas son las Plazas de Mercado distritales.

También se entiende como alternativa económica ofrecida por el IPES al conjunto de acciones encaminadas a promover o fortalecer actividades de la economía popular a través de: actividades de apoyo en asistencia técnica (transferencia de tecnología, gestión e inteligencia de mercados), organización y capacitación (promoción empresarial, organización cooperativa y prácticas de

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

manejo del producto), Impulso económico o apoyo económico en insumos y micro-crédito para capital de trabajo.

Aprovechamiento Económico Regulado

Es la norma mediante la cual se busca reglamentar el uso de carácter temporal de todos y cada uno de los espacios que por naturaleza están para el goce y disfrute de todos los ciudadanos, y que habitualmente están siendo usados por particulares para su propio beneficio con una contraprestación de tipo económico que permita su sostenimiento y mantenimiento. Fuente: DADEP

Asociatividad

Es un mecanismo de cooperación entre productores, sean personas naturales o empresas micro, pequeñas y medianas, en donde cada unidad productiva participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda del objetivo común que determina la asociación. Fuente: Rosales R. Revista Capítulos, SELA (1997)

Beneficiario

Es toda persona que recibe un beneficio del portafolio de servicios del Instituto Para la Economía Social – IPES.

Ejemplo: Víctimas del conflicto armado.

Beps

Beneficios Económicos Periódicos. Es un programa que articula las políticas públicas con los lineamientos del Plan de Desarrollo y que busca reducir la discriminación social de la población de estratos socioeconómicos bajos, garantizándoles una vejez digna, tranquila y una mejor calidad de vida. Hace parte de una alianza entre el Instituto para la Economía Social- IPES y Colpensiones, entidad adscrita al Ministerio de Trabajo.

El mecanismo de ahorro consiste en que por cada \$100 abonados en BEPS, el gobierno entrega \$20 adicionales a manera de subsidio, con el objetivo de contar con un ingreso mensual para toda la vida, el cual será recibido por el afiliado una vez cumpla la edad establecida (62 años para los hombres y 57 para las mujeres); se entregará en cuotas bimensuales o sumas que pueden ser utilizadas para compra o mejora de vivienda. Fuente: OAC – IPES.

Caep

(Centro de Apoyo a la Economía Popular) Es la estrategia descentralizada del IPES, que permite la presencia de la entidad en los territorios del Distrito Capital.

Su objetivo es atender de manera cercana y directa a los usuarios del IPES, dando a conocer la oferta institucional. Su intervención se desarrolla en nueve territorios, que agrupan las 20 localidades, en donde los servidores públicos asesoran el desarrollo de las unidades productivas ya sea mediante incubación, creación o fortalecimiento.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Fuente: intranet de la entidad <http://192.168.0.28/vercont.php?id=470>

Impulso económico

Es un financiamiento inicial (fondos que no deben ser devueltos), diseñado para impulsar la creación de una microempresa o para permitir la consolidación de una unidad productiva existente. Normalmente este tipo de fondos se orienta a nuevas empresas y negocios que estén en etapa de inicio: en el IPES, esta línea de financiamiento está dirigida a personas naturales víctimas del conflicto armado, que se encuentren registradas en la base de datos de la Alta Consejería Para la Paz, la Memoria y la Reconciliación, que estén en vías de constituir una unidad productiva. A nivel Distrital, este concepto ha sido modificado por los términos “Impulso económico o apoyo económico en insumos”.

Chaza

Armazón o estructura hechiza ubicada en el espacio público, bien sea, ambulante o estacionario, en la cual los vendedores informales exhiben sus productos para desarrollar sus actividades comerciales. Generalmente usada para la venta de comestibles al paso, productos al detal y minutos a celular.

Ciclo parqueadero

Espacio público destinado para el aparcamiento de bicicletas. En el IPES existen cuatro (4) ciclo parqueaderos ubicados en cada uno de los puntos de encuentro: Aguas, Mundo Aventura, Alcalá y el Tintal, los cuales están a disposición para toda la ciudadanía de forma gratuita.

Contrato de uso administrativo y aprovechamiento económico regulado

Acuerdo de voluntades generador de derechos y obligaciones entre el comerciante en plaza de mercado distrital y el IPES, mediante el cual se le otorga al comerciante el uso del puesto, local o bodega existente y debidamente identificado, con destino a la venta de víveres, alimentos y demás especies permitidas en el presente reglamento y en el respectivo contrato. Siempre debe constar por escrito y respetar las resoluciones tarifarias expedidas por el IPES o las disposiciones que en este sentido se adopten. Fuente: Resolución 098 de 2009.

Crédito

Cantidad de dinero, que alguien debe a una persona natural o jurídica o entidad bancaria, y que el acreedor tiene derecho de exigir y cobrar. Actualmente, en el IPES existen dos convenios orientados al otorgamiento de créditos blandos (Corporación Minuto de Dios y Banco Agrario), con el fin de brindar apoyo a los beneficiarios de la entidad.

Derechos de uso y aprovechamiento económico

El derecho de uso es un derecho real que consiste en la facultad de gozar de una parte limitada de las utilidades y productos de una cosa. (Código civil art.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

870) el aprovechamiento económico hace referencia al usufructo que realizan los ocupantes temporales del espacio público.

Desplazado (a)

"Toda persona que se ha visto forzada a migrar dentro del territorio nacional abandonando su localidad de residencia o actividades económicas habituales, porque su vida, su integridad física, su seguridad o libertad personal han sido vulneradas o se encuentran directamente amenazadas, con ocasión de cualquiera de las siguientes situaciones: conflicto armado interno, disturbios y tensiones interiores, violencia generalizada, violaciones masivas de los derechos humanos, infracciones al derecho internacional humanitario u otras circunstancias emanadas de las situaciones anteriores que puedan alterar o alteren drásticamente al orden público".

(Ley 387 de 1997, artículo 1°).

Discapacidad

La comprensión de la discapacidad es amplia y considera una variedad de orientaciones; así para esta PPDD se asume como un concepto complejo y multicausal cuya comprensión requiere la no-adscripción a posturas dicotómicas, unidimensionales y excluyentes sino la adopción de diversas posturas conceptuales. A esto se suma que la discapacidad es un concepto dinámico porque es el resultado de la interacción entre la persona y el ambiente en que vive. En este orden de ideas, se debe tener en cuenta que la discapacidad:

- a. No responde a un único concepto
- b. En el momento actual no existe un consenso universal en su significado y
- c. Como lo explica su definición no es un simple ejercicio semántico sino que adquiere importantes implicaciones en investigación social económica y política.

De acuerdo a las anteriores consideraciones, en esta PPDD la discapacidad se entiende como el resultado de una relación dinámica de la persona con los entornos políticos, sociales, económicos, ambientales y culturales donde encuentra limitaciones o barreras para su desempeño y participación en las actividades de la vida diaria en estos entornos.

Personas en condición de discapacidad

Caracterizado(a) que presenta limitaciones o restricciones funcionales de tipo físico, sensorial, síquico y/o mental, en su relación con el entorno (por pérdida de miembros o de sus funciones básicas), lo que le genera dificultades para la consecución de su mínimo vital. Es importante mencionar que para el caso de la inclusión en los proyectos del IPES, se debe contar con las capacidades funcionales básicas para atender la alternativa productiva.

De otra parte, se pedirá la certificación expedida por autoridad médica competente, en los casos en los que se considere pertinente. Fuente: Grupo de Caracterización SGRSI.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Discriminación

Segregar a una o varias personas, restringiendo su formación, el acceso a condiciones de salud y nutrición adecuadas para su desarrollo integral, al conocimiento científico, tecnológico y estético, y a la producción y consumo de bienes culturales, así como al conocimiento y apropiación de valores culturales que les permitan asumir sus proyectos de vida sin recibir presiones o amenazas, ni ser excluidos por su orientación sexual, identidad de género, religión, política, pertenencia étnica o cultural.

Fuente: Plan de Desarrollo “Bogotá Humana”.

Economía popular

Es el conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales.

“Cuando hablamos de economía popular en Bogotá nos referimos a ese tejido productivo constituido por el 97.5% de las unidades productivas conformada por pequeñas, medianas empresas, trabajadores por cuenta propia y de la economía del cuidado, que generan el 60% del empleo en la ciudad. El otro 2.5% de las unidades productivas de la ciudad, empresas medianas y grandes, pueden generar hasta el 40% del empleo y por supuesto está formalizadas e integradas de forma competitiva a la economía. Lo específico de las unidades productivas de la economía popular es que tienen alguna deficiencia para competir, pues utilizan mano de obra precariamente calificada, estructuras de gestión empresarial ineficientes, o tecnologías de segunda y tercera calidad, y sobre todo se trata de unidades productivas que no acceden al capital, al crédito y entonces tienen que recurrir al llamado “gota a gota”, al crédito personal y familiar, o excluirse la posibilidad de crecer.” Jorge Pulecio Yate, Economía Popular: ¿Qué es y para dónde vamos en Bogotá? (mayo de 2013, OAC – IPES).

Economía Social

Es un modelo económico cuyo fin es reducir la brecha creciente entre ricos y pobres, garantizar el pleno cumplimiento real de los derechos económicos de los individuos, incentivar la responsabilidad y solidaridad social del sector privado y facilitar la intervención real y efectiva de los ciudadanos en la formulación, ejecución y evaluación de las políticas públicas y privadas que regulan la economía en pro de disminuir o reducir los índices de vulnerabilidad económica de la población excluida del proceso productivo. Toda economía es social en la medida en que no puede funcionar sin instituciones, sin el compromiso de las personas, sin el apoyo de las comunidades y del estado.

Fuente: Estudios Socio económicos – IPES

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Educación Financiera

Educación ofrecida a los beneficiarios del portafolio de servicios del IPES, con el fin de darles la orientación necesaria para el manejo de los flujos financieros de sus unidades productivas.

Emprendimiento

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto, término que también ha sido aplicado a empresarios innovadores o que agregan valor a un producto o proceso ya existente.

Emprendedores de la economía popular

Personas que realizan ventas informales vinculadas a las alternativas comerciales ofrecidas por el IPES (puntos comerciales, Mecato social, REDEP, Puntos de Encuentro y ZAERT). Además se contemplarán dentro de esta categoría a las personas que cuentan con unidades productivas activas ubicadas fuera del espacio público.

Espacio temporal

En el IPES es considerado espacio temporal todo espacio físico público donde los vendedores informales inician su actividad comercial durante ciertas épocas del año con el fin de dar a conocer sus productos de comercialización. Algunos ejemplos de ferias de temporada son: la feria escolar, de las madres, de amor y amistad y navideñas. Por otro lado, en el IPES existe el concepto de espacio transitorio para referirse a los espacios que se ofrecen en alternativas comerciales como la REDEP, puntos comerciales y mecató social, previa caracterización y direccionamiento, en los cuales los vendedores informales hacen uso de dichos espacios públicos por un periodo determinado de tiempo establecido en los “contratos de uso y aprovechamiento económico regulado”, tiempo durante el cual el beneficiario se fortalecerá económicamente para hacer la transición hacia la formalidad. Dado que el espacio público es para el uso y goce de todos los ciudadanos no se puede otorgar una autorización o permiso de carácter permanente a un particular para su beneficio propio.

Famiempresa o Microempresa Familiar

Son aquellas en las que la mano de obra es aportada por los miembros de la familia. Este proceso es definido como una acción de emprendimiento permanente que tiene como principal objetivo la subsistencia familiar. Independiente de los problemas, es cierto que en Colombia el modelo de famiempresas es una de las principales fuentes de creación de empresas. Si bien la subsistencia de las mismas puede resultar compleja, son varios los casos que han traspasado las fronteras y han alcanzado el éxito, debido a unas ventajas que, en comparación con otras clases de empresas, solo tienen las famiempresas: “la simplificación y velocidad de sus procesos, la confianza y el

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

acuerdo entre los socios”. Fuente: http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/MiEmpresa/Noticias/Paginas/famiempresas_080516.aspx

Ficha HEMI

(Herramienta Misional) Instrumento mediante el cual se realiza el levantamiento de la información socio económica de los beneficiarios del Instituto para la Economía Social

Fortalecimiento Empresarial

Es el fortalecimiento que realiza el IPES a las unidades productivas, a través de la: “asesoría, asistencia técnica, formación, capacitación, educación financiera, apoyo en la formulación de plan de negocio, crédito subsidiado y asistencia técnica pos –crédito; financiamiento (Impulso económico o apoyo económico en insumos para víctimas del conflicto armado) y acompañamiento para crear, fortalecer y consolidar unidades productivas y hacerlas sostenibles y competitivas, en los circuitos económicos de ciudad”.

Gota a gota

“Modalidad de préstamo informal que se apoya en el sistema extrabancario, brindando un servicio para aquellas personas o empresas que por alguna razón no pueden obtener financiamiento en el mercado formal. Una de las principales características de esta modalidad crediticia son las altas tasas de interés, que por lo general suele ser más alta que en préstamos de bancos y entidades financieras. En consecuencia los créditos gota a gota pueden resultar más costosos que los préstamos del mercado formal.”

