

Informe Administración Red Social Facebook

**Agosto 17/2014 –
Diciembre 15/2015**

Desde el octavo mes de 2014 la administración de Los Patios lanzó al ciberespacio su Fan Page de Facebook, -siguiendo estrictamente los lineamientos de Gobierno en Línea, expuestos en su Manual de Gestión Comunicación Redes Sociales-, como una estrategia de comunicación que permitiera el contacto cercano con la comunidad.



1. Introducción

La carta de presentación de la alcaldía es una imagen e identidad corporativas sólidas y uniformes, que cimenten el sentido de pertenencia por la entidad territorial y por el municipio. Las políticas nacionales concentradas en el plan de trabajo de Gobierno en Línea, sugieren numerosos procesos para alcanzar este propósito y de acuerdo a ellos, la administración debe elaborar las actividades y adelantar las acciones pertinentes.

Las redes sociales lograron posicionarse como un elemento fundamental en las estrategias de comunicación del Estado, porque permiten el acercamiento del gobierno con la comunidad, permeada por estas plataformas virtuales. La comunicación a través de las redes hacen de las instituciones, “facilitadores” y se conoce de primera mano lo que piensa la ciudadanía. *“Lo importante no es hablar sino saber escuchar”* *.

Desde el mes de agosto de 2014, la cuenta de Facebook fue retomada, esta vez, siguiendo estrictamente los lineamientos de gobierno en línea, expresados en el documento * “Gestión de la Comunicación en redes sociales” aplicado a twitter, Facebook y You tube. Facebook, pasó de perfil a fan page y cumplió con los dos objetivos principales de dicho documento: Generar participación e informar, con hechos actualizados y oportunos.



En la alcaldía existe mucha confusión al delimitar la **diferencia entre perfil personal y fan page**, ya que muchas personas han manifestado que en lugar de crear una fan page debió continuar existiendo el perfil, pero esto es un error.

Si bien es cierto que para crear una página en Facebook necesitamos tener un perfil personal, no se debe caer en la falta de quedarse con el perfil personal si se quiere tener una **presencia profesional en esta red social** y poder así conversar con los seguidores. Al respecto, Gobierno el Línea es claro:

*“¿Crear un perfil o una página?: Ésa es una de las preguntas más frecuentes cuando se abre una cuenta institucional en Facebook. Es importante aclarar que las características de estas opciones son distintas, por ejemplo: **Los perfiles** sólo pueden aceptar un máximo de 5 mil seguidores, mientras que este límite, no se presenta en las **páginas** de Facebook. Más allá de esto, es recomendable abrir la cuenta institucional como una página, principalmente debido a los lineamientos de uso establecidos por Facebook para entidades y corporaciones”.*

Diferencia entre perfil personal y fan page:

1º Las normas de Facebook son despejadas al respecto ya que indican que en los perfiles se dan los datos personales y reales, una persona no puede llamarse “Carnicería Pérez”. Además no es posible tener más de un perfil personal y puede darse el caso de que cierren nuestro perfil en caso de no respetar estas normas. Aunque no lo parezca, **estos perfiles sí se cierran**.

2º Facebook da la opción de crear una fan page a un lugar o negocio local; empresa, organización o institución; marca o producto; artista, grupo musical o personaje público; entretenimiento y causa o comunidad. Si eso es lo que somos, ¿por qué no aprovechar esta herramienta?

3º Si la empresa usa un perfil personal podría ir solicitando amistad a discreción, mientras que si usa las páginas de empresa deberá **ganarse los fans mediante su contenido u otros medios creados para ello**: como los anuncios, creación de audiencia etc. La solicitud masiva de amistad por parte de una empresa que se esconde tras un perfil personal se puede calificar como spam y Facebook puede detectarlo y cerrar el perfil.

4º Una persona se hace amiga de otra persona, no de una empresa. **Las empresas tienen fans y las personas amigos.**

5º En el caso de tener suerte y que Facebook no cierre el perfil personal creado como empresa, puede darse la situación de que lleguemos a tener 5.000 “amigos”, y este es el límite de amigos que una persona puede tener en Facebook, por lo que para esa empresa será el punto y final de su crecimiento en Facebook. **Las fan pages no tienen límites de fans.**

6º Una página de empresa la podemos personalizar no solo en cuanto a la imagen de la cabecera y nuestro logo, sino también en la creación de pestañas, aplicaciones, landings, etc. Un perfil personal no tiene estas opciones.

