



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNÍN Y AYACUCHO"

UNIDAD DE IMAGEN INSTITUCIONAL

LINEAMIENTOS PARA LA CREACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y SUPERVISIÓN DE LAS CUENTAS DE REDES SOCIALES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

DIRECTIVA N°01-2024-UII-MDY

TITULO-1 INTRODUCCIÓN

CAPITULO - 1 OBJETO

Establecer los lineamientos para la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales de la Municipalidad Distrital de Yuyapichis,

CAPITULO - 2 ALCANCE

Los presentes lineamientos son de aplicación obligatoria para la Municipalidad Distrital de Yuyapichis a través de la Unidad de Imagen Institucional, u otra unidad orgánica que haga sus veces, tengan entre sus funciones la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales.

CAPITULO - 3 BASE NORMATIVA

- Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado.
- Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades
- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, modificada por la Ley N° 31515
- Ley N° 27815, Ley del Código de Ética de la Función Pública.
- Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, modificada por la Ley N° 27927.
- Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.
- Decreto Legislativo N° 1412, que aprueba la Ley de Gobierno Digital
- Decreto Supremo N° 029-2021-PCM, que aprueba el Reglamento del Decreto Legislativo N° 1412 que aprueba la Ley de Gobierno Digital.
- Decreto Supremo N° 030-2002-PCM, que aprueba el Reglamento de la Ley Marco de la Modernización de la Gestión del Estado.
- Decreto de Urgencia N° 007-2020, que aprueba el Marco de Confianza Digital y dispone medidas para su fortalecimiento.
- Decreto Supremo N°103-2022-PCM, que aprueba la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2030.



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

CAPITULO – 4 RESPONSABILIDADES

- A. La Unidad de Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Yuyapichis, es responsable de difundir la presente directiva, así como, de promover y supervisar su cumplimiento.
- B. La Unidad de Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Yuyapichis, podrá emitir un informe de supervisión sobre su cumplimiento y, de ser el caso, ponerlo a disposición de la máxima autoridad administrativa de la respectiva entidad.
- C. La Unidad de Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Yuyapichis es responsables de autorizar, administrar y supervisar las cuentas de redes sociales de la institución,

TITULO 2

DISPOSICIONES GENERALES

DEFINICIONES

CAPITULO – 5 CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

- A. Es el conjunto de acciones o actividades de comunicación que se desarrollan con el objetivo de lograr un cambio de comportamiento, actitudes o prácticas en la ciudadanía.
- B. Las campañas comunicacionales de la Municipalidad Distrital de Yuyapichis, orientan respecto a diferentes temas, principalmente servicios que brinda el Estado; previenen e informan a la población respecto a situaciones de riesgo de desastres, salud, bienestar económico o social, cuidado del medio ambiente, entre otros.
- C. Además, responden a los criterios de un modelo de comunicación moderna de 360 grados y pueden ser publicitarias y no publicitarias (campañas de comunicación social u orgánicas). En cualquiera de sus dos modalidades utilizan técnicas y herramientas especializadas durante su proceso de formulación e implementación.
- D. La propuesta de la campaña comunicacional debe sustentar la necesidad de realizarla, así como su finalidad pública, indicar el contexto en que se plantea, el tema que se va a abordar, el objetivo de la campaña, el público al cual se va a dirigir, el concepto (lo que se quiere transmitir), el nombre de la campaña, la estrategia, las acciones y el cronograma a implementar y el presupuesto, de ser el caso, además de las piezas que se desarrollarán, guiones, *storyboards*, entre otros elementos.
- E. Las campañas comunicacionales deben considerar una difusión continua mínima de sus mensajes durante dos semanas, de lo contrario, solo se les puede considerar acciones de comunicación.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Manuel Carrion Panduro
JEFE DE IMAGEN INSTITUCIONAL



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

- F. La implementación de las campañas comunicacionales debe contener como mínimo, entre sus acciones, lo siguiente:
1. Desarrollar contenido informativo (nota de prensa, ayuda memoria, entrevistas, informes, preguntas y respuestas, ideas fuerza y/o reportajes) que se publicará en medios de comunicación masiva, redes sociales institucionales y otros espacios.
 2. Desarrollar contenido audiovisual y gráfico (*spots*, fotografías, gráficas, infografías, *los pódcast*, etc.)
 3. Desarrollar plan de vocería para entrevistas, conferencias de prensa o actividades públicas.
 4. Desarrollar un plan de estrategia digital y/o transmisiones en vivo mediante redes sociales.
 5. Desarrollar activaciones, ferias y otros.