En conclusión, con las tasas de interés cobradas por los préstamos gota a gota es imposible que un emprendedor de la economía popular genere algún tipo de excedente, debido a que se trabaja para pagarle al especulador financiero que además, cobra por las vías de hecho. En esas condiciones el propósito de la Bogotá Humana en su Plan de Desarrollo, en el punto de apoyo a la economía popular, se ha centrado en la idea de contribuir a su formación para mejorar sus condiciones tecnológicas, su capacidad gerencial, administrativa, y a combatir esta modalidad de préstamo extra bancario. Fuente: Jorge Pulecio Yate, Economía Popular: ¿Qué es y para dónde vamos en Bogotá? (mayo de 2013, OAC – IPES).

Inclusión

Es la articulación de la economía popular en la cadena de valor del sistema productivo en los ámbitos local, regional, nacional e internacional, potenciando las vocaciones productivas locales y las zonas de concentración de economía popular. Fuente: Plan de Desarrollo Distrital “Bogotá Humana” 2012 – 2016.

Indígena: “Persona de origen amerindio, con características culturales que reconocen como propias del grupo y que le otorgan singularidad y relevan una identidad que la distingue de otros grupos, independientemente que vivan en el campo o en la ciudad”. Fuente: Grupo de Caracterización SGRSI.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Intermediación laboral: Son la gestiones adelantadas por el IPES través de la Subdirección de Formación y Empleabilidad y en el marco del Programa "Trabajo Digno y Decente" para dar respuesta a los compromisos asumidos por la entidad en el Plan de Desarrollo Bogotá Humana 2012 - 2016, con el fin de identificar las ofertas de empleo a las cuales puede acceder la población que es sujeto de atención.

Los interesados en acceder a este servicio, deberán acercarse a la Calle 19 No 3-16 Edificio Barichara 2º Piso (entrada por almacén Éxito), los días martes y miércoles a las 8 a.m.

Los servicios a los que pueden acceder en este punto de atención son los siguientes:

- Inscripción de su hoja de vida en el aplicativo del SENA. Una vez sus datos estén registrados en el aplicativo, tendrá la posibilidad de ser convocado(a) mediante su correo electrónico a ofertas de empleo que estén acordes con su perfil.
- Acompañamiento personalizado a las personas que lo requieran, para hacer la apertura de un correo electrónico
- Consulta de las ofertas de Empleo de empresas privadas, y de las que tiene conocimiento el IPES. Perfilación.
- Talleres de Orientación Profesional: Pautas para realizar la Hoja de Vida, asesoría en entrevistas y pruebas.

IPES

(Instituto para la Economía Social) establecimiento público del orden distrital, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, adscrito a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Fuente: Acuerdo 257 de 2006 - Concejo de Bogotá.

Mecato Social

Es una alternativa comercial “dirigida a adultos mayores de 60 años y personas en condición de discapacidad, quienes reciben un módulo de 1.5 metros cuadrados, en un espacio institucional óptimo, para ejercer su actividad comercial.”

Microcrédito

Es el otorgamiento de pequeños créditos que tienen como finalidad ayudar a la población económicamente vulnerable a salir de la pobreza, invirtiendo en sus propias unidades productivas y pequeñas empresas. Los planes de este tipo de crédito superan algunos de los problemas en la aprobación de crédito a la población sujeto de atención del IPES, ofreciendo para ello préstamos con bajas tasas de interés, mediante los convenios establecidos actualmente con el Banco Agrario y la Corporación Minuto de Dios.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Misión

Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización en la cual se define lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, el qué y para quién lo va a hacer.

Misión IPES

“Crear, promover y ejecutar estrategias de apoyo a la economía popular y de fortalecimiento económico de las personas, unidades domésticas y productivas, y grupos poblacionales que la integran, para contribuir a transformar el modelo de ciudad vigente, superar las diferentes formas vigentes de segregación urbana, adaptar la ciudad al cambio climático, mejorar la calidad de vida de la población y construir la paz”.

Módulo de venta quiosco- REDEP

La Red Pública de Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público, es una alternativa comercial transitoria, dirigida a los/las emprendedores/as de ventas populares, a quienes se les asigna un mobiliario urbano en el espacio público para desarrollar su actividad productiva, que les permita generar ingresos”

Plazas de Mercado

De acuerdo al Plan Maestro de Abastecimiento de alimentos y seguridad alimentaria para Bogotá Distrito Capital, son equipamientos para la función logística, comercial o mixta, de escala local articulados a las nutriendes donde se adelantan especialmente actividades de venta directa detallista de productos (especialmente de alimentos) y oferta de servicios complementarios. El Instituto Para la Economía Social – IPES, tiene como una de sus funciones la de administrar las 19 plazas de mercado Distritales de Bogotá, según lo establecido en el Acuerdo 257 de 2006.

Programas técnicos y complementarios

Hacen parte de la política distrital de Trabajo Decente y Digno que busca crear “las bases institucionales requeridas para poner en marcha estrategias de generación de empleo y formalización laboral pertinentes y eficaces a través de acciones públicas articuladas, procesos de formación y capacitación para el trabajo, intermediación laboral, generación de empleo de emergencia y alianzas estratégicas público privadas, que garanticen la inserción real y efectiva de los trabajadores al mercado laboral (...)”. A través de la Subdirección de Formación y Empleabilidad del IPES se adelantan “procesos de formación para el trabajo e intermediación laboral como programas fundamentales para aumentar las competencias de los trabajadores y disminuir las fricciones entre oferta y demanda. La formación para el trabajo articulada a la intermediación laboral generará efectos positivos en la inserción laboral de los trabajadores, especialmente de aquellos que presentan barreras de acceso al mercado de trabajo”. Fuente: Artículo 19 del Plan de Desarrollo Bogotá

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Humana 2012-2016.
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=47766>

Puntos comerciales

Alternativas de generación de ingresos y fortalecimiento económico y productivo para hacer viable el ejercicio comercial, la inserción en el mercado y la reubicación de las actividades comerciales o de servicios, desarrolladas por los sectores de la economía informal, en espacios adecuados, administrados por el IPES.

Puntos de Encuentro –REDEP

Espacio público urbano dotado con mobiliario urbano (...) que cumple una función articuladora entre el Sistema de Espacio Público y el Sistema de Movilidad. Está constituido por un espacio abierto y un espacio para módulos, destinados a la prestación de servicios urbanos que garanticen la complementariedad del Sistema de Espacio Público y el Sistema de Movilidad”

Quiosco

Equivalente a caseta de materiales diversos que se usa en el espacio público para comercializar una diversidad de productos.

Reciclador

Persona dedicada a la recolección, selección y recuperación de material que ha sido desechado, con el fin de comercializarlo, permitiendo su re-ingreso a la cadena productiva.

Segregación

Según el diccionario de la RAE segregar. (Del lat. segregāre). 1. tr. Separar o apartar algo de otra u otras cosas. 2. tr. Separar y marginar a una persona o a un grupo de personas por motivos sociales, políticos o culturales. 3. tr. Secretar, excretar, expeler.

En el Plan de Desarrollo Distrital Bogotá Humana, la segregación está inmersa en el propósito del eje uno: una ciudad que supera la segregación y la discriminación: el ser humano en el centro de las preocupaciones del desarrollo. De acuerdo a este eje, la segregación corresponde a las condiciones sociales, económicas, espaciales y culturales que contribuyen a la persistencia de las condiciones de desigualdad o que dan lugar a procesos de discriminación. El Plan de Desarrollo Bogotá Humana busca remover barreras tangibles e intangibles que le impiden a las personas aumentar sus opciones en la elección de su proyecto de vida, de manera que estas accedan a las dotaciones y capacidades que les permitan gozar de condiciones de vida que superen ampliamente los niveles de subsistencia básica, independientemente de su identidad de género, orientación sexual, condición étnica, de ciclo vital, condición de discapacidad, o de sus preferencias políticas, religiosas, culturales o estéticas.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Sistema Integrado de Gestión

Es la forma en la que una entidad, empresa o institución implementa, dirige, evalúa, controla y mejora todas las actividades que están asociadas a la misión, las políticas, los objetivos, las estrategias, los procesos, los productos o servicios para garantizar el cumplimiento de los propósitos y fines definidos en los mismos. Fuente: <http://www.ipes.gov.co/vercont.php?id=585>

Trabajo Decente y Digno

Es una política distrital que hace parte del Plan de Desarrollo “Bogotá Humana” 2012-2016, que busca “crear las bases institucionales requeridas para poner en marcha estrategias de generación de empleo y formalización laboral pertinentes y eficaces a través de acciones públicas articuladas, procesos de formación y capacitación para el trabajo, intermediación laboral, generación de empleo de emergencia (democratización de la contratación pública e instrumentos contracíclicos entre otros) y alianzas estratégicas público privadas, que garanticen la inserción real y efectiva de los trabajadores al mercado laboral, involucrando a los actores relevantes del mundo del trabajo de manera que el trabajo decente se constituya en eje transversal de la Bogotá Humana.”

Unidad productiva

Es una de las formas de la economía popular y solidaria, entre los cuales podemos encontrar: emprendimientos unipersonales, familiares, vecinales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, entre otros, dedicados a las producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o a su venta en el mercado, con el fin de mediante el autoempleo, generar ingresos para su auto subsistencia.

En el IPES hay dos (2) metas del proyecto 725: “Desarrollo de iniciativas productivas para el fortalecimiento de la economía popular” orientadas a la incubación, creación o fortalecimiento de unidades productivas de la economía popular, las cuales están discriminadas en 6300 unidades para toda la población sujeto de atención y 4000 de víctimas del conflicto armado.

Usuario

Según el diccionario de la RAE usuario, ria, significa: (Del lat. usuarius). 1. adj. que usa ordinariamente algo. u. t. c. s. 2. adj. der. dicho de una persona: que tiene derecho de usar de una cosa ajena con cierta limitación. u. m. c. s. 3. adj. der. Dicho de una persona: que, por concesión gubernativa o por otro título legítimo, goza un aprovechamiento de aguas derivadas de corriente pública. u. t. c. s.

Usuario IPES

Es cualquier persona natural o jurídica que se beneficia con el acceso al portafolio de servicios del instituto, bien como ciudadano, o como receptor

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

directo de los servicios. A este último usuario se denomina también beneficiario.

Ejemplo: Comerciante en plaza de mercado

Vendedor informal

Es cualquier vendedor ambulante o estacionario que ejerce labores de comercio de bienes y/o servicios de manera voluntaria, realizado en el espacio público y/o sin cumplimiento de los parámetros establecidos en la legislación vigente que regula esta actividad.

Víctimas

“Se consideran víctimas, aquellas personas que individual o colectivamente hayan sufrido un daño por hechos ocurridos a partir del 1º de enero de 1985, como consecuencia de infracciones al Derecho Internacional Humanitario o de violaciones graves y manifiestas a las normas internacionales de Derechos Humanos, ocurridas con ocasión del conflicto armado interno.

También son víctimas el cónyuge, compañero o compañera permanente, parejas del mismo sexo y familiar en primer grado de consanguinidad, primero civil de la víctima directa, cuando a esta se le hubiere dado muerte o estuviere desaparecida. A falta de estas, lo serán los que se encuentren en el segundo grado de consanguinidad ascendente.

De la misma forma, se consideran víctimas las personas que hayan sufrido un daño al intervenir para asistir a la víctima en peligro o para prevenir la victimización.

La condición de víctima se adquiere con independencia de que se individualice, aprehenda, procese o condene al autor de la conducta punible y de la relación familiar que pueda existir entre el autor y la víctima.

Visión

Es una declaración o manifestación que indica hacia dónde se dirige una empresa o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el mediano o largo plazo. La visión responde a la pregunta: “¿qué queremos llegar a ser?”.

Visión IPES

El IPES se constituirá en los próximos años, dentro de los parámetros de calidad, transparencia y defensa de lo público contenidos en el Plan de Desarrollo Bogotá Humana, en la institución del gobierno distrital que desarrolla acciones de política pública orientadas a promover en los sujetos de la economía popular la potenciación de los componentes sociales, familiares y culturales asociados a sus iniciativas productivas, mediante la facilitación del acceso al crédito y a recursos tecnológicos y de capital, el fortalecimiento de sus capacidades laborales y de emprendimiento productivo, de cooperación, solidaridad y trabajo, y la generación de oportunidades de mejoramiento de la calidad de vida en los territorios donde se configuran y discurren las aglomeraciones de la economía popular.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Vulnerable

Es toda aquella persona en condición de cualquiera de los siguientes tipos de vulnerabilidad: natural, física, ecológica, social, económica, cultural, educativa, política, técnica, ideológica y/o institucional.

Vulnerabilidad

Es “la probabilidad de que una comunidad expuesta a una amenaza natural pueda sufrir daños humanos y materiales. Esta dependerá del grado de fragilidad de su infraestructura, vivienda, actividad productiva, organización, sistema de alerta, desarrollo político e institucional, entre otros elementos, y se reflejará, a su vez, en la magnitud de los daños.” (Naciones Unidas, 2005:14) Wilches-Chaux (1989) sostiene que una sociedad puede enfrentar distintas vulnerabilidades y las clasifica de la siguiente manera:

Vulnerabilidad natural

Los seres humanos necesitan ciertas condiciones ambientales y sociales para poder desarrollarse. La vulnerabilidad natural de los ecosistemas de los distintos países se incrementó diferencialmente, provocando la resistencia de la población a condiciones ambientales severas y a veces haciéndola más vulnerable frente a ellas.