7º Una fan page puede **crear anuncios e historias patrocinadas**, incluso puede segmentar a quién dirigir sus actualizaciones. Un perfil personal no, por lo que pierde esta capacidad de viralización y segmentación. Además, los anuncios en Facebook están dando excelentes resultados a los negocios que invierten en ellos.

8º Un punto muy importante es que **las páginas de empresa tienen estadísticas** sobre “me gusta”, alcance, datos demográficos de tu público, etc, mientras que un perfil carece de estas funcionalidades.

9º Otra diferencia entre perfil personal y fan page es que una fan page puede **contar con varios administradores** que pueden trabajar en la misma sin interrupciones, además esto puede facilitar el aumento del número de fans mediante la opción “crear audiencia”.

10º Desde el punto de vista de los negocios, **siempre será más profesional que contemos con una fan page** o página de empresa bien trabajada a que tan solo dispongamos de un perfil personal, con el logo de nuestro negocio y ningún tipo actividad de social media marketing real. La creación de perfiles de empresa tras un perfil personal es síntoma del desconocimiento de los puntos antes mencionados, existen gran cantidad de perfiles de este tipo, cada día se crean más y cada día también se cierran otros por parte de Facebook.

El problema no es que puedan cerrar el perfil, sino que vamos a perder muchas funcionalidades como las antes mencionadas y no podremos expresar todas las ventajas del social media marketing.

En este sentido, desde agosto de 2014, se inició una administración de Facebook que cambió de perfil a Fan page. Aunque el cambio generó la pérdida de contenido, después de 16 meses, se aumentó la cifra anterior (cerca de 4.800 amigos) a **6.161** seguidores [a fecha 15-12-2015] y se proyecta un crecimiento alto si se invierte en promocionar el sitio, como fue propuesto en el Manual de Información y Comunicación.

2. Objetivo General

Fortalecer la imagen e identidad corporativa, así como los procesos informativos y de comunicaciones de la administración de Los Patios.

2.1 Objetivos Específicos

- ✓ Informar hechos noticiosos y datos de interés común
- ✓ Comunicar la gestión de la administración local, entes descentralizados, Concejo municipal y entidades territoriales que lo requieran.
- ✓ Interactuar con la ciudadanía
- ✓ Crear contenidos virales para las redes.
- ✓ Aumentar la comunidad de seguidores.
- ✓ Generar cultura participativa en la red social.

3. Plan de trabajo desarrollado

3.1. Principios de comunicación

La comunicación en este medio se dio en una forma bidireccional, con un lenguaje directo, personal y asertivo; el propósito fue responder a las solicitudes de modo ágil y efectivo, así como fomentar la cercanía con la comunidad. La gramática, la ortografía y la amabilidad de los mensajes fueron esenciales.



The screenshot shows a Facebook page for the Municipality of Los Patios. The main content is a public notice with the following text: "Ya lavó Su TANQUE de Lavadero? - ¿Noooooo? ¡Usted tiene un Criadero! Puede contraer Dengue ó Chikunguña". The notice includes an illustration of a woman washing a car and a mosquito. The post has 3 likes and 1 comment. The page also features a grid of images, a video, and a notification panel on the right with 2 notifications and 1 message.

3.2. Respuestas

Las solicitudes y mensajes de los ciudadanos tuvieron respuesta siempre que los despachos relacionados respondieran las peticiones que desde prensa se enviaron a través de correo electrónico, pues de este modo, los patiosenses podrían asimilar que esta conexión es una realidad y no una suposición. Cabe resaltar que previa contestación, se cotejaron los datos con las secretarías correspondientes para otorgar información clara y precisa o de lo contrario no se respondió.



3.3. El último recurso: eliminar interacciones

Facebook es factible para dar vía libre a comentarios de toda índole, tanto que algunos afectan la imagen de la administración. Sin embargo, el último recurso es borrar los comentarios de la red, puesto que no es conveniente generar un síntoma de censura. Ante estas publicaciones, se ocultó la nota y realizó una captura de pantalla como evidencia que justificara la decisión.



3.4. Políticas de uso

A continuación se relacionan las políticas de uso expuestas a la comunidad en esta red social:

“La página oficial de Facebook de la Alcaldía de Los Patios, es un sitio hecho para usted. El propósito es que participe, nos cuente sus inquietudes, solicite los datos que requiera y se mantenga informado.

