

Manejo de redes y medios sociales

La información publicada en nuestras redes y medios sociales institucionales, circula y se propaga por internet libremente en segundos. Publicar una información errada, ofensiva, difamatoria o simplemente el hecho de emitir una palabra o comentario equivocado puede traer graves consecuencias para la reputación e imagen corporativa de la Institución.

Internet es un espacio prácticamente sin límites que tiene una larga memoria, los motores de búsqueda se encargan de indexar día a día la información publicada en la web, borrar por completo la huella de una publicación indeseada es un asunto bastante complejo.

Por esta razón, hemos decidido establecer una política interna para el manejo de las redes sociales de la Institución, con el fin de evitar malentendidos o inconvenientes que puedan traer consecuencias negativas para la Institución.

Política de manejo de redes sociales de la Corporación Universitaria Americana, sede Barranquilla

FECHA DE LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN: 05/06/2020

Esta política rige para las publicaciones y los comentarios realizados en medios y redes sociales realizadas por los empleados a nombre de **Corporación Universitaria Americana**. Para efectos y alcance de esta política, se incluye el uso redes sociales tales como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, SlideShare, Google+, YouTube y todos los blogs y sitios web dónde se hagan comentarios o publicaciones relacionadas o a nombre de la Institución.

1. Uso de las redes sociales:

Sólo los empleados asignados y previamente capacitados para administrar y publicar contenido en las redes sociales de la Institución podrán hacerlo de acuerdo con los lineamientos de esta política. Las publicaciones y comentarios realizados son responsabilidad de sus autores y se asemejan a cualquier otro tipo de comentario hecho fuera de las redes sociales, con responsabilidad, respeto y siguiendo la filosofía y los valores de la Institución.

2. Manejo de información confidencial:

El objetivo al usar las redes sociales, es convertirlas en un instrumento para interactuar con transparencia y honestidad con la audiencia, pero en ningún momento se debe publicar información sensible y confidencial que pueda afectar la operación y desarrollo de la compañía. Los detalles de los productos y servicios próximos a lanzarse, las informaciones financieras de la compañía y las estrategias

comerciales sólo se manejarán al interior de la Institución y está prohibida su divulgación en las redes sociales.

3. Privacidad de las redes sociales:

Es responsabilidad de los encargados de administrar las cuentas en redes sociales de la Institución aplicar restricciones sociodemográficas, geográficas, etc., siempre que sea necesario que algunas personas en particular no puedan ver ciertas informaciones de la cuenta. Las redes deben mostrar la información públicamente tal y como lo hace el sitio web de la Institución. Se debe limitar el rango y el alcance de las personas que pueden ver la información publicada en las redes y medios sociales según la indicación del encargado de redes sociales.

[Como ejemplo de esta norma, la Institución puede restringir el acceso a los datos de contacto de sus seguidores de LinkedIn para garantizar su privacidad. También puede permitir comentarios en las publicaciones de su blog corporativo, pero los revisa antes de ser publicados para evitar contenido tergiversado o irrespetuoso.]

4. Honestidad en las publicaciones:

La transparencia y la honestidad deben estar presentes en toda la información y comentarios publicados en las redes sociales. No se deben usar nombres falsos ni realizar comentarios anónimamente, no publicar información falsa sobre productos o servicios de la Institución y no generar falsas expectativas en la audiencia.

5. Manejo de Quejas, Reclamos, Sugerencias, Felicitaciones o Peticiones “QRSFP”

En caso de recibirse una QRSFP se debe dar un tratamiento adecuado, de acuerdo a lo establecido en el Sistema de Gestión de Calidad, según lo indica el P DE 009 Procedimiento de Quejas, Reclamos, Sugerencias, Felicitaciones o Peticiones “QRSFP”, y deben ser remitidas al correo de la oficina de calidad: coordinacioncalidad@coruniamericana.edu.co, para su respectivo tratamiento, seguimiento y cierre de la QRSFP.

6. Derechos de autor:

Tal como lo establece la LEY 23 DE 1982 “Sobre Derechos de Autor” y LEY 1915 del 12 de julio de 2018 “Por la cual se modifica la LEY 23 de 1982 y se establecen otras disposiciones en materia de Derechos de Autor y Derechos conexos, está prohibido adjudicarse la autoría de información realizada por terceros. Cualquier contenido publicado cuyo autor sea diferente a la Institución, debe ser citado y en lo posible incluir el enlace a la publicación original. Se debe comprobar siempre que la

información y los contenidos de terceros que se utilicen sean verídicos para evitar inconvenientes.