CAPITULO – 6 CAMPAÑAS ORGÁNICAS

- A. Son estrategias de comunicación digitales diseñadas para informar, educar y promover cambios de conducta, actitudes o prácticas en la ciudadanía o dar a conocer los servicios o acciones de la municipalidad. Sus contenidos son difundidos por medio de plataformas digitales institucionales (redes sociales, portales web, blogs) sin que se realice un pago por la difusión de los mensajes.
- B. Cuentas de redes sociales de la Municipalidad Distrital de Yuyapichis son los espacios digitales de uso gratuito, que la Municipalidad Distrital de Yuyapichis, han creado en las plataformas Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y otras, para interactuar con la población. Se caracterizan por ser canales directos para comunicarse con el ciudadano y porque la difusión de sus mensajes se realiza en tiempo real y los mensajes son gratuitos
- C. Los contenidos que difunden representan la información oficial y la posición de la institución ante temas relacionados a su sector u otros acerca de las acciones del Estado en el marco de la política de gobierno. Estos contenidos deberán ser, además, de interés para el ciudadano y contribuir a los objetivos comunicacionales de la institución.

CAPITULO – 7 COMUNICACIÓN DIGITAL

Es el intercambio o transferencia de mensajes (información o conocimiento) a través de un entorno digital y haciendo uso de las herramientas digitales disponibles por la investigación y desarrollo tecnológico. Su amplio alcance multidireccional, multinivel y multicanal facilita la interacción bilateral en tiempo real y por diferentes vías al mismo tiempo.



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

CAPITULO – 8 ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES

Es el encargado de crear perfiles y contenido en redes sociales, gestionar la actualización de los mismos y dinamizar las comunidades de usuarios, incentivando a la interacción y retroalimentación. Insignia de verificación (check azul)

Es el distintivo que confirma la autenticidad de la cuenta de una determinada red social y contribuye a dar mayor credibilidad y confianza a los usuarios interesados en una cuenta.

CAPITULO - 9 MÉTRICAS

Son aquellos datos expresados numéricamente que analizan el rendimiento de una determinada campaña de comunicación digital. Existen métricas cuantitativas (representan numéricamente las tasas de clics, tiempo en los sitios o recuentos de visitantes, o cualquier otra medida que se pueda contabilizar) y métricas cualitativas (indican cómo los usuarios consumen tus contenidos, cómo interactúan con ellos y qué interés muestran por el medio digital en cuestión). Estas últimas indican el nivel de fidelización

CAPITULO – 10 OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL

La Oficina de Imagen Institucional es el órgano o unidad orgánica encargada de diseñar, proponer e implementar, entre otras acciones, estrategias, campañas y acciones de comunicación y difusión de una entidad de la Municipalidad Distrital de Yuyapichis.

CAPITULO – 11 PIEZA COMUNICACIONAL

- A. Es el producto, físico o digital, que contiene un mensaje destinado a informar, orientar o persuadir a una audiencia, con el propósito de motivar una acción o una conducta de importancia social.
- B. Las piezas comunicacionales para redes sociales se elaboran tanto para campañas orgánicas como para campañas publicitarias. Las más utilizadas son imágenes, videos, banners, infografías, afiches, etc.

CAPITULO – 12 PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Es el plan de acción que establece las estrategias de comunicación que implementará la entidad o sector para llevar a cabo una campaña orgánica y/o publicitaria de contenidos en medios digitales.