****En esta página se promueve el derecho a la libertad de expresión y el derecho de todas las personas de dar a conocer sus puntos de vista. Sin embargo, es de vital importancia que la comunidad entienda que no serán permitidos los comentarios o publicaciones que fomenten el odio, que***



ataquen o degraden a alguien o algo. Los comentarios con contenidos inadecuados serán eliminados de forma inmediata.”

Alcaldía de Los Patios
Norte de Santander

4. Tipos de participación

4.1. Opiniones y comentarios

Opinión de un usuario sobre un tema en particular:

The screenshot shows a Facebook post from the official page of the Municipality of Los Patios. The post is dated October 21st and is titled "Inició nueva pavimentación 'Todo costo' y 'Comunidad -gobierno'". The text of the post states that the Public Works Secretariat has initiated another phase of the paving process, both in the "Todo Costo" and "Comunidad - Gobierno" modalities, to improve the road network of the municipality's neighborhoods. It lists specific locations: Avenida 3 between streets 28 and 29 of La Cordialidad, and Avenida 3 between streets 3... (truncated). Below the text are interaction options: "Me gusta", "Comentar", and "Compartir". There are 2 likes from Jose De Los Angeles Mora Moncada, Omär Sänabría, and 2 others. There are 5 comments. Two comments are visible: one from Leidy Tatiana Duque Leal about a street on November 11th, and another from Yoise Marlyse Rangel Contreras about a street in the Daniel Jordan urbanization. At the bottom, it shows "529 personas alcanzadas" and a "Promocionar publicación" button.

4.2. Felicitaciones

Las fechas especiales exigen que la entidad territorial manifieste su afecto, respeto y gratitud con la comunidad. Sin embargo, los cumpleaños de los funcionarios quedaron fuera de las publicaciones de la fan page, luego que no son de interés público.



Alcaldía de Los Patios

4.3. Críticas constructivas y negativas

Las críticas fueron bien recibidas siempre y cuando se respetuosamente y se agradeció al ciudadano por su aporte.

se efectuaron

4.4. Preguntas y contra preguntas

Los fans que preguntaron respetuosa y atentamente recibieron respuestas.

The screenshot shows a Facebook message thread. At the top, the name 'Johanny Alfonso Florez Camacho' is displayed with an 'Acciones' dropdown menu and a close button. The thread contains four messages:

- Message 1:** From Johanny Alfonso Florez Camacho, dated 29 de octubre de 2014 22:16. Text: 'Señores es verdad mañana dia sin carro en los patios?' (Gentlemen, is it true tomorrow is a car-free day in Los Patios?).
- Message 2:** From Alcaldía Los Patios, dated 30 de octubre de 2014 8:37. Text: '31 de octubre desde las 05:00 pm hasta las 08:00 pm, gracias por interactuar con nosotros.' (October 31st from 5:00 pm to 8:00 pm, thank you for interacting with us).
- Message 3:** From Johanny Alfonso Florez Camacho, dated 30 de octubre de 2014 8:38. Text: 'Gracias' (Thank you).
- Message 4:** From Alcaldía Los Patios, dated 30 de octubre de 2014 8:40. Text: 'Para servirle!' (To serve you!).

At the bottom of the screenshot, there is a text input field with the placeholder 'Escribe una respuesta...' (Write a response...). Below the input field, there is a button labeled 'Responder' (Respond) and a note that says 'Presiona "Enter" para enviar' (Press "Enter" to send).

5. Conclusiones

El propósito es la continuación de esta estrategia, obedeciendo las normativas nacionales y las necesidades de la comunidad. Este informe muestra el historial de la gestión en la red y permite analizar la efectividad de la misma. Cabe aclarar que este medio se recibió sin un informe preliminar y con una administración personal (perfil), es decir, tuvo que reiniciarse en su totalidad.

FANS	6.161
ME GUSTA X SEMANA	50 – 60
ALCANCE DE LAS PUBLICACIONES	15.699

Correo Electrónico de ingreso: prensa@lospatios-nortedesantander.gov.co

Contraseña: **prensalospatios**

Perfil Administrador: **María Patiense**

Fan Page: **Alcaldía Los Patios**

6. Recomendaciones

El empleo del Manual de Identidad e Imagen Corporativa así como el Manual de Información y Comunicación, es indispensable para la elaboración del material visual y los diferentes contenidos de la Fan Page.



Alcaldía de Los Patios

Norte de Santander