7. Respeto:

El respeto debe primar en cualquier publicación o comentario realizado en las redes sociales de la **Corporación Universitaria Americana** o en las redes personales de los empleados cuando se refieran a la Institución. Se recuerda que el lenguaje y el tono utilizado en las redes refleja los valores, la filosofía y la visión de la Institución y eso, lo notarán los clientes o potenciales clientes.

Evitar entrar en discusiones y controversias con la audiencia y nunca responder a insultos o a palabras obscenas.

Demostrar la importancia que tienen los clientes para la Institución y hacerlos sentir valorados y respetados con los comentarios y publicaciones. Si se encuentran comentarios irrespetuosos o difamatorios sobre la **Corporación Universitaria Americana** en otros sitios, se comunicará a la alta dirección, evitando actuar personalmente.

8. Protección de terceros:

La Protección de sus Datos Personales es muy importante para nosotros LEY 1581 de 2012, Decreto Reglamentario 1377 De 2013. La **CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AMERICANA** como Institución de Educación Superior ha velado por la confidencialidad de todos los datos personales de sus estudiantes, proveedores y terceros desde todos los procesos. A fin de darle cumplimiento al artículo 10 del decreto 1377 de 2013, que reglamentó la Ley 1581 de 2012, la Corporación Universitaria Americana informa que previa la expedición de la norma, se han organizado los datos personales de los estudiantes, proveedores y terceros, que son adecuados para el desarrollo de la actividad de formación y consultoría continua de la institución.

Teniendo en cuenta la Política de Protección de Datos, se debe evitar mencionar o citar información de terceros tales como clientes, socios o proveedores de la Institución, hacerlo sólo cuando sea estrictamente necesario y con la respectiva autorización. No revelar detalles o informaciones privadas de clientes tales como direcciones físicas o electrónicas, teléfonos de contacto o descripción de la relación que tienen con la Institución. Esa información no debe ser pública a menos que así se establezca previamente.

9. Use del sentido común:

Manejar las redes sociales con las mismas reglas y acuerdos que se manejan en la oficina, esto quiere decir: con respeto y evitando mencionar o ventilar asuntos que nada tengan que ver con los temas y contenidos que se le quieren transmitir a la

audiencia. Teniendo en cuenta las consecuencias de los actos siempre antes de realizar cualquier publicación o comentario.

10. Uso personal:

Separar siempre las opiniones personales de la Institución. Cuando se haga a título propio, se le especificará a la audiencia la relación que se guarda con la institución. Evitar comentarios negativos o inadecuados acerca de la institución. Si se tiene alguna queja sobre el trabajo, se comunicará personalmente al encargado en la institución, pero nunca haciéndolo público en redes sociales, puesto que este no es el espacio indicado para ello. Esto aplica para cualquier publicación o comentario que se haga acerca de la institución en cualquiera de las redes personales o en los diferentes sitios webs y blogs.

11. No descuidar el trabajo:

No dejar de cumplir con las tareas en la institución por dedicar todo su tiempo a la administración y gestión de las redes sociales. Destinar el tiempo adecuado para publicar información o responder las inquietudes y solicitudes de la audiencia en las redes, sin olvidar que se debe seguir cumpliendo con las funciones normales que indica el cargo en la institución.

12. Aplicación y sanciones:

La presente política aplica desde el día de su publicación y divulgación entre los empleados de la Institución. Al mismo tiempo se les comunicarán las sanciones, amonestaciones (llamados de atención, descargos o memorandos) a los que dará lugar el incumplimiento de los lineamientos y reglas contenidas en este documento y que estarán contempladas dentro del contrato laboral de quienes ejerzan estas funciones. Cualquiera violación grave de las obligaciones generales y específicas que corresponden al trabajador de acuerdo con las políticas de manejo de redes y medios sociales de la Corporación Universitaria Americana, y con los artículos 58 y 60 del Código Sustantivo del Trabajo, se aplicara el artículo 62 ibídem, respecto a la terminación del contrato de trabajo por justa causa.

Si tiene alguna duda o inquietud respecto a esta política, por favor contáctese con comunicacionesbq@coruniamericana.edu.co