CAPITULO – 13 PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo es la audiencia segmentada sobre la base de criterios acordes a los objetivos de la campaña comunicacional o publicitaria.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Manuel Carrion Panduro
JEFE DE IMAGEN INSTITUCIONAL



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

CAPITULO – 14 ROLES DE PÁGINA

- A. Los roles de página son las responsabilidades y tareas específicas que se asignan a la Unidad de Imagen Institucional, Cuando se crea una cuenta, automáticamente se asigna a la unidad el rol de administrador de la página. para que la gestión de la misma.
- B. Solo la Unidad de Imagen Institucional, es responsable y puede asignar roles, agregar personas, cambiar los roles de otras personas y eliminar a las personas transgrede al capítulo 19 – letra M.N.O. y lo indicado en las normas de convivencia
- C. Aunque Facebook tiene una gama de roles, en esta directiva solo nos referiremos al rol de administrador para fines de seguridad de las cuentas, considerando que este rol tiene acceso total y pleno a la página y su configuración.

CAPITULO – 15 CRITERIOS GENERALES

- A. Las cuentas de redes sociales de la municipalidad, se crean en función a las necesidades y prioridades de la entidad, según su marco normativo y de acuerdo a lo establecido en la presente directiva.
- B. Estas cuentas pertenecen al patrimonio digital del Estado Peruano, por lo que, su administración y contenidos deben tener siempre, como propósito y fines, el servicio al ciudadano (información, orientación y promoción para el cambio de comportamientos), así como dar a conocer los avances en los objetivos y metas institucionales.
- C. Las cuentas de redes sociales se desarrollan en un entorno digital seguro y se gestionan con los criterios que se maneja la información oficial.
- D. Solo los titulares de la oficina de imagen institucional, autorizan la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales de su entidad en coordinación con el responsable del órgano o unidad orgánica de la cual depende. Asimismo, designan a la (s) persona (s) que se harán cargo de las mismas.
- E. Las cuentas de redes sociales responden a una frecuencia y continuidad en sus publicaciones. Está prohibido crear cuentas solo para visibilizar una determinada campaña de comunicación y luego abandonar su actividad.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Manuel Canton Panduro
JEFE DE IMAGEN INSTITUCIONAL



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

- F. Las cuentas de redes sociales de la Municipalidad Distrital de Yuyapichis. deben contar con insignia de verificación (check azul), y para ello deben cumplir con los procesos y criterios que ha establecido cada red social.
- G. Las cuentas institucionales sólo seguirán a otras cuentas institucionales, medios de comunicación y autoridades de los tres poderes del Estado, autoridades internacionales y líderes de opinión.

TITULO 3

DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

CAPITULO – 16 SOBRE LA CREACIÓN Y SEGURIDAD DE LAS CUENTAS

- A. La Unidad de Imagen Institucional u otra unidad orgánica que haga sus veces en cada institución es la responsable de la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales de la entidad.
- B. La Unidad de Imagen Institucional u otra unidad orgánica que haga sus veces elabora un informe técnico justificando la creación de cuentas de redes sociales al interior de su sector, la estrategia a implementar de acuerdo al objetivo que busque
- C. Los correos, claves y contraseñas que crea y administra la Unidad de Imagen Institucional de la entidad o la que haga sus veces, son entregadas bajo responsabilidad, cargo y custodia al responsable del área bajo responsabilidad que se incluye formalmente en sus funciones de trabajo.
- D. Solo en el caso de Facebook, la página institucional se creará con una cuenta personal o de un miembro del equipo de la Unidad de Imagen Institucional). Se incluirá, además, como administradores de la página su segundo en funciones, para asegurar un buen traslado de la administración, en caso uno de ellos deje de pertenecer a la institución. La cuenta personal con la que se creó la página institucional no genera dependencia funcional ni vínculo de propiedad con la misma. No hay riesgo que la página quede inutilizable si la persona con cuya cuenta se creó ya no forma parte de la institución.
- E. En materia de incidentes de seguridad digital, todas las cuentas de redes sociales de la Municipalidad, seguirán los lineamientos emitidos por la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital y el Decreto de Urgencia N° 007-2020, que aprueba el Marco de Confianza Digital y dispone medidas para su fortalecimiento.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Manuel Carrion Panduro
JEFE DE IMAGEN INSTITUCIONAL