Vulnerabilidad física

Se refiere a la localización de la población en zona de riesgo físico, condición provocada por la pobreza y la falta de oportunidades para una ubicación de menor riesgo (condiciones ambientales y de los ecosistemas, localización de asentamientos humanos en zonas de riesgo)

Vulnerabilidad económica

Se observa una relación indirecta entre los ingresos en los niveles nacional, regional, local o poblacional y el impacto de los fenómenos físicos extremos. Es decir, la pobreza aumenta el riesgo de desastre (vulnerabilidad de los sectores más deprimidos, desempleo, insuficiencia de ingresos, explotación, inestabilidad laboral, dificultad de acceso a los servicios de educación, salud, ocio)

Vulnerabilidad social

Se produce un grado deficiente de organización y cohesión interna de la sociedad bajo riesgo, que limita su capacidad de prevenir, mitigar o responder a situaciones de desastres (tipo de acceso al saneamiento ambiental, nutrición infantil, servicios básicos, que permitan la recuperación de los daños ocurridos)

Vulnerabilidad política

Concentración de la toma de decisiones, centralismo en la organización gubernamental y la debilidad en la autonomía de los ámbitos regionales, locales y comunitarios, lo que impide afrontar los problemas. (Autonomía en el poder de decisión y de solucionar problemas)

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Vulnerabilidad técnica

Se refiere a las inadecuadas técnicas de construcción de edificios e infraestructura básica utilizadas en áreas de riesgo (incapacidad de control y manejo de las tecnologías frente a los riesgos)

Vulnerabilidad ideológica

Alude a la forma y concepción del mundo y el medio ambiente donde se habita y con el cual se relaciona y la posibilidad de enfrentar los problemas. La pasividad, fatalismo, presencia de mitos, aumentan la vulnerabilidad de la población

Vulnerabilidad educativa

Falta de programas educativos que proporcionen información sobre el medio ambiente, sobre el entorno, los desequilibrios y las formas adecuadas de comportamiento individual o colectivo en caso de amenaza o de situación de desastre (conocimiento de las realidades locales y regionales para hacer frente a los problemas)

Vulnerabilidad cultural

Se refiere a la forma en que los individuos y la sociedad conforman el conjunto nacional y el papel que juegan los medios de comunicación en la consolidación de estereotipos o en la transmisión de información relacionada con el medio ambiente y los potenciales o reales desastres (influencia de la personalidad de los habitantes que se identifican con un modelo de sociedad, influencias de los medios masivos de comunicación frente a los riesgos)

Vulnerabilidad ecológica

Relacionada a la convivencia con el medio ambiente, sin la dominación por destrucción (vulnerabilidad de los ecosistemas frente a los efectos directos o indirectos de la acción humana, y por otra, altos riesgos para las comunidades que los explotan o habitan.

Vulnerabilidad institucional

Obsolescencia y la rigidez de las instituciones, en las cuales la burocracia, la prevalencia de la decisión política, el dominio de criterios personalistas, impiden respuestas adecuadas y ágiles a la realidad existente y demoran el tratamiento de los riesgos o sus efectos.

Zonas de aprovechamiento económico reguladas temporal ZAERT

Son zonas de espacio público determinadas, delimitadas y reglamentadas, destinadas para las actividades temporales de aprovechamiento económico que realizan las personas pertenecientes a la población de vendedores informales, vinculadas a los programas del Instituto para la Economía Social (IPES) o el que haga sus veces. Estas zonas hacen parte de la Red Pública para la Prestación de Servicios al Usuario del Espacio Público y no constituyen per se la política de atención a la población de vendedores informales.

Zona análoga

Según el artículo 45 del Decreto 215 de 2005: "Por el cual se adopta el Plan Maestro de Espacio Público para Bogotá Distrito Capital, y se dictan otras disposiciones". El Programa de Construcción de Redes Análogas de Espacio Público consiste en un plan de modernización de las centralidades, mediante la

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

construcción de nuevos espacios comerciales de uso colectivo, complementarios a las estructuras espaciales de espacio público en las zonas centrales. El programa está conformado por dos acciones:

a) Iniciar la actualización y modernización de las zonas centrales, aumentando y equilibrando el espacio peatonal, que debe ser alimentado por el sistema integral de transporte masivo de la ciudad. Esta modernización exige el estudio de un sistema de transporte colectivo local más relacionado con la escala de los peatones, que pueda circular por las estrechas vías que conforman este tipo de sectores, (trayectos circulares de tranvías o buses más pequeños, etc.), la actualización de la infraestructura de redes de servicios públicos y la estructuración de un conjunto de proyectos inmobiliarios que permitan la revitalización urbana.

b) Construir un conjunto de espacios aledaños al sistema vial, análogo en su forma y funcionamiento, que permita la ampliación de las áreas de ventas, la cantidad de vitrinas y la ocupación de los centros de manzana, en una espacialidad consecuente con las características morfológicas de este tipo de trazado y con las demandas de las actividades centrales de la ciudad.

Las redes de espacios análogos de comercio callejero están conformadas por los siguientes componentes espaciales: pasajes comerciales, plazoletas comerciales adyacentes al espacio público y patios y espacios comerciales de centros de manzana.

7. CAPÍTULO 3: LENGUAJE INCLUYENTE Y ASERTIVO

Se debe promover el uso del lenguaje incluyente y no sexista en todas las formas de comunicación institucional de la entidad, a través de un lenguaje simple y concreto que evite términos despectivos o negativos. Además, usar un lenguaje que nombre a las mujeres y a los hombres, que no oculte, ni subordine, ni excluya.

También se recomienda evitar el uso de la barra y el guión, en un contexto formal como documentos oficiales, formularios, contratos, cartas, etcétera, y el símbolo de la arroba (@), elementos lingüísticos que no son recomendables debido a su falta de sonido y a que es imposible su lectura.

La implementación de un lenguaje incluyente se puede comenzar a construir al incorporar nuevas reglas en la comunicación:

- Diferenciar lo femenino y lo masculino de tales funciones sociales por medio de sustantivos.
Ejemplo: hablar de “los padres y las madres de familia” en lugar de “los padres de familia”.
- Utilizar términos que incluyan hombre y mujeres.
Ejemplo: en lugar de decir “todos están interesado” utilizar “las personas están interesadas”.
- No utilizar genéricos en masculino.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Ejemplo: en lugar de decir “el desarrollo del hombre” utilizar “el desarrollo de la humanidad”

El castellano nos ofrece términos neutros.

Ejemplo:

Lenguaje excluyente y/o sexista	Lenguaje incluyente
El propietario	Propiedad de
El portal del ciudadano	El portal ciudadano
Manual del usuario	Manual de uso
Web del visitante	Web de visitantes
Oficina de atención al ciudadano	Oficina de atención a la ciudadanía

- Cambiar el uso de términos metonímicos.
Ejemplo: “se puede recurrir a un consultor especializado” por “se puede recurrir a una consultoría”.
- Remplazar el uso de convenciones administrativas
Ejemplo: “el contratante” por “la parte contratante”, “el demandado” por “la parte demandada”, “el solicitante” por “la parte solicitante”.
- Usar los pronombres quien y quienes para remplazar palabras discriminatorias.
Ejemplo: “los consumidores” puede ser remplazado por “quienes consumen”.
- Usar los gentilicios con un sentido que realmente abarque.
Ejemplo: “los bogotanos” por “el pueblo bogotano”.
- Reemplazar cargos u oficios en sentido masculino por iniciativas específicas de configuración de un lenguaje incluyente:

Lenguaje excluyente y/o sexista	Lenguaje incluyente
Sra. María Vargas, abogado	Sra. María Vargas, abogada
La técnico de enseñanza, María S.	La técnica de enseñanza, María S.
La juez dictó sentencia	La jueza dictó sentencia
Diputados: Mario M., Eva. P., Luisa P.	Miembros de la Asamblea: Mario M., Eva P., Luisa P.
Lista de candidatos	Lista de candidatas y candidatos
Se ofrece empleo para ingeniero	Se ofrece empleo para profesional en ingeniería
Firma del candidato	Firma de la persona

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

- Tener en cuenta el femenino para cargos u oficios:

Sufijos	Lenguaje incluyente
-ivo / iva	Administrativo / Administrativa
-nomo / noma	Agrónomo / Agrónoma
-dor / dora	Administrador / Administradora
-gogo / goga	Pedagogo / Pedagoga
-logo / -óloga	Politólogo / Politóloga
-ente / enta	Gerente / Gerenta
-jal / jala	Concejal / Concejala

- Así mismo, se recomienda usar los artículos femenino y masculino en combinación con nombres invariables:

Sufijos	Lenguaje incluyente
-a	El terapeuta / La terapeuta
-e	El forense / La forense
-al	Un oficial / Una oficial
-ante	El representante / La representante
-ente	El comerciante / La comerciante
-ar	Un auxiliar / Una auxiliar
-ble	El contable / La contable
-ista	El recepcionista / La recepcionista

7.1. Recomendaciones generales

Aunque no existen fórmulas mágicas para escribir bien, si hay algunas recomendaciones que pueden facilitar el proceso de escritura y garantizar que el mensaje que quiere dar con cualquier comunicación escrita, sea entendido de la manera en la que el emisor lo requiere .

A continuación encontrará algunas pautas que le ayudarán en su proceso de escritura:

Lo primero que debe considerar cuando va a generar un documento es quién o quiénes son los destinatarios del mismo y cuál es el propósito de la comunicación con el fin de elegir el modo más adecuado.

Otras preguntas antes de empezar a redactar son:

¿Qué sabe o saben los perceptores sobre el tema a tratar?

¿En qué aspectos se debe hacer más énfasis y cuales son aquellos que no se pueden pasar por alto?

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Así mismo, es importante tener un esquema o plan de que facilite el desarrollo del escrito y garantice que todos los elementos requeridos son tenidos en cuenta.

El primer párrafo de todo escrito deben contener el propósito de las comunicaciones y responde de manera concreta, al menos cuatro de las siguientes preguntas: qué, cómo, cuándo, dónde por qué, para qué.

Los párrafos siguientes deben detallar cada una de las preguntas anteriores, con claridad y precisión.

Al final de cada escrito, es necesario un remate o parrado final, que concluya las ideas desarrolladas en el cuerpo.

Si bien cada comunicación tiene sus particularidades, es preferible escribir en tercera persona, es decir, evitar el uso de la primera persona (yo), pues lo usual es que las comunicaciones institucionales se hacen en nombre de la entidad y no de una persona en particular.

Es importante leer varias veces lo escrito con el fin de evitar palabras o expresiones repetidas, errores de ortografía o de digitación.

Es preferible escribir frases cortas, sin muchas explicaciones. Utilice el modo directo para evitar las frases explicativas.

Los adjetivos y gerundios deben usarse con cuidado. No se trata de que los eliminemos de la comunicación, pero sí de ser precavidos en su uso.

El ahorro también se emplea en el lenguaje, lo que se puede decir en cinco palabras no se dice en seis.

Aunque cada párrafo desarrolla una idea diferente es importante que haya conexión entre uno y otro.

Escriba claramente entre lo que desea expresa. No deje mensajes entre líneas que se presten para dobles interpretaciones

Un buen informe es eficaz no solo cuando está bien escrito y cuando se lee con gusto, sino también cuando brinda conocimientos o contribuye con la toma de decisiones eficaces.

Evitar utilizar tecnicismos o palabras poco comunes en comunicaciones escritas dirigidas a un público amplio, pues esto puede dificultar comprensión del mensaje.

8. CAPÍTULO 4: USO DE LAS CARTELERAS INSTITUCIONALES

La principal función de los canales de comunicación interna es permitir el desarrollo, coordinación y cumplimiento formal de los objetivos de la entidad, transmitiendo mensajes que informen y ayuden a los miembros de la organización a comprender el estado actual de la institución y sus roles en la misma.

De acuerdo con la Política de Comunicaciones del Instituto para la Economía Social-IPES, la comunicación interna puede organizarse teniendo en cuenta la dirección en que circulan los mensajes; uno de los medios que se utilizan para

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

bajar información del nivel directivo a los/as servidores/as o usuarios/as de los servicios, es la **cartelera**.

Sin embargo, no basta con comunicar lo que hacemos como política sustentable en una cartelera, pues la entidad dispone de **herramientas virtuales como el correo electrónico, la intranet, los fondos de pantalla, los correos masivos, entre otras, las cuales** podemos utilizar para comunicar internamente de una manera estratégica.

8.1. La importancia de las carteleras

Son un medio efectivo de comunicación descendente, cuya finalidad es informar instrucciones y objetivos o políticas de la entidad, siempre que se ubiquen en lugares visibles y de fácil acceso para los/as servidores/as y /o usuarios del servicio; debe actualizarse periódicamente, consignando la fecha de cada publicación.

