



**Política de Manejo y Uso de Redes Sociales**

## I. GENERALIDADES

Los Social Media son una nueva rama de programas informáticos que permiten que la gente realice cosas conjuntamente, o en su aceptación más moderna, colaborativamente.

Las Redes Sociales son plataformas digitales de comunicación que dan el poder al usuario para generar contenidos y compartir información a través de perfiles privados o públicos.

Alaver abalado a una cultura de servicios decide implementar las nuevas tecnologías sociales como una nueva forma de interacción social.

## II. OBJETIVOS

Crear un canal de comunicación directa entre la empresa y su público objetivo. Reforzar la imagen de la marca. Incrementar el tráfico del portal. Ganar Aliados.

## III. ALCANCE

El alcance de esta política aplica a todos los públicos de ALAVER, tanto interno como externo.

## IV. MARCO LEGAL

- Ley monetaria y financiera 183-02.
- Ley sobre crímenes y delitos de Alta tecnología 53-07.
- Ley sobre comercio electrónico, documentos y firma digital 126-02.
- Manual de Ética.

## V. TÉRMINOS

**Web 2.0:** un espacio vibrante donde se le da importancia a la interconexión social y reconoce el valor que cada individuo aporta al conjunto.

**Redes Sociales:** son plataformas digitales de comunicación que dan el poder al usuario para generar contenidos y compartir información a través de perfiles privados o públicos.

**Community Manager:** Es la persona que se relaciona directamente con el cliente/usuario y defiende sus derechos legítimos, sus opciones dentro de la comunidad y sus intereses.

**Social Media Marketing (SMM):** es aquella variante de la disciplina del marketing cuya estrategia gira en torno a la utilización de herramientas de la web 2.0 basada en la participación social y en la inteligencia colaborativa.

**Reputación On Line:** La reputación online debe ser un eslabón a cuidar de la entidad, y en las que interfieren puntos como: La palabra de marca, las palabras claves que se asocian a la misma, facilitar un espacio para la interacción democrático, en el que se realicen respuestas acertadas.

**Analítica web:** es la forma de auditoría que utilizan los medios online para verificar y certificar la veracidad de los datos arrojados por los diferentes sistemas de medición.

## **VI. Políticas Generales**

### **Público en General**

1. Las interacciones serán realizadas de 8 de la mañana a 5 de la tarde, de lunes a viernes.
2. Los mensajes ofensivos dirigidos hacia un usuario, empleado de la asociación o la misma entidad, serán eliminados
3. Se manejarán por mensajes privados las respuestas o preguntas en las cuales se involucre la identidad y documentación de los asociados.
4. No se puede postear Publicidad o promociones de ninguna índole sin la debida autorización de la dirección de negocios.
5. No se permite postear publicidad o promoción de ninguna índole que no sea de la asociación.
6. En You Tube no se ofrecerá ningún tipo de información sobre productos y/o servicios, la interacción es dada con la colocación de las piezas publicitarias y su hoja técnica.
7. Facebook y Twitter serán utilizados con fines de marketing, herramienta de orientación financiera y servicio al cliente.
8. Toda persona que comenta o publica contenidos es personalmente responsable de los mismos.
9. En todo momento se debe mostrar la debida consideración a la privacidad de los demás, temas que considerados inaceptables o inflamatorias, como la política y la religión, no son permitidos.
10. No se puede utilizar los logotipos o marcas comerciales de ALAVER, a menos