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

- F. Para dar mayor seguridad a las cuentas, los nombres de usuarios tendrán entre 6 y 15 caracteres, en altas y bajas; se procurará que sean de fácil identificación, aplicando el criterio de uniformidad.
- G. La biografía de la cuenta incluirá la ubicación de la institución y estará enlazada a una web oficial para evitar su uso fraudulento. Si al momento de abrir la cuenta existieran cuentas falsas o apócrifas de la entidad, se usará la extensión "oficial" de manera temporal hasta que se consiga eliminar las cuentas falsas o apócrifas.
- H. Todas las cuentas de redes sociales llevarán como imagen de perfil (avatar) el logotipo de la entidad, de acuerdo al Manual de Identidad Gráfica del mismo.

CAPITULO – 17 DE LA SEGURIDAD

- A. Las cuentas de redes sociales tendrán activado el sistema de seguridad denominado "autenticación en dos pasos", que se encuentra ubicado en la configuración de cada red social.
- B. Para mayor seguridad, las contraseñas se crearán utilizando mayúsculas, minúsculas, números y signos, formando una cadena impredecible de caracteres que no se asemejen a palabras o nombres.
- C. Se recomienda crear contraseñas distintas para cada cuenta de red social que utilice el sector o la entidad.
- D. La custodia de las cuentas y contraseñas, así como los correos asociados a las redes sociales institucionales, estarán a cargo del administrador de las cuentas de redes sociales y del titular de la Unidad de Imagen Institucional u otra unidad orgánica que haga sus veces.
- E. Para mayor seguridad, las contraseñas de las redes sociales y correos asociados se modificarán con una frecuencia mensual.
- F. No se compartirán las contraseñas de las cuentas de redes sociales a través de aplicaciones de mensajería instantánea. Solo se utilizarán los canales seguros y oficiales, como el correo institucional.
- G. Está prohibido cambiar el nombre de la página y usuario de la cuenta, sin previa coordinación con el titular de la Unidad de Imagen Institucional u otra unidad orgánica que haga sus veces, bajo responsabilidad, para evitar el riesgo de perder la insignia de verificación (check azul) de la red social.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Manuel Carrion Panduro
JEFE DE UNIDAD INSTITUCIONAL



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

- H. Se recomienda no ingresar a páginas web, enlaces sospechosos y software maliciosos desde los dispositivos con los cuales se administran las redes sociales institucionales, para evitar el posible hackeo a las cuentas.
- I. Se recomienda no usar herramientas digitales para monitoreo o recolección de datos de dudosa procedencia en el mismo equipo en el que se administran las cuentas, ya que pueden contener malwares o causar ataques de phishing.
- J. Durante la implementación de campañas publicitarias digitales, en las que se debe otorgar accesos a las agencias de medios, se les asignará el rol de anunciante. También se les podrá brindar permisos desde el Business Manager, dando a la agencia el rol de socio con su ID. Es importante verificar que la agencia de medios no tenga permisos de campañas anteriores. El rol de anunciante se elimina una vez concluida la campaña.
- K. La unidad de imagen institucional u otra unidad orgánica que haga sus veces, o la persona que este designe, supervisará mensualmente los permisos y roles de la página, a fin de verificar la vigencia de las mismas.

CAPITULO – 18 SOBRE LA ADMINISTRACIÓN DE LAS CUENTAS

- A. El administrador de las cuentas de redes sociales es el responsable de generar, posicionar y sostener las relaciones de la institución con sus seguidores en el ámbito digital, de acuerdo a sus demandas de información y a la estrategia de comunicación de la entidad.
- B. Solo la Unidad de Imagen Institucional, el responsable de la administración de las cuentas y evitar posibles hackeos o pérdida de accesos. La responsabilidad de la custodia de correos, usuarios y contraseñas será parte de las funciones del encargado.
- C. La Unidad de Imagen Institucional, elaborará reportes con métricas cualitativas y cuantitativas en las que se detalle estadísticas y cifras del alcance, impacto, crecimiento de usuarios y demás datos que ayuden a realizar un análisis en mejora de las publicaciones.
- D. La Unidad de Imagen Institucional a cargo de la gestión y la administración de las cuentas desarrollarán sus labores en el marco del Código de Ética de la Función Pública y las disposiciones administrativas aplicables.