Puede incluir información legal (edictos), actividades sociales (cumpleaños, cenas, encuentros deportivos, celebraciones, etc.), notas de interés para los usuarios de los servicios del IPES, logros y resultados obtenidos por la entidad, lineamientos de la dirección, eventos institucionales internos o externos, menciones en los medios de comunicación, o información de las actividades puntuales de cada subdirección.

Si las carteleras contienen noticias netamente del interés de los servidores, pueden ubicarse en lugares donde la gente descansa o almuerza, o en espacios al interior de la entidad. Si por el contrario, contienen noticias netamente institucionales, procedimientos o información de interés para los ciudadanos o usuarios, es mejor que su ubicación sea en espacios comunes y de tránsito común para estas personas.

8.2. Tipos de carteleras

8.2.1. Institucionales

- **Cartelera para publicación de asuntos legales**

Está ubicada en la entrada principal de la recepción y se emplea para publicar edictos, emplazamientos, citaciones y demás acciones legales que adelanta la entidad y que deben ser de público conocimiento para la ciudadanía.

- **Cartelera “Así nos ve la Prensa”**

Están ubicadas en la recepción y en los pasillos internos de la entidad y se emplea para la publicación de las notas de prensa que periódicamente realizan los medios de comunicación, sobre las acciones y proyectos de la entidad. Eventualmente, se publica información de interés distrital producida por otras entidades.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

8.2.2. Alternas

8.2.2.1. Carteleras para uso exclusivo de las áreas

Están ubicadas dentro de cada una de las dependencias y son utilizadas para publicar información relacionada con las actividades propias de cada grupo de trabajo, así como acciones de bienestar y convivencia.

8.3. *Protocolo para su uso y administración*

La Oficina Asesora de Comunicaciones-OAC, es la encargada de la administración, diseño y actualización de los contenidos que se publican en las carteleras institucionales.

En el caso de las carteleras alternas, cada grupo funcional tiene la responsabilidad de la actualización de la información que se publique, siempre y cuando sea conocida previamente por la OAC, área que realiza las correcciones de estilo y diseño, acordes con la imagen institucional de la entidad.

Para ello, es necesario enviar con 2 días de anticipación, la información que se va a publicar al correo comunicaciones@ipes.gov.co; por este mismo canal, se envían las correcciones y los ajustes a que haya lugar.

La cartelera como canal de comunicación, tiene reglas estrictas para la construcción de mensajes, los cuales deben ser atractivos, empleando un lenguaje claro, sencillo e incluyente, dado el tipo de población que atiende la entidad.

En este sentido, el diseño gráfico, la iconografía y la buena utilización del lenguaje, son herramientas indispensables para llegar a un destinatario ocasional, que no está esperando para recibir nuestra información.

9. CAPÍTULO 5: IMAGEN CORPORATIVA

La imagen corporativa es la forma en que se percibe la entidad, es lo que el Instituto significa, la carta de presentación y la primera impresión que el público tendrá. La imagen del Instituto representa el que hacer y los valores que se promueven.



9.1. Imagen Institucional- Concepto



Concepto

IPES
Instituto para la Economía Social

El logo surge de la necesidad de generar un reconocimiento institucional tanto al interior como al exterior de la entidad; permite una identificación y genera recordación ante los diferentes públicos objetivos. Lo cual va de la mano con el posicionamiento institucional al que está encaminado la entidad.

El logo está estructurado sobre los conceptos de trabajo, avance y desarrollo; la flecha genera dinamismo dentro de la composición y supone movimiento; el punto simboliza unidad; en este caso representando la entidad como un conjunto de personas al servicio de la población objetivo, además aporta en la composición generando un equilibrio entre los elementos gráficos.



IPES
Instituto para la Economía Social

Manual de imagen corporativa



9.2. Tipografía

Tipografía



Se utilizó la fuente Astro 867 modificada, de la familia palo seco (sin aristas) tipo bold; que posee una muy buena legibilidad y sugiere estabilidad (por el grosor de sus trazos) y modernidad (forma del contorno de las letras)

QBCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEF9HIJKLMNOPQRS+UVWXYZ
12345b789

9.3. Colorimetría

Colorimetría



El logo se compone de dos colores:

Verde:
 Posee una correspondencia social con el dinero, representa el crecimiento y se asocia con la naturaleza.

Gris
 Simboliza la estabilidad y el éxito, inspira la creatividad.

C=0, M=0, Y=0, K=90
 R=62, G=61, B=64
 #3E3D40

C=50, M=0, Y=100, K=0
 R=151, G=191, B=13
 #97BF00

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Versión 01 Fecha 12/11/2015

9.4. Construcción



9.5. Usos incorrectos





9.6. Aplicaciones



	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

10. CAPÍTULO 6: MANUAL DE USO DE REDES SOCIALES

A través de las redes sociales se han gestado y desarrollado cambios en todas las esferas inherentes al ser humano en lo personal, social y laboral y las reglas del juego de la reputación han cambiado, dando paso a la era del diálogo.

Las entidades públicas han aprendido que el público ya no es pasivo y solicita formar parte activa en la conversación virtual para contribuir en la misma, fundamentando la comunicación en Internet en los principios de la interacción, colaboración y horizontalidad.

Las redes sociales facilitan la participación y la implicación con la comunidad y demás actores de interés, complementan los canales de comunicación bidireccional existentes (atención telefónica, presencial, publicaciones, portal web) y apoyan las estrategias de comunicación de la entidad para alcanzar los siguientes objetivos estratégicos:

- Asegurar que nuestros públicos objetivos entienden lo que hacemos y educarlos en los temas de nuestra competencia.
- Proporcionar información y respuestas inmediatas a los usuarios (se ganan tiempo y recursos).
- Redirigir a los/as usuarios/as hacia la web institucional o hacia otro recurso definido que proporcione información confiable como la generada por los canales oficiales.
- Facilitar la creación de conversaciones temáticas de usuarios/as que, a su vez, generan conocimientos fundamentales y complementarios que permiten que la entidad conozca sus intereses y necesidades, para tenerlos en cuenta.
- Cambiar los comportamientos y percepciones de los/as usuarios/as.
- Fortalecer la misión y la visión del IPES.

Definiciones para el uso de las redes sociales

Ningún servidor, amparándose en el anonimato de internet, puede opinar y participar en redes sociales y/o en la página web a nombre del IPES, por lo que es necesario tener claridad sobre las siguientes definiciones:

Blogs: también conocidos como weblogs o bitácoras, son sitios web que recopilan cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente. En cada artículo, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo. El uso o temática de cada blog es particular, los hay de tipo personal, periodístico, empresarial o corporativo, tecnológico, educativo, etc.

Microblogs: son blogs con limitación de 140 caracteres en cada entrada. Son de carácter simple porque se pueden crear y publicar entradas de forma

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

sencilla, y concreto, porque el mensaje se convierte en un par de líneas, haciendo la lectura ágil para el lector. Las publicaciones son inmediatas y pueden cargarse desde los teléfonos celulares, lo cual supone que se hagan desde cualquier momento y lugar.

Wikis: son páginas web cuyos contenidos pueden ser editados por múltiples usuarios a través de cualquier navegador. Dichas páginas se desarrollan a partir de la colaboración de internautas, quienes pueden agregar, modificar o eliminar información.

Comentarios en páginas web: casi todas las páginas web tienen un espacio para que las personas puedan escribir sus opiniones, inquietudes y otras apreciaciones sobre los temas allí tratados.

Chats: son espacios en los que dos o más personas pueden comunicarse a través de internet en forma simultánea, es decir, en tiempo real, por medio de texto, audio o video, sin importar la ubicación de los usuarios. En un chat hay una o varias salas o canales, que pueden tener varios temas de interés.

Foros en línea: son lugares de expresión para miembros de una comunidad en internet, que tienen una temática en común. Los participantes pueden opinar, comentar o consultar sobre los temas propuestos, facilitando la comunicación y el contacto entre ellos a través de los aportes. Los foros tienen un moderador, que administra los contenidos.

Consejos y recomendaciones de uso de las redes sociales para servidores/as del IPES

- Se debe usar el correo electrónico personal para registrar cuentas particulares en cualquier página externa a la entidad; no está permitido el uso del correo institucional en cuentas de Twitter, Facebook, instagram, YouTube, o cualquier otra red social que no esté gestionada por el IPES.
- Debe evitarse la participación en acciones o movimientos que puedan suscitar un impacto negativo en la reputación de la entidad, en los servicios que ofrece, o en su imagen; una vez que algo se ha publicado en internet, la información deja una huella digital difícil de borrar. Con una simple búsqueda de referencia cruzada de los resultados, se evidencian relaciones personales, responsabilidades profesionales y puntos de vista sobre temas específicos.
- Se recomienda actuar de forma transparente y respetando la legislación. Lo mejor es no incurrir en mentiras, ya que cuando se llevan a cabo acciones como declaraciones falsas, menciones sobre la entidad u omisiones, siempre termina saliendo a la luz pública la verdad, así se borre la información.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

- Es importante evitar usar la marca IPES, al igual que publicar contenido sin tener en cuenta los derechos de autor y propiedad intelectual (tanto de texto como de imágenes). El Manual de Imagen Corporativa de la Alcaldía Mayor de Bogotá proporciona un marco aplicable también al ámbito digital.
- Se debe mantener reserva de la información confidencial laboral; cuando se tengan dudas sobre la publicación de cualquier tipo de dato referente a la gestión de la entidad, debe consultarse primero a la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- No debe responderse a ataques, comentarios ofensivos o solicitudes sobre la entidad de forma personal; los comentarios, aunque sean bien intencionados, pueden ser usados en contra de la entidad para afectar su reputación.
- Los/as servidores/as no pueden hablar en redes sociales como voceros de la entidad, pues la OAC cuenta con una persona delegada para este fin (Community Manager), que es quien administra las cuentas y sus contenidos.
- Es recomendable no describir perfil, cargo y área de trabajo en las cuentas personales, a menos que se usen únicamente con fines laborales coordinados por el IPES (siempre y cuando esté autorizado por la OAC).
- El IPES sólo se responsabiliza de los contenidos que emite a través de sus canales de comunicación.

Consejos y recomendaciones de uso para administradores de las redes sociales del IPES

El/la administrador/a de las redes sociales del IPES es responsable de la reputación de la organización en el ámbito digital y la percepción que nuestros públicos de interés tengan acerca de la entidad; **debe abstenerse de realizar comentarios personales a través de esta red o realizar publicaciones que comprometan la buena imagen de la entidad.**

Los siguientes conceptos son fundamentales para la administración de las cuentas oficiales del IPES en redes sociales:

- **Comunicación bidireccional:** el/la administrador/a de las redes debe estar en capacidad de escuchar a los/as usuarios/as y responderles de una forma ágil y efectiva.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

- **Tono:** para obtener mayor eficacia de los mensajes y cercanía con los/as usuarios/as, se debe usar un tono cercano y personalizar la información.
- **Lenguaje:** los contenidos deben ser sencillos, sin perder el carácter técnico que tiene la entidad. Quien lea, debe encontrar mensajes agradables, cordiales y cercanos, independientemente de los públicos que existan en las redes.
- **Gramática y ortografía:** independientemente del medio que use, los contenidos deben estar sujetos a las normas de uso del idioma español. Escribir bien de una manera directa y sencilla, debe ser un reto para el administrador.
- **Respuestas:** las respuestas a los/as usuarios/as deben darse siempre que se pueda, pues esto crea una conexión directa y amplía la posibilidad de que ellos permanezcan conectados.
- **Borrar mensajes:** este es el último recurso al que hay que recurrir, pese al contenido que tengan los mensajes. Muchas personas utilizan las redes sociales para expresar su opinión y al ver que sus mensajes se borran pueden sentirse censurados, lo que conlleva a que en represalia, atenten contra la buena imagen de la entidad. Si borrar es la única opción, se recomienda realizar una captura de pantalla del comentario y archivarlo, para que, en caso de tener que responder a las críticas, se pueda mostrar el archivo y justificar la decisión de la eliminación.

Privacidad en las redes sociales

Resulta muy útil tener claras algunas pautas para actuar en estas plataformas con respecto a la privacidad:

- **Conocimiento y configuración detallada de las opciones de privacidad**

Se debe aprender a configurar las opciones de privacidad y fundamentalmente, conocer cómo funcionan y los efectos posibles de una mala configuración así como las limitaciones de estas opciones.

- **Formación**

Aprender a gestionar contactos y a publicar todo tipo de contenidos en las redes.

- **Identificación**

Para evitar el anonimato en las redes sociales (identidad cívica).

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

• Protección de los datos personales

Se trata de datos esenciales y su especial relevancia debe ser puesta de manifiesto para dotarles de una especial protección. Los datos (imágenes, informaciones, videos, etc.) aunque en muy diferentes formas, suelen tener origen en uno mismo. El primer filtro es controlar la información que publicamos de nosotros mismos, reflexionando sobre su oportunidad en diferentes momentos o contextos.