CAPITULO – 19 DE LOS CONTENIDOS

- A. Las cuentas de redes sociales de la Municipalidad Distrital de Yuyapichis, se utilizan para orientar, informar y educar a la ciudadanía respecto de los servicios que el Estado ha puesto a su disposición, de las decisiones que toman sus autoridades; para

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Manuel Carrion Panduro
JEFE DE IMAGEN INSTITUCIONAL



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

sensibilizar y generar cambios de actitud en diferentes temas, así como para dar a conocer las acciones y avances de la institución en el marco de sus objetivos. Sus contenidos responden a la necesidad de información de la población y a la estrategia de comunicación de la institución evidenciada en su Plan de Comunicación Digital.

- B. El titular de la Unidad de Imagen Institucional u otra unidad orgánica que haga sus veces, o la persona que designe, será la responsable de validar y aprobar la publicación de contenidos en las redes sociales. Las iniciativas de contenidos pueden llegar de diferentes áreas o de cualquier miembro del equipo.
- C. Los contenidos de las cuentas de redes sociales se actualizan de manera constante y permanente; la periodicidad de publicaciones diarias dependerá de cada plataforma. Facebook: mínimo tres (3) post al día y con un margen de dos horas de diferencia entre publicación y publicación. Twitter: mínimo cinco (5) tuits al día. Instagram: mínimo una o dos veces al día. TikTok: mínimo tres veces a la semana. YouTube: mínimo tres veces a la semana
- D. El contenido publicado debe mencionar a las instituciones o fuentes a fin de contar con un mayor respaldo y credibilidad respecto de la información proporcionada
- E. Está prohibido publicar en las redes sociales de la municipalidad distrital de Yuyapichis, imágenes o lenguaje que pueda ser considerado ofensivo, discriminatorio, denigrante o difamatorio contra alguna(s) persona(s) o grupo social. Asimismo, se respetarán las normas de convivencia que aparecen en el anexo 3 de esta directiva.
- F. Se respetarán los derechos de autor, la protección de datos personales, el honor de las personas y demás deberes y obligaciones contenidos en las normativas vigentes.
- G. Los materiales gráficos realizados por terceros deberán indicar siempre la fuente y no alterar su contenido de forma y fondo.
- H. Está prohibido hacer propaganda política, proselitismo, publicidad sobre algún bien o servicio privado en las cuentas de redes sociales de la municipalidad
- I. Es obligación de la municipalidad dar estricto cumplimiento a lo dispuesto por el Jurado Nacional de Elecciones con respecto a la difusión de publicidad estatal en período electoral de acuerdo a la ley vigente.
- J. La información que se difunda por medio de las cuentas de redes sociales de la municipalidad será considerada oficial, por lo que deberá evitarse la publicación de información errónea, confusa, contradictoria o de fuentes no identificadas.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Manuel Varrión Panduro
JEFE DE IMAGEN INSTITUCIONAL



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION
DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