De esta manera, se debe mantener una actitud proactiva en la defensa de los datos propios. En las redes sociales son demasiado abundantes los datos que algunas personas aportan sobre las demás y es, por desgracia, muy común que lo hagan de manera inconsciente, negligente, compulsiva o incluso temeraria. Frente a esto, se ha de mantener una actitud proactiva en defensa de la privacidad y ello supone tres acciones:

- ✓ Informar a los demás sobre nuestro criterio al respecto.
- ✓ Supervisar lo que se publica del IPES.
- ✓ Ejercer, si es preciso, nuestro derecho a eliminarlos.

El etiquetado en las fotografías es un ejemplo evidente sobre este tema.

Facebook

Se estima que en el mundo hay 3 mil millones de usuarios activos en internet y existen alrededor de 2 mil millones de cuentas activas en las redes sociales. En Latinoamérica hay 633 millones de usuarios activos, es decir, hay una penetración del 65 %.

Específicamente en Facebook hay 1.320 millones de usuarios activos al mes, lo que lo convierte en la red social más usada. Los principales usuarios tienen entre 16 y 64 años, de los cuales el 80% emplea Facebook y el 40 % es realmente activo. Estos datos nos indican que esta red social es la más indicada para difundir mensajes del IPES con gran porcentaje de éxito.

Perfil

Facebook ofrece diferentes opciones dependiendo de si el usuario se representa a sí mismo, a una institución, a una empresa o negocio, o a un grupo de gente. Así pues, se puede crear un perfil, una página (oficial o de comunidad) o un grupo según sus objetivos dentro de esta red social. Facebook se reserva la potestad de ordenar (y en algunos casos cerrar) estas soluciones, si no se ciñen a los criterios establecidos.

Perfil: Tienen perfil las personas que, a título individual, se dan de alta en Facebook.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. <small>DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</small>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Página: están pensadas para instituciones, empresas o negocios, celebridades, etc. Las gestionan uno o varios administradores. Las páginas oficiales permiten que las instituciones, las empresas y otras entidades creen su espacio oficial dentro de Facebook, para poder comunicarse con sus seguidores.

Grupo: lo crea un usuario (creador) y las personas que se añaden pueden tener roles diferentes: administrador, vocal y miembro. Los grupos pueden ser públicos, privados o secretos, y sirven para formar una red en torno a un tema o a un interés específico. IPES escogió en Facebook, la creación de una página como perfil, por su carácter diferencial, para distinguirla de los perfiles personales.

Gestión de cuenta: la página de Facebook del IPES es corporativa, autorizada por la Dirección General y administrada por la Oficina Asesora de Comunicaciones; cuenta con una identificación, en este caso, el logo del IPES y sigue las indicaciones del Manual de Imagen Corporativa de la Alcaldía Mayor de Bogotá. Es administrada por un servidor de la OAC que ejerce funciones de Community Manager, quien se encarga de gestionar los temas referidos por la Oficina Asesora de Comunicaciones, además de la promoción de eventos corporativos.

Contenidos: El movimiento de la cuenta depende de las actividades diarias de la entidad; sin embargo, es recomendable publicar un promedio de mínimo 3 mensajes diarios en Facebook, los cuales deben tener máximo 6 líneas en la búsqueda de la inmediatez y concreción, respaldados por enlaces, vínculos, fotografías y otros recursos gráficos.

Gobierno en Línea recomienda acompañar los mensajes con una pieza visual buscando llamar la atención de los seguidores para “engancharlos” con el contenido que se les ofrece en:

- Actividades o eventos del IPES.
- Respuestas institucionales de la entidad a temas puntuales requeridos por la comunidad o los medios de comunicación.
- Nuevas entradas a la web corporativa o enlaces de los comunicados publicados en la Web.
- Piezas comunicacionales o publicitarias y demás herramientas multimedia relacionadas con las actividades o campañas.
- Información de interés general emitida por la Administración Distrital
- Contenidos sobre temas propios.
- Videos, fotografías, presentaciones, infografías, documentos y demás información.
- Novedades de la web, nuevas secciones, publicaciones.
- Enlaces de otras páginas que sean de interés para nuestros públicos y estén relacionados con la razón de ser de la entidad.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Usos del lenguaje: Las publicaciones en Facebook deben redactarse en español, siguiendo todas las normas de usos del idioma establecidas por la Real Academia Española de la Lengua (RAE) en lo relacionado con ortografía, gramática, puntuación, etc.

El lenguaje debe ser sencillo y claro, con el fin de acercar a los usuarios a los temas técnicos manejados por la entidad. Se pueden compartir enlaces en otros idiomas, cuando sea necesario, siempre y cuando se haga claridad a los usuarios sobre la situación.

Personalización de la cuenta: En la sección Información general se especificará: “Entidad adscrita a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, responsable del fortalecimiento de la economía popular en Bogotá”.

Gestión de comentarios: Con el propósito de evitar las publicaciones de otras personas en el muro de la cuenta, el administrador debe configurar esta opción en la pestaña de “Configuración”. Una vez allí se debe escoger la opción “Desactivar las publicaciones de otras personas en la biografía de mi página”, esto permitirá que la vista por defecto del muro sean solo las publicaciones del administrador de la cuenta. Sin embargo, esto no evitará que los seguidores puedan hacer comentarios de los mensajes publicados.

Es necesario responder a los comentarios lo antes posible, dentro del mismo espacio donde se haya producido la pregunta o consulta. Además, es aconsejable agradecer al usuario su participación y añadir los contenidos complementarios necesarios.

A continuación, se describen los tipos de participación, definidas por Gobierno en Línea para las redes sociales y recomendaciones para su respuesta:

Tipo de participación	Sugerencias de respuesta
<p>Opiniones y comentarios: es la participación de un usuario/a refiriéndose a un tema en particular de la entidad.</p> <p>Felicitaciones: los/as usuarios/as enlazan a la entidad para ofrecer un reconocimiento o felicitación por la gestión realizada.</p>	<p>Analizar + Informar + Gestionar</p> <p>Se analiza el comentario y se responde en el menor tiempo posible con la gestión actual o a futuro de la entidad, con respecto al caso en cuestión.</p> <p>Se analiza la felicitación y se responde con un agradecimiento, valorando el aporte de la organización.</p>
<p>Críticas Constructivas/Negativas:</p>	<p>Analizar + Valorar + Ejercer</p>

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Tipo de participación	Sugerencias de respuesta
cuando el usuario/a critica de manera respetuosa, la gestión de la entidad con respecto a un determinado tema.	<p>Compromiso+ Agradecer</p> <p>Luego de analizar el comentario se valora la participación y se complementa con un compromiso o agradecimiento.</p> <p>La valoración incluye analizar el comentario, no responder con la misma actitud con la que habla el usuario/a y si es necesario, consultar con el jefe inmediato acerca del tipo de respuesta que se debe dar.</p>
<p>Preguntas: cuando el usuario/a pregunta de manera respetuosa y coherente sobre algún tema en particular que le compete a la Entidad.</p>	<p>Analizar + Informar Gestión + Direccionar</p> <p>Se le responde al usuario/a con cifras/datos y se incluye un link para ampliar la información si es necesario.</p>
<p>Contra preguntas: cuando el usuario/a pregunta por segunda vez sobre un tema que ya fue atendido, buscando aclaración o amplitud de la información.</p>	<p>Analizar + Aclarar / ampliar Información + Direccionar</p> <p>Se aclara la nueva pregunta o se amplía la respuesta si es necesario y/o posible. Se puede incluir un link que complemente la información.</p>
<p>Críticas destructivas: cuando el usuario/a crítica sin argumentos, de manera irrespetuosa, con el ánimo de desacreditar e incitar a la desinformación, respecto a la gestión de la institución.</p>	<p>Analizar + Ignorar</p> <p>Luego de analizar el tipo de comentario, lo recomendable es ignorarlo y no borrarlo.</p> <p>Si exige una respuesta, es importante hacerla en un lenguaje respetuoso, amable y positivo, evitando al máximo la polémica en torno al tema.</p> <p>Si en el comentario el usuario critica por criticar, irrespeta a la entidad con su lenguaje o si no existe manera de responder al mensaje, se recomienda borrarlo y denunciarlo usando las herramientas que Facebook ofrece, siempre guardando una copia del pantallazo para evitar futuros inconvenientes.</p>
<p>Participación hostil: cuando el usuario/a participa valiéndose de</p>	<p>Analizar + Ignorar</p> <p>Las participaciones de este tipo NO se</p>

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Tipo de participación	Sugerencias de respuesta
palabras ofensivas e irrespetuosas ya sea con comentarios coherentes, incoherentes y/o anárquicos.	deben responder, debido a que generan más violencia y justifica el actuar de manera irrespetuosa.

En todos los casos, la respuesta debe coordinarse con el área responsable de la información en cuestión y, si procede, se puede comunicar de manera privada con un correo electrónico si el/la usuario/a necesita más información. Se recomienda guardar en un archivo todas las consultas y quejas porque pueden resultar útiles para otras ocasiones.

La opción de activar un espacio de debate abierto (foro) se deberá consultar previamente con la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Creación de red

Una de las características principales de las páginas de Facebook es que no tienen un listado de amigos como los perfiles, sino de seguidores. En lugar de solicitarle a los usuarios/as que se hagan amigos, el administrador deberá idear otras estrategias para conseguir que el número de usuarios adheridos a la página aumente.

La página dispone de una URL propia <https://www.facebook.com/IPESInstituto> la cual se puede promocionar a partir de:

- Comunicar mediante una nota de prensa la creación de la página.
- Promocionar en los correos electrónicos que se envíen a los usuarios el enlace de la página.
- Incluir la URL en la firma de los correos corporativos.
- Enlazar a la página desde la web corporativa.

Twitter

Plataforma de micro mensajería que permite enviar mensajes de texto cortos (hasta 140 caracteres) y conversar con otros usuarios/as en tiempo real. Herramienta idónea para informar las noticias de actualidad en nuestros temas de interés, sobre nuevos programas y servicios, referenciar informaciones diversas (eventos, nuevas publicaciones, entre otras), promocionar y retransmitir eventos; fundamentalmente para dialogar y colaborar, por lo que debe fomentar la comunicación y la interacción con los/as usuarios/as.

Después de Facebook, Twitter es una de las redes sociales más usadas en el mundo para difundir información a través de los trinos. Se estima que

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

alrededor de 271 millones de personas tienen cuentas activas en esta plataforma y de esos, el 20 % son twitteros activos.

Gestión de cuenta

El perfil del IPES es corporativo, autorizado por la Dirección General y administrado por la Oficina Asesora de Comunicaciones; cuenta tiene un avatar y encabezado, diseñado por la OAC siguiendo las indicaciones específicas del Manual de Imagen Corporativa de la Alcaldía Mayor de Bogotá, con elementos gráficos que se actualizan periódicamente directamente desde la interfaz de Twitter.

Actualmente, la cuenta es administrada por un servidor de la OAC que ejerce funciones de Community Manager y se encarga de gestionar contenidos, además de la promoción de eventos institucionales.

Aspectos de presentación (personalización de la cuenta)

- El nombre de la cuenta está definido como @IPESBogota
- La imagen del avatar del perfil será siempre el logo de la organización.
- La web de referencia debe ser la URL corporativa (<http://www.ipes.gov.co/>).
- Para el fondo, se utilizarán piezas promocionales diseñadas desde la OAC, con temas de interés para los usuarios y el público externo.

Usos del lenguaje

Las publicaciones en Twitter deben redactarse en español, siguiendo todas las normas de usos del idioma establecidas por la Real Academia Española de la Lengua (RAE) en lo relacionado con ortografía, gramática, puntuación, etc, utilizando un lenguaje sencillo y claro, con el fin de acercar a los/as usuarios/as a los temas técnicos manejados por la entidad. En cuanto a los retuits o retwitts, se respetará la lengua del original.

Estructura del tuit

Los tuits se componen de un texto (a modo de titular) y en lo posible de un enlace acortado; siempre que se pueda, los tuits llevarán también una etiqueta (hashtag) introducida por el símbolo #. En este orden de ideas, la estructura de los tuits es la siguiente: Texto + enlace acortado + #etiqueta. La etiqueta puede ir también al inicio del mensaje o en la mitad, dependiendo del tema, la urgencia o el énfasis que se le quiera dar.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Hashtags o etiquetas: es importante tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Siempre que se pueda, es aconsejable usarlas, pues son útiles cuando queremos que los tweets lleguen a más personas que las que nos siguen.
- Se deben escoger palabras claves para las etiquetas, preferiblemente que sea una sola palabra y de fácil pronunciación y recordación.
- No es buena idea llenar los tweets de etiquetas. Máximo dos por mensaje, teniendo en cuenta que en exceso saturan el contenido y lo hacen menos atractivo; se ocupa espacio útil para añadir un dato nuevo o hace que los mensajes parezcan spam.
- Para saber si una etiqueta está en uso, simplemente hay que escribirla en el buscador de Twitter search.twitter.com.
- Para unirnos a la celebración de fechas especiales, se utiliza el hashtag al que se haga referencia en Twitter.
- El texto de la información debe ser sintético, riguroso y conciso. Por eso es importante adjuntar un enlace siempre que sea posible, para ofrecer a los/as usuarios/as la posibilidad de ampliar el contenido.
- Es importante recordar que, de acuerdo al carácter de la entidad, hay establecidos unos keywords que son utilizados en los diferentes espacios de internet, y que para este caso se utilizan como hashtags de relevancia: #Economiapopular, #alternativaeconomica, etc.