- K. Las interrogantes que realicen los usuarios mediante las redes sociales serán derivadas a las áreas correspondientes para su registro y atención, conforme a Ley.
- L. La interacción con los usuarios debe ser autorizada por la jefatura de imagen institucional otra unidad orgánica que haga sus veces.
- M. En el caso de ser la primera vez, No se bloquearán o eliminarán mensajes de los usuarios, es importante recoger la percepción y sentimiento del usuario mediante sus expresiones. Los mensajes agresivos, ofensivos y amenazantes se ocultarán o se denunciarán en la plataforma respectiva. EL ADMINISTRADOR solo tiene potestad de ocultar comentarios con contenido inapropiado y grosero que atenten contra la moral y respeto a los usuarios
- N. En el caso de ser constante y permanente los comentarios con contenido inapropiado y grosero que atenten contra la moral y respeto a los usuarios Si se bloquearán o eliminarán mensajes de los usuarios, con expresiones. Y mensajes agresivos, ofensivos y amenazantes, a su vez será reportado a la red social que corresponda
- O. En el caso que un usuario no identificado, que utilizando las redes sociales realice comentarios agresivos con contenido inapropiado, grosero dañando la honra y dignidad de las autoridades a su vez dañando la imagen y el prestigio de la entidad municipal, Si será bloqueado y reportado a la red social que corresponda. y se procederá a formular la denuncia ante las autoridades competentes,
- P. Los usuarios y público en general podrán, comentar, compartir, darle me gusta y realizar sus consultas, sin que transgreda las normas de convivencia y lo indicado en los números (M) (N) (O)
- Q. Los responsables del manejo de redes sociales deberán informar a sus superiores o a las instancias competentes acerca de los asuntos y temas relevantes que sean tratados por medio de las redes sociales y que puedan afectar la imagen de la institución.
- R. Las medidas de las gráficas varían según la plataforma y su uso es de carácter obligatorio.
- S. Antes de publicar fotografías y/o videos, se debe solicitar permiso a la(s) persona(s) que aparecen en ellos. Si se utiliza una imagen que no ha sido producida por el propio equipo de comunicación del sector, se identificará y reconocerá la imagen original con los créditos correspondientes.
- T. Las cuentas de redes sociales se usarán para transmisiones en vivo de la municipalidad, solo si existe un convenio interinstitucional de por medio,

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Manuel Carrion Panduro
JEFE DE IMAGEN INSTITUCIONAL



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

previamente autorizado por el titular de la Oficina de Comunicaciones del sector. Estas transmisiones no deberán exceder de los 30 minutos. En caso se trate de eventos de mayor duración, solo se transmitirán los momentos más importantes. Twitter: 1080x600 Facebook e Instagram: 1080x1080 Historias de Instagram: 720x1280

CAPITULO – 20 De la transferencia de administración de las cuentas

- A. La transferencia de la administración de las cuentas de redes sociales institucionales es supervisada por el titular de la Oficina de Comunicaciones, quien cautela las contraseñas de las mismas, para un traslado ordenado y seguro de su administración.
- B. El titular de la Unidad de Imagen Institucional Oficina o la oficina que haga sus veces deberá verificar la vigencia de los correos, usuarios y contraseñas y las entregará al nuevo responsable, bajo las mismas condiciones de seguridad que las tuvo su antecesor y como parte de sus funciones de trabajo.
- C. Una vez establecidos los nuevos roles de página por el nuevo responsable de la administración de las redes sociales, se retirará de la administración al responsable anterior.
- D. No se permite mantener en los roles de página a personal que ya no trabaje en el área de gestión de redes sociales de la institución. La Unidad de Imagen Institucional será responsable por dicha omisión.

CAPITULO – 21 DE LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS DE ACTOS OFICIALES

- A. Los mensajes (tuits, post y videos) se difunden bajo el liderazgo de las cuentas oficiales de la municipalidad,
- B. Todo material audiovisual (fotos o videos) que se publica en redes sociales sobre las acciones referidas a la conferencia de prensa del titular de la entidad será coordinado con la Secretaría general para su posterior difusión

CAPITULO – 22 SOBRE LA SUPERVISIÓN DE LAS CUENTAS INSTITUCIONALES

- A. Todas las cuentas de redes sociales institucionales de la Municipalidad Distrital de Yuyapichis serán sometidas a ejercicios de evaluación sobre su actividad de manera mensual por parte de la Unidad de Imagen Institucional de la entidad o la unidad que haga sus veces
- B. La Unidad de Imagen Institucional de la entidad remitirá trimestralmente a la Secretaría general un informe con métricas cualitativas y cuantitativas las que muestren estadísticas y cifras de alcance, impacto, crecimiento de usuarios,



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNÍN Y AYACUCHO"

interacciones y demás datos que ayuden a evaluar la eficiencia y eficacia de las cuentas implementadas.