Optimización de los tuits para la búsqueda: En caso que se deba responder alguna pregunta, se debe escribir la respuesta teniendo siempre presentes las palabras clave; así la información, que puede ser de utilidad para otras personas usuarias, estará mejor posicionada en Internet y costará menos de encontrar cuando se haga una búsqueda.

Enlaces: aportan valor añadido al tuit. Se pueden poner tal cual se escriben o acortar mediante la aplicación www.bitly.com, que permite contabilizar la métrica del perfil de manera fácil y ágil.

Hay que leer bien los textos que se enlazan y asegurarse de que la fuente es fiable. Si se trata de sitios web, conviene buscar a los creadores y determinar si se les puede dar crédito. En general, se recomienda no enlazar blogs personales, salvo en casos en que la información sea relevante por el contenido (seleccionado con el objetivo del perfil de Twitter) y no por la opinión del autor o blogger.

Retuits (RT): son tuits de otros usuarios que volvemos a publicar para contribuir a la conversación, con el fin que los demás usuarios puedan retuitearlos; los tuits deben tener un máximo de 125-130 caracteres (según la longitud del nombre del perfil). Es importante que el enlace del primer tuit se abra y se vuelva a acortar con la aplicación corporativa de gestión de tuits, para que se pueda contabilizar en la métrica del perfil.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Contenidos de interés que se pueden retuitear:

- Contenidos procedentes de fuentes de confianza (entidades de la administración distrital o individuos expertos en nuestros ejes temáticos).
- Contenidos publicados por usuarios de reconocido prestigio.
- Informaciones oficiales.

No es recomendable retuitear automáticamente a partir de una palabra clave.

El volumen de retuits no debe superar el de tuits de producción propia, aunque al principio se puede considerar aceptable mantener un equilibrio entre las dos modalidades de publicación, con el objetivo inicial de ir construyendo red.

Si el texto supera los 140 caracteres, hay que acortarlo de manera que sea inteligible. Si hay más de una etiqueta, se puede borrar alguna.

Contenidos: Es importante establecer unos canales internos de suministro de contenidos e informar a todas las áreas de la entidad que existe esta herramienta para comunicar de forma inmediata eventos, novedades, consultas, emergencias, etc. No obstante, la persona encargada de gestionar el perfil de Twitter debe responsabilizarse de los contenidos que se publican en el perfil, de las conversaciones que se deriven y de retuitear los contenidos que se consideren relevantes.

Para mantener la red social de Twitter, deben publicarse contenidos de forma continuada pero no abusiva. En circunstancias normales se recomienda publicar entre 1 y 20 tuits diarios, excepto cuando se retransmita un evento en directo, en cuyo caso puede ser interesante publicar más tuits que permitan a los usuarios seguir los puntos clave del evento.

Es conveniente gestionar los contenidos, los comentarios y las respuestas de forma manual, lo que además permite depurar posibles usuarios o contenido no deseado (spam).

El contenido definido para publicar en Twitter comprende:

- Follow-back de noticias relacionadas.
- Referenciamientos a entidades de la Administración Distrital.
- Apariciones en medios.
- Contenido propio.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

- Documentos en estudio.
- Participación institucional en eventos.
- Conmemoración fechas especiales.
- Estadísticas.
- Reconocimientos y galardones.
- Promoción de eventos institucionales.
- Referenciación de documentos.
- Preguntas que promuevan el debate con los usuarios.

Gestión de comentarios

La gestión de los comentarios en Twitter es la misma definida anteriormente para la red social de Facebook, ajustada a las políticas establecidas por Gobierno en Línea.

Otros consejos útiles

- El administrador/a de una cuenta Twitter no debe limitarse a la publicación de contenidos. Es importante que sepa lo que se dice en la red, las tendencias actuales de los mensajes, así como el perfil de sus usuarios e interlocutores. Para esto existen herramientas de gestión de medios digitales como TweetDeck, que permiten el monitoreo en tiempo real bajo ciertos criterios, como los “tweets” de un usuario o una lista de usuarios en particular, un conjunto de palabras, “hashtags”, etc.
- Una buena técnica para ganar usuarios es realizar un mapa de personas cercanas al sector de la entidad y seguirlos por Twitter. Estos pueden convertirse en importantes validadores y difusores de los contenidos que publique la entidad, así como en motores de debate y discusión.
- Como todo canal de comunicación, es necesario formular escenarios de crisis para prever mensajes de impacto negativo y establecer protocolos para su mitigación y resolución.

Instagram

Aunque esta aplicación móvil se dio a conocer en 2010, su consolidación como aplicación comenzó a ser una realidad a partir de 2013, pues pasó de 1 millón de usuarios a más de 150 millones comenzando el 2014.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Gracias a Instagram es fácil descubrir lugares típicos entre las calles de una ciudad: cada usuario/a se convierte en testigo directo de cómo vive y cambian los entornos rurales y urbanos.

@ipesbogota funciona desde abril de 2015, mostrando un crecimiento tímido pero efectivo como red social, porque a través de fotografías y videos propios se da a conocer lo que hacen los usuarios/as de los programas y servicios, sus historias de vida y su incursión en la economía popular de la ciudad.

Los hashtags son la pieza clave en el motor de búsqueda de esta red de aficionados a la fotografía, a través de los cuales es sencillo agrupar en resultados todas las imágenes relativas a un tema concreto.

La clave real del éxito de Instagram también reside en el hecho de que cualquier usuario/a puede sentirse como un auténtico fotógrafo y obtener bellas imágenes gracias a los filtros de color disponibles con la aplicación para Android, Windows Phone e IOS, utilizados por usuarios/as corrientes, aficionados o fotógrafos profesionales que encuentran en esta comunidad de imágenes un nuevo lugar donde exponer su visión del mundo.

Gestión de cuenta

El perfil del IPES es corporativo, autorizado por la Dirección General y administrado por la Oficina Asesora de Comunicaciones; cuenta tiene un avatar y encabezado, diseñado por la OAC siguiendo las indicaciones específicas del Manual de Imagen Corporativa de la Alcaldía Mayor de Bogotá, con elementos gráficos que se actualizan periódicamente directamente desde la interfaz de Instagram.

Actualmente, la cuenta es administrada por un servidor de la OAC que ejerce funciones de Community Manager y se encarga de gestionar contenidos, además de la promoción de eventos institucionales.

Gestión de contenidos

Instagram no solo tiene cabida para fotografías convencionales de lugares o personas, sino que muestra también instantes irrepetibles y circunstancias cotidianas que envuelven la vida de las mismas. La función de comentar y de otorgar “likes” sirve para dinamizar las imágenes, en tanto que cada usuario/a puede expresar su opinión y entablar una conversación en un hilo de comentarios consecutivos.

La administración de la cuenta debe seguir las siguientes orientaciones:

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Versión 01
		Fecha 12/11/2015

- Las imágenes publicadas deben ser propias y contar con las cesiones de derechos de autor y de imagen respectivas.
- Las imágenes deben tener una descripción básica.
- Se opta por concentrar los comentarios y discusiones en Facebook y Twitter.
- La cuenta de Instagram se debe enlazar con el portal principal.

Gestión de comentarios

La gestión de los comentarios en Instagram es la misma definida anteriormente para las redes sociales Facebook y Twitter, ajustada a las políticas establecidas por Gobierno en Línea.

11. CAPÍTULO 7: GUÍA EDITORIAL PARA LA PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS EN LA PÁGINA WEB DEL INSTITUTO PARA LA ECONOMÍA SOCIAL

Contiene las orientaciones de la Guía para la elaboración de la Política Editorial del Ministerio de las Tics, establecidas en el Manual para la Implementación de la Estrategia de Gobierno en Línea versión 2010, así como las directrices emanadas en la Ley 1712 de Transparencia e Información Pública.

El objetivo es otorgar a los/as servidores públicos del IPES, un método claro para hacer seguimiento a los compromisos consignados en el plan de acción de Gobierno en Línea, con el fin de garantizar el adecuado mantenimiento y actualización de los contenidos de los sitios web por parte de la entidad.

Características de los contenidos web

- Deben ser claros, precisos y de lenguaje sencillo; no deben dejar dudas sobre el mensaje que se desea transmitir teniendo en cuenta que serán utilizados por personas de diferentes niveles de educación y de diversas regiones del país.
- No se deben usar abreviaturas. Si se requieren, deben ir referenciadas después de que son utilizadas por primera vez, entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hacen referencia.
- No se deben usar siglas sin que al pie, se especifique qué significan.
- No se deben usar tecnicismos; de ser necesario, debe explicarse el significado del mismo inmediatamente después de que es utilizado por primera vez, dentro de un paréntesis.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

- No se deben utilizar términos en idiomas extranjeros; cuando se hace necesario su uso, estos deben presentarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo el término en caracteres itálicos) y deben ser explicados inmediatamente después de la primera vez que son utilizados.
- En las fechas, no se deben utilizar abreviaturas para el nombre del mes.
- Se deben seguir las reglas sintácticas, gramáticas y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española.
- Deben ser vigentes, relevantes, verificables, completos; que añadan beneficio a los usuarios/as y no den lugar a interpretaciones erradas. Debe evitarse distorsión o interpretación tendenciosa de la información que va a ser publicada en medios electrónicos.
- La entidad debe ofrecer sólo aquellos contenidos que sean de su competencia y sobre los cuales tenga seguridad en términos de veracidad de los mismos; cuando se toman de un tercero ajeno a la entidad, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados.
- Cuando se publiquen artículos, deben provenir de fuentes totalmente confiables. Si no se tiene la certeza, la información debe ser corroborada al menos con tres (3) fuentes adicionales, identificando las mismas al final del artículo.
- Cuando se publique información en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.
- Las imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben estar acordes con los textos. Cuando este tipo de material sufre algún tipo de tratamiento técnico (por ejemplo: montajes, composición, transparencias, etc.), se debe indicar claramente en el pie del material que éste ha sido tratado y ha sufrido modificaciones de su versión original.
- De ninguna manera, deben ser ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios, obscenos, pues atentan contra derechos fundamentales de los particulares; se deben evitar estereotipos por raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.
- No deben reflejar los intereses, deseos, gustos ni ningún otro tipo de tendencia de sectores en particular y tampoco deben reflejar posiciones políticas, religiosas, económicas ni de ninguna otra índole, que puedan indicar preferencias con grupos específicos.
- No se deben utilizar regionalismos o frases coloquiales de uso común en algún lugar del país pero que en otras regiones pueden ser consideradas ofensivas.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

- No se deben ofrecer contenidos que revelen aspectos confidenciales de las personas o entidades, que afecten el buen nombre o que puedan generar efectos legales adversos a las entidades que publiquen la información. Es importante tener claros conceptos jurídicos como indagatorias, llamado a juicio o demás, que de una u otra forma afectan la condición jurídica de las personas o las instituciones.
- No se deben ofrecer contenidos de procesos sancionatorios en trámite, en la medida en que los mismos pueden estar reservados conforme a la ley. En el caso de antecedentes penales o disciplinarios, sólo se ofrecerán contenidos cuando se trate de antecedentes definitivos, en los casos en que aplique; se deberán mantener actualizados y se excluirán nombres de las personas cuando los antecedentes dejen de tener vigencia.
- En los casos en que se solicite información de los particulares, se aclarará que la misma sólo será utilizada para los fines pertinentes y que no será divulgada a terceros sin consentimiento de quien suministra la información, salvo en los casos previstos por la ley colombiana.

Los contenidos deben observar el derecho de autor y de propiedad intelectual

- Las obras protegidas por derecho de autor que se encuentren dentro de los sitios Web, hacen parte del patrimonio de la entidad y por tanto, son considerados bienes fiscales, razón por la cual su utilización debe estar expresamente autorizada. Al ciudadano se le debe informar claramente el procedimiento con el material alojado.
- Si una entidad pública desea hacer uso (reproducción, transformación, o puesta a disposición) de materiales y obras protegidas por derecho de autor, debe cerciorarse de contar con la debida autorización del titular de los derechos.
- La protección del derecho de autor se aplica sobre los textos, imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico, sonoro o visual y los programas informáticos y bases de datos.
- Cualquier material de este tipo que sea tomado de alguna fuente externa a la entidad debe ser considerado como una cita textual, por lo que debe ir entre comillas dobles (“ ”) y se debe incluir la referencia del lugar donde fue tomada la cita, con al menos, los siguientes datos: autor(es), libro u otra fuente del cual fue tomada, fecha de publicación.
- La protección de los derechos de propiedad intelectual y propiedad industrial se observarán en lo relativo a marcas, nombres comerciales, logos, enseñas, lemas, nombres de dominio, secretos empresariales, saber-

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. <small>DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</small>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

hacer, diseños industriales, patentes, modelos de utilidad y derecho de autor.