- C. Para tener un mayor impacto con las publicaciones institucionales, se recomienda a la Unidad de Imagen Institucional de la municipalidad realizar a la interna reportes semanales y/o quincenales de tendencias de la audiencia de las plataformas, identificando los contenidos de más éxito, los horarios de mayor interacción y las conversaciones que se posicionaron para poder actuar proactivamente, realizando los ajustes correspondientes en el Plan de Comunicación Digital.
- D. Se recomienda hacer un monitoreo diario de los mensajes que se difunden en las redes y tener la capacidad de ajustar el plan en base al momento y al contexto. Una publicación en el momento inadecuado puede ser contraproducente e incluso generar una crisis, por más que el contenido haya estado bien trabajado.

TITULO 4

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

CAPITULO – 23 DISPOSICIONES

- A. La oficina de asesoría jurídica, emitirá una opinión acerca del alcance e interpretación de las disposiciones de la presente directiva. Con una conclusión de observación, desfavorable o favorable para su aplicación y cumplimiento
- B. La Secretaría general, en el marco de sus funciones, brinda soporte técnico, formula sugerencias y supervisa su implementación.
- C. La Secretaría general, mediante la Coordinación de con la unidad de imagen institucional, elaborará un directorio de redes sociales de la municipalidad,

ANEXOS

- Anexo 1: Estructura del Plan de Comunicación Digital
- Anexo 2: Estructura del informe trimestral sobre cuentas de redes sociales
- Anexo 3: Propuesta de normas de convivencia de redes sociales.
- Anexo 4: contenido de la directiva



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

ANEXO 1

ESTRUCTURA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

1. ANÁLISIS

Se realizará un análisis sobre ¿Cómo se gestionarán las redes sociales? ¿Qué se quiere que vea tu público cuando te haya encontrado? ¿De qué vas a hablar con tu público objetivo? ¿Qué mensajes le harás llegar? ¿Cuál va a ser tu tono? ¿Cuáles son tus palabras clave (etiquetas)?

2. OBJETIVOS

¿Qué objetivos se desea lograr por medio de las redes sociales? La respuesta debe abarcar los objetivos y las acciones de comunicación digital.

3. PÚBLICO OBJETIVO

Define tu público objetivo respondiendo a ¿Quiénes son? ¿Dónde están? ¿Cómo hablan? ¿Qué esperan de ti? Es importante segmentar el nicho de nuestros públicos para brindarles información.

4. MENSAJE

Su elaboración dependerá de lo que se va a decir, cómo lo vas a decir y por qué lo vas a decir, de acuerdo a la red social a utilizar.

5. ESTRATEGIA DIGITAL

¿Cuáles son las herramientas que vas a utilizar? y ¿Qué acciones en cada una de ellas? Se sugiere plantear nuevos formatos de contenidos, de corte utilitario y de interés para la ciudadanía y públicos a los que se va a dirigir.

6. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL A UTILIZAR

Los sitios web, blogs, redes sociales, boletines informativos o boletín de noticias y los podcast. Portal de transparencia gop.pe

7. ACCIONES

Las 4 C: Contenido, Contexto, Conexión y Comunidad.

Se elaborará un plan de posteo semanal

- ¿Cómo conseguir fans, seguidores...?
- Storytelling
- Publicidad
- Relaciones Públicas – integración en la web/blog etc..



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

8. INDICADORES

¿Qué puedes medir? Monitoriza relaciones / reputación online

- Atención: tráfico, tiempo en la web, usuarios únicos, usuarios recurrentes...
- Participación: comentarios en los blogs, vistas en YouTube, "me gusta" en Facebook...
- Autoridad: citas a nuestra marca, menciones, links entrantes...
- Influencia: seguidores, suscriptores por mail, sindicación de feeds, fans en Facebook, followers en Twitter..