- En caso que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido quede en duda, se debe corregir esta información de la manera más diligente.
- El desconocimiento de las normas vigentes en materia de derechos de autor, derechos de propiedad intelectual y de propiedad industrial puede generar acciones civiles o penales.

Funciones del administrador del sitio web

- Mantener actualizado el contenido de la página web.
- Crear, activar y desactivar las diferentes secciones y menús de la página web.
- Conocer el correcto funcionamiento y uso del backend (administrador).
- Crear, activar, desactivar y eliminar usuarios de la página web.
- Establecer los permisos y privilegios de los usuarios (crear, editar, publicar y eliminar contenidos y secciones).
- Crear, activar, desactivar y eliminar los diferentes módulos, componentes y plugins necesarios para el correcto funcionamiento de la web, de acuerdo su diseño visual.
- Crear, modificar y eliminar el templates de la página web.
- Mantener comunicación con el Área de Sistemas para coordinar los requerimientos técnicos que sean necesarios.

Matriz de cumplimiento (Ley 1712 de 2014)

La siguiente matriz debe ser utilizada por el Instituto para la Economía Social, como referente para hacer monitoreo a las áreas responsables de dar cumplimiento al Manual de Gobierno en Línea y la Ley 1712 de 2014 sobre Transparencia e Información Pública:



Anexo # 1: Matriz de Autodiagnóstico para el Cumplimiento de la Ley 1712 de 2014

Por favor verifique si en el sitio web de su entidad se encuentra debidamente publicada la siguiente información:

Artículo	Liter al	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSA BLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Parci al	N/ A			
Artículo 9. Información mínima obligatoria respecto a la estructura del sujeto obligado. Nota: Art. 10: esta información debe actualizarse mínimo cada mes.	a)	La descripción de la estructura orgánica	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/la-entidad/organigrama	SAF - Talento Humano	
		Las funciones y deberes	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/la-entidad/principios-institucionales/funciones http://www.ipes.gov.co/index.php/la-entidad/principios-institucionales/deberes-y-derechos	SAF - Talento Humano	Acuerdo 005 de 2011
		La ubicación de sus sedes y áreas	X				http://www.ipes.gov.co/	SAF - Servicio al usuario	Todos los equipamientos - ubicación
		La descripción de divisiones o departamentos - Ubicación	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/la-entidad/organigrama	SAF - Talento Humano	Acuerdo 005 de 2011
		El horario de atención al público	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/servicio-usuario/horario-atencion	SAF - Servicio al usuario	Actualizarlo
	b)	El presupuesto general asignado	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informess/presupuesto-estados-financieros	SAF - Presupuesto	
		La ejecución presupuestal histórica anual	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informess/presupuesto-estados-financieros/ejecucion-presupuestal	SAF - Presupuesto	Mensual
		Los planes de gasto público para cada año fiscal, de acuerdo con lo establecido en el Art. 74 de la Ley 1474 de 2011 (Plan de Acción), desagregado de la siguiente manera :	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informess/2015-04-29-14-54-09/plan-operativo-entidad		
		- Objetivos	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informess/2015-04-29-14-54-09/plan-operativo-entidad	SDAE	



Anexo # 1: Matriz de Autodiagnóstico para el Cumplimiento de la Ley 1712 de 2014

Por favor verifique si en el sitio web de su entidad se encuentra debidamente publicada la siguiente información:

Artículo	Liter al	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSA BLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Parci al	N/A			
		- Estrategias	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informess/2015-04-29-14-54-09/plan-operativo-entidad	SDAE	
		- Proyectos	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informess/2015-04-29-14-54-09/plan-operativo-entidad	SDAE	
		- Metas	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informess/2015-04-29-14-54-09/plan-operativo-entidad	SDAE	
		- Distribución presupuestal de proyectos de inversión	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informess/2015-04-29-14-54-09/plan-operativo-entidad	SAF - SDAE	
		- Informe de gestión del año inmediatamente anterior	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/2015-05-21-19-16-14	SDAE	
		- Presupuesto desagregado con modificaciones	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informess/presupuesto-estados-financieros	SAF - SDAE	
	c)	El directorio de los servidores públicos con la siguiente información :					http://www.ipes.gov.co/index.php/servicio-al-usuario/extensions		
		- Nombres y apellidos completos	X					SAF - Talento Humano	
		- Ciudad de nacimiento		X				SAF - Talento Humano	
		- Formación académica			X			SAF - Talento Humano	
		- Experiencia laboral y profesional				X		SAF - Talento Humano	
		- Cargo					X	SAF - Talento Humano	



Anexo # 1: Matriz de Autodiagnóstico para el Cumplimiento de la Ley 1712 de 2014

Por favor verifique si en el sitio web de su entidad se encuentra debidamente publicada la siguiente información:

Artículo	Liter al	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSA BLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Parci al	N/A			
		- Correo electrónico	X				SAF - Talento Humano		
		- Teléfono	X				SAF - Talento Humano		
		- Escalas salariales por categorías de todos los servidores	X			http://www.ipes.gov.co/index.php/8-entidad/101-talento-humano	SAF - Talento Humano		
		El directorio de personas naturales con contratos de prestación de servicios con la siguiente información :				http://www.ipes.gov.co/index.php/servicio-al-usuario/extensions			
	c)	- Nombres y apellidos completos	X				SJC		
		- Ciudad de nacimiento		X			SJC		
		- Formación académica		X			SJC		
		- Experiencia laboral y profesional		X			SJC		
		- Objeto del contrato		X			SJC		
		- Correo electrónico	X				SJC		
		- Teléfono	X				SJC		
		- Monto de los honorarios	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/8-entidad/101-talento-humano	SJC	

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social	MANUAL				Código MS-016	
	DE COMUNICACIONES				Versión 01	
					Fecha 12/11/2015	

Anexo # 1: Matriz de Autodiagnóstico para el Cumplimiento de la Ley 1712 de 2014									
Por favor verifique si en el sitio web de su entidad se encuentra debidamente publicada la siguiente información:									
Artículo	Literal	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Parci al	N / A			
	d)	Las normas generales y reglamentarias del sujeto obligado		X				SDAE	REGLAMENTO CARTERA, PLAZAS Y OTROS
		Las políticas, lineamientos o manuales	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informess/proyectos-fichasebi	SDAE	

Artículo	Literal	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Parci al	N / A			
Artículo 9. Información mínima obligatoria respecto a la estructura del sujeto obligado. Nota: Art. 10: esta información debe actualizarse mínimo cada mes.	d)	Las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/la-entidad/objetivos-estrategicos	SDAE	
		Los resultados de las auditorías al ejercicio presupuestal	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informess/informes-de-control-interno	ACI	El informe con Radicado 001943 del 04/06/2015 enviado a la Dirección General
		Los indicadores de desempeño		X				SDAE	



Artículo	Liter al	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Pa rci al	N / A			
		El Plan Anual de Adquisiciones	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informes/presupuesto-estados-financieros/plan-compras	SDAE - SJC	
		Las contrataciones adjudicadas para la correspondiente vigencia en:	X				http://www.ipes.gov.co/images/informes/contrato_adjudicado_2015.pdf	SJC	
		- Funcionamiento e inversión	X				http://www.ipes.gov.co/images/informes/contrato_adjudicado_2015.pdf	SJC	
		- Obras públicas	X				http://www.ipes.gov.co/images/informes/contrato_adjudicado_2015.pdf	SJC	
	e)	- Bienes adquiridos y arrendados	X				http://www.ipes.gov.co/images/informes/contrato_adjudicado_2015.pdf	SJC	
		- Servicios de estudios o investigaciones, señalando el tema específico (Ley 1474 de 2011, Art. 74)		X				SJC	
		- Contratos de prestación de servicios	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/contratacion/contratacion-curso	SJC	



Artículo	Liter al	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Pa rci al	N / A			
	f)	Los plazos de cumplimiento de los contratos	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/contratacion/contratacion-curso	SJC	
	g)	El Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano	X				http://www.ipes.gov.co/images/archivosServicios/PLAN_ACCION_ANTICORRUPCION_Y_DE_ATENCION_AL_CIUDADANO_2015.pdf	SDAE	
Artículo 11. Información mínima obligatoria respecto a servicios, procedimientos y funcionamiento del sujeto obligado.		Los detalles de los servicios brindados directamente al público	X				http://www.ipes.gov.co/images/archivosServicios/portafolio_servicios.swf	SAF - Servicio al usuario y OAC	Publicar el portafolio de servicios
	a)	La normatividad sobre los servicios brindados al público		X				SESEC, SGRSI, SFE	
		Los formularios y protocolos de atención al público			X			SDAE - Sistemas / SESEC, SGRSI, SFE	
	b)	La información sobre los trámites que se pueden adelantar ante la entidad	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/guia-de-tramites-y-servicios	SAF - Servicio al usuario	Diseñar link didáctico



Artículo	Liter al	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Pa rci al	N / A			
		La normatividad sobre trámites	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/la-entidad/objetivos-estrategicos/normatividad	SESEC, SGRSI, SFE	
		Los procesos de los trámites	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/guia-de-tramites-y-servicios	SAF - Servicio al usuario	
		Los costos asociados a los trámites				x		SAF - Servicio al usuario	
		Los formatos o formularios requeridos para los trámites	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/guia-de-tramites-y-servicios	SESEC, SGRSI, SFE	
	c)	La descripción de los procedimientos para la toma de las decisiones en las diferentes áreas		X				SDAE	
	d)	El contenido de las decisiones y/o políticas adoptadas que afecten al público, con fundamentos e	X				http://www.ipes.gov.co/	OAC	



Artículo	Liter al	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Pa rci al	N / A			
		interpretación autorizada							
	e)	Los informes de gestión, evaluación y auditoría	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informes/informes-de-control-interno	ACI	En la página, en el link anterior se encuentran los informes relacionados
	f)	El mecanismo interno y externo de supervisión, notificación y vigilancia	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/informes/informes-de-control-interno	ACI	Informes auditoría y plan de mejoramiento
	g)	Los procedimientos, lineamientos y políticas en materia de adquisiciones y compras		X				SJC	Ejecución plan de adquisiciones
		Los datos de adjudicación y ejecución de contratos, incluidos concursos, licitaciones y demás	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/contratacion/contratacion-curso	SJC SDAE - sistemas - datos adjudicación	Informes supervisión e interventor



Artículo	Liter al	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Pa rci al	N / A			
		modalidades de contratación pública							
	h)	El mecanismo de presentación directa de solicitudes, quejas y reclamos a disposición del público en relación con acciones u omisiones del sujeto obligado	X				http://www.bogota.gov.co/sdqs	SAF - Servicio al usuario SDAE - sistemas OAC	Publicar información de respuesta a requerimientos Ajustar el link de quejas, DIFUSIÓN DEL LINK
		El informe de todas las solicitudes, denuncias y los tiempos de respuesta del sujeto obligado	X				http://www.ipes.gov.co/images/informes/INFORME_SDQS_2012-2015.pdf	SAF - Servicio al usuario	
	i)	El mecanismo o procedimiento para	X				http://www.ipes.gov.co/images/informes/INFORME_GESTION_DICIEMBRE_2014.pdf	SDAE	Junta directiva



Artículo	Liter al	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Pa rci al	N / A			
		la participación ciudadana en la formulación de la política o el ejercicio de las facultades del sujeto obligado							
Artículo 11. Información mínima obligatoria respecto a servicios, procedimientos y funcionamiento del sujeto obligado.	j)	El registro de los documentos publicados de conformidad con la presente ley y automáticamente disponibles	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/2015-10-13-16-10-23	OAC	
		El Registro de Activos de Información		X				SDAE - Sistemas	
	k)	Los datos abiertos	X					SDAE - Sistemas	
								LINK CONDICIONES DE USO Y	



Artículo	Liter al	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
			S í	N o	Parci al	N / A			
		contemplando las excepciones de la presente Ley					OAC	POLÍTICAS DE PRIVACIDAD	
		Las condiciones técnicas de publicación de datos abiertos con requisitos del Gobierno Nacional a través del MinTIC		X			SDAE - Sistemas OAC		

Artículo	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
		S í	N o	Parci al	N / A			
Artículo 8: Criterio Diferencial de Accesibilidad	La información pública es divulgada en diversos idiomas y lenguas a solicitud de las autoridades de las comunidades particulares que son afectas por		X				OAC SDAE - Sistemas SAF - Servicio al usuario	



Artículo	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
		S í	N o	Parci al	N/ A			
	el sujeto obligado							
	Los formatos alternativos son comprensibles para los grupos que particularmente son afectados por el sujeto obligado		X				OAC SDAE - Sistemas SAF - Servicio al usuario	
	Los medios de comunicación utilizados por la entidad facilitan el acceso a las personas que se encuentran en situación de discapacidad		X				OAC SDAE - Sistemas SAF - Servicio al usuario	
Artículo 10: Publicidad de la Contratación	Existe un vínculo directo a las contrataciones en curso en el sistema de contratación pública		X				SDAE - Sistemas	
Artículo 12: Esquema de Publicación	El sujeto obligado cuenta con un Esquema de Publicación (plazo de cumplimiento)	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/2015-10-13-16-10-23	OAC	