9. RECURSOS REQUERIDOS

Pendiente

10. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

Pendiente

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Manuel Carrion Panduro
JEFE DE IMAGEN INSTITUCIONAL



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

ANEXO 2

ESTRUCTURA DEL INFORME TRIMESTRAL SOBRE CUENTAS DE REDES SOCIALES

Facebook las mejores publicaciones de cada mes se deberán de medir por los posts que obtuvieron y el numero de alcance mas alto

FACEBOOK 10 MEJORES PUBLICACIONES DEL MES					
N°	ALCANCE	INTERACION	INTERACION X 100	FECHA	LINK DE LA PUBLICACION
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

Twitter las mejores publicaciones de cada mes se deberán de medir por los tuis que obtuvieron y el número de alcance más alto

TWITTER 10 MEJORES PUBLICACIONES DEL MES					
N°	ALCANCE	INTERACION	INTERACION X 100	FECHA	LINK DE LA PUBLICACION
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

YouTube 10 las mejores videos de cada mes se deberán de medir por los tuis que obtuvieron y el número de alcance más alto

YOUTUBE 10 MEJORES VIDEOS DE CADA MES					
N°	ALCANCE	INTERACION	INTERACION X 100	FECHA	LINK DE LA PUBLICACION
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

Otros medios de comunicación digital y redes sociales se medirán por los 10 mejores publicaciones y videos de cada mes

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Mendieta
JEFE DE IMAGEN INSTITUCIONAL



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

ANEXO 3

PROPUESTA DE NORMAS DE CONVIVENCIA PARA LA INTERACCIÓN EN LAS CUENTAS DE REDES SOCIALES

La Municipalidad Distrital de Yuyapichis, por medio de sus cuentas en redes sociales promueve y garantiza una convivencia respetuosa y armoniosa con sus usuarios, por ello:

- A. Evita conflictos y comentarios negativos que puedan afectar a cualquier usuario y atentar contra su honor, intimidad y propia imagen.
- B. Crea un ambiente agradable para las intervenciones entre el autor principal de la cuenta y sus contactos.
- C. Reconoce y aprecia la intervención de los seguidores, agradeciendo los posts y contenidos publicados, especialmente aquellos que agregan valor a la cuenta institucional.
- D. Respeta la privacidad de los demás no publicando contenido privado extraído de cuentas personales sin el consentimiento de sus autores.
- E. Las cuentas institucionales tienen la potestad de utilizar los sistemas de denuncia que brindan las redes sociales, si fuera necesario, en los casos que un usuario no cumpla con las normas de convivencia de su comunidad digital.
- F. Evita el cyberbullying.
- G. Modera las críticas hacia otras personas. Tu libertad de expresión termina donde comienzan los derechos de los demás. Si atentas contra el honor o intimidad de una persona puedes cometer un delito.
- H. Utiliza etiquetas positivas. No utilices etiquetas que resulten ofensivas para otras personas.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Manuel Carrion Panduro
JEFE DE IMAGEN INSTITUCIONAL



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS

PUERTO INCA - HUANUCO

"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACION DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACION DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNIN Y AYACUCHO"

ANEXO 4

CONTENIDO DE LA DIRECTIVA

INTRODUCCIÓN

- Objetivo
- Alcance
- Base normativa
- Responsabilidades

DISPOSICIONES GENERALES /DEFINICIONES

- Campañas comunicacionales
- Campañas orgánicas
- Comunicación digital
- Administración de redes sociales
- Métricas
- Oficina de imagen institucional
- Pieza comunicacional
- Plan de comunicación digital
- Público objetivo
- Roles de la pagina
- Criterios generales

DISPOSICIONES ESPECIFICAS

- Sobre la creación y seguridad de las cuentas
- De la seguridad
- Sobre la administración de las cuentas
- De los contenidos
- De la transferencia de administración de las cuentas
- De la difusión de contenido de actos oficiales
- Sobre la supervisión de las cuentas institucionales

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

- Disposiciones
- Anexos

CONTENIDO

- 4 títulos
- 23 capítulos
- 4 anexos

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YUYAPICHIS
Victor Manuel Corion Panduro
JEFE DE IMAGEN INSTITUCIONAL