Artículo	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
		S í	N o	Parcial	N/A			
	o: 6 meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente Ley para entidades del orden nacional, y 12 meses siguientes para entidades del orden territorial)							
	El Esquema de Publicación adoptado es publicado a través de sitio web, y en su defecto a través de boletines, gacetas y carteleras	X				http://www.ipes.gov.co/index.php/2015-10-13-16-10-23	OAC	
Artículo 13: Registro de Activos de Información	Creación y actualización mensual del Registro de Activos de Información con estándares del Ministerio Público y Archivo General de la Nación (tablas de retención documental – TRD y los		X				SDAE - Sistemas SAF - Gestión Documental	



Artículo	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
		S í	N o	Parci al	N/ A			
	inventarios documentales)							
Artículo 14: Información publicada con anterioridad	El sujeto obligado garantiza y facilita a los solicitantes el acceso a toda la información previamente divulgada en los términos establecidos			X				
	Publica de manera proactiva las respuestas a las solicitudes en el sitio web, y en su defecto a través de los dispositivos existentes en su entidad (boletines, gacetas y carteleras).	X				http://www.bogota.gov.co/sdqs		



Artículo	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
		Sí	No	Parcial	N/A			
Artículos 15: Programa de Gestión Documental	Se ha adoptado un Programa de Gestión Documental (plazo de cumplimiento: 6 meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente Ley para entidades del orden nacional, y 12 meses siguientes para entidades del orden territorial), considerando lo siguiente:		X				SAF - Gestión documental	
	- Estableciendo los procedimientos y lineamientos necesarios para la creación, producción, distribución, organización, consulta y conservación de los documentos públicos		X				SAF - Gestión documental	
	- Integrando el Programa de Gestión Documental con las funciones administrativas		X				SAF - Gestión documental	
	- Observando los lineamientos de Archivo General de la Nación y demás entidades		X				SAF - Gestión documental	



Artículo	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
		Sí	No	Parcial	N/A			
	competentes							
Artículo 16: Archivos	El sujeto obligado ha establecido los procedimientos y lineamientos para la creación, producción, distribución, organización, consulta y conservación de los archivos			X			SAF - Gestión documental	
Artículo 17: Sistemas de Información	La entidad asegura la efectividad de los Sistemas de Información electrónica como herramienta para promover el acceso a la información por medio de :		X				SAF - Gestión documental	
	- La estructuración de los procedimientos y articulados con los lineamientos establecidos en el Programa de Gestión Documental de la entidad		X				SAF - Gestión documental	
	- Gestionan la misma información que se encuentra en los sistemas administrativos del sujeto obligado		X				SAF - Gestión documental	



Artículo	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
		Sí	No	Parcial	N/A			
	- Se ha implementado una ventanilla en la cual se pueda acceder a la información de interés público en formatos y lenguajes comprensibles		X				SAF - Gestión documental	
	- Se ha alineado el sistema de información con la estrategia de Gobierno en Línea		X				SAF - Gestión documental	
	Los sujetos obligados deben mantener un Índice de Información Clasificada y Reservada que incluya:		X				SAF - Gestión documental SDAE - Sistemas	
Artículo 20: Índice de Información clasificada y reservada	- Sus denominaciones (clasificada o reservada)		X				SAF - Gestión documental SDAE - Sistemas	
	- La motivación de la clasificación de la información		X				SAF - Gestión documental SDAE - Sistemas	
	- La individualización del acto en que conste tal calificación		X				SAF - Gestión documental SDAE - Sistemas	
Artículo 26: Respuesta a Solicitudes	Como sujeto obligado responde a las solicitudes de acceso a la información pública de buena fe, de manera adecuada, veraz		X					

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Artículo	Descripción	Indicador de Cumplimiento				Ubicación Sitio Web	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
		Sí	No	Parcial	N/A			
	y oportuna, preferiblemente por vía electrónica, con el consentimiento del solicitante							

Procedimiento para el manejo del Sitio Web

El canal www.ipes.gov.co es administrado por la Oficina Asesora de Comunicaciones, responsable del diseño y los contenidos que se publican en la plataforma, con el correspondiente soporte técnico del área de Sistemas.

¿Quiénes pueden obtener una cuenta de usuario?

¿Qué deben hacer para solicitarla? ¿Cuál es el procedimiento?

¿Cuáles son las condiciones de uso?

¿Cuál es el control editorial que realizará la alcaldía sobre los contenidos publicados por las

Organizaciones sociales?:

a. Uso de lenguaje: el lenguaje debe ser siempre respetuoso

b. No uso comercial: el espacio es para la comunicación de las actividades de las organizaciones sociales, no para la promoción de actividades comerciales productos.

c. Consistencia: los contenidos deben corresponder únicamente a la actividad misional de las organizaciones sociales.

d. Otros:

1. Procedimiento de manejo del chat institucional

Periodicidad de apertura:

Temáticas:

Condiciones de participación –manejo de lenguaje, no publicidad, control editorial:

2. Procedimiento de manejo del buzón de PQR

Responsables, tiempos de respuesta, flujograma del proceso.

3. Procedimiento de manejo de los comentarios en la sección de Planeación y ejecución

Responsables, tiempos de respuesta, flujograma del proceso.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Apropiación institucional del sitio Web

- ✓ **Sensibilización:** la Oficina Asesora de Comunicaciones realizará campañas, piezas de comunicación y contenidos internos, cuyo propósito será generar apropiación por parte de los servidores frente al portal institucional.
- ✓ **Capacitación:** El Área de Sistemas, en coordinación con la Oficina Asesora de Comunicaciones, programará talleres de capacitación para administradores y usuarios/as internos.
- ✓ **Comunicación:** La OAC hará uso de todos los canales de comunicación para socializar y sensibilizar a los/as servidores/as sobre el cumplimiento de los lineamientos establecidos por la Ley de Transparencia e Información Pública.
- ✓ **Reconocimiento:** Toda la gestión que le apunte al cumplimiento de la misión institucional, deberá ser publicada y/o divulgada a través del portal institucional www.ipes.gov.co.

12. CAPÍTULO 8: PROTOCOLO DE COMUNICACIONES PARA EL USO DEL CHAT INSTITUCIONAL

Contiene los lineamientos generales que deben tener en cuenta usuarios/as y servidores/as para responder de manera efectiva a través del Chat IPES, inquietudes y solicitudes en tiempo real, a través de un banner-link ubicado en la página web.

Si el horario de consulta está por fuera del horario de atención, el sistema debe informar al/la usuario/a que no podrá ser atendido en ese momento y debe darle la información completa de los horarios de atención por chat; así mismo, debe darle la opción de dejar su consulta para ser atendida en horas y días hábiles. El texto será el siguiente:

Apreciado usuario/a, en el momento no podemos atenderle; recuerde que los horarios establecidos para la atención por chat son:

Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 4:00 p.m.

En horario distinto al anterior, agradecemos dejarnos su consulta, la cual será atendida el siguiente día hábil o enviarnos su solicitud al correo servicioalusuario@ipes.gov.co. Muchas gracias.

Si la consulta está dentro del horario de atención, la primera pantalla, previa al chat, tendrá el siguiente texto y en tres casillas posteriores solicita nombre completo, correo personal y motivo de su consulta (pregunta).

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

A través del Chat IPES, obtendrá asesoría en línea mediante el envío y recepción de mensajes escritos desde su computador.

Para su comodidad, contamos con un horario de atención en días hábiles de 8:00 a.m. a 4:00 p.m

Recibirá información general sobre los trámites y servicios del IPES, salvo información confidencial y/o personal. Al acceder al chat, usted declara conocer el reglamento del mismo.

Antes de ingresar por primera vez al chat, el link presenta al usuario el reglamento de este canal de comunicación, el cual debe ser leído y aceptado. Seguidamente, la primera frase de chat debe contener el siguiente texto:

Hola [Nombre del solicitante]. Bienvenido al chat del IPES; el tiempo máximo de consulta es de 15 minutos y luego el sistema finalizará automáticamente la conversación. Agradecemos tener a la mano los documentos necesarios, para formular sus inquietudes, por lo que le recomendamos hacerlo de la manera más clara posible.

Luego de un minuto de espera, el usuario debe ser atendido mediante chat, por lo que se recomienda que la persona responsable de esta actividad, escriba rápidamente para minimizar el tiempo de consulta.

El nombre del/la servidor/a que atiende el chat debe aparecer como el nombre de quien habla, con el fin de mostrar una atención más humana y personalizada.

La caja de chat para usuarios no debe tener la posibilidad de ingresar imágenes, ni símbolos especiales, solamente caracteres alfanuméricos que permitan comunicarse en idioma español.

Si el/la usuario/a es grosero/a, el/la servidor/a que atiende debe finalizar la conversación mediante un botón; acto seguido, se cerrará la conversación y se indicará al usuario que su consulta se ha cerrado, utilizando el siguiente texto:

Su consulta se ha cerrado, por trato indebido con el funcionario que la atendió.

Si recurrentemente un usuario es maleducado e insistente en el chat, el sistema debe habilitar una herramienta para bloquear esa IP.

Los datos adicionales que se requieran para un buen servicio, deben ser solicitados vía chat y guardados por el servidor que brinda la atención.

El sistema debe guardar un registro que contenga hora de la consulta; datos inicialmente solicitados y registro completo de toda la conversación.

Los servidores públicos de atención al usuario deben tener la posibilidad de revisar todos estos registros para generar los respectivos informes.

Al finalizar cualquier consulta, el sistema debe remitir al/la usuario/a a una página que contenga el siguiente texto:

Gracias por utilizar el servicio Chat IPES. Lo esperamos en próximas oportunidades y lo invitamos a seguir usando nuestra página www.ipes.gov.co

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto para la Economía Social</p>	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

Protocolo Chat Atención al Usuario

La aplicación de atención al usuario Chat IPES, debe funcionar en 3 (tres) computadores de Atención al Usuario.

A través de una alarma (ventana emergente) debe indicarse la solicitud de un usuario/a mediante chat; en el momento que uno de los tres computadores acepte el servicio, la consulta se bloqueará en los otros dos.

Se aplica el protocolo de atención al usuario, conservando las maneras respetuosas de atender al ciudadano y la aplicación debe tener corrector de ortografía para que tanto el/a usuario/a como el/la servidor/a que atiende, tengan la posibilidad de corregir errores.

El tiempo máximo de duración de una consulta de chat es de 15 minutos, por lo que es necesario habilitar **un cronómetro para avisarle al usuario el tiempo que le queda.**

Si el/la usuario/a es grosero/a, el/la servidor/a que atiende debe finalizar la conversación mediante un botón; acto seguido, se cerrará la conversación y se indicará al usuario/a que su consulta se ha cerrado, utilizando el siguiente texto:

Su consulta se ha cerrado, por trato indebido con el funcionario que la atendió.

Si recurrentemente un/a usuario/a es maleducado e insistente en el chat, el sistema debe habilitar una herramienta para bloquear esa IP.

El/la servidor/a público que atiende, debe tener a su disposición los links de los servicios que presta el IPES y los de preguntas y respuestas frecuentes (FAQ) para enlazarlos a la conversación en el momento que se requiera, con el fin de responder la mayor cantidad de inquietudes en el menor tiempo.

Dependiendo de la solicitud, se debe indicar la forma de hacer un trámite presencial; en tal caso, el/la servidor/a público que atiende debe indicar direcciones precisas, horarios de atención y documentación completa que se debe llevar.

El/la servidor/a no está autorizado para revelar información confidencial de usuarios/as o funcionarios/as en las bases de datos del IPES, y/o datos personales por medio de chat. (Ley 1273-2006). El servicio de chat del IPES es un espacio donde se brinda información acerca de trámites y servicios que presta la entidad.

Reglamento Chat

- El chat de servicio al usuario IPES, es una herramienta de comunicación donde las personas pueden obtener información acerca de los trámites y servicios que presta la entidad. Por este medio no se dará información personal o confidencial de usuarios/as de la entidad.

	MANUAL	
	DE COMUNICACIONES	Código MS-016
		Fecha 12/11/2015

- Al acceder al servicio de Chat, el/la usuario/a declara conocer y aceptar el reglamento del Chat.
- El Instituto para la Economía Social – IPES, no se responsabiliza por las opiniones y comentarios emitidos por los participantes en el Chat.
- Todo usuario de servicio de Chat se compromete a:
 - a) Mantener una conducta decente y respetuosa cuando utiliza este servicio.
 - b) No usar lenguaje ofensivo ni calumnioso hacia los usuarios del Chat.
 - c) No violar leyes o reglamentos vigentes.
- El IPES no se hace responsable por los daños que provengan del uso de este servicio.
- El IPES se reserva el derecho de bloquear a los/as usuarios/as que infrinjan las reglas de uso del Chat.
- El Instituto para la Economía Social – IPES no persigue ningún lucro, ganancia o interés comercial con los contenidos y enlaces que se publican en su sitio web o en el Chat de servicio al usuario.

13. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	ÍTEM MODIFICADO	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
1	12/11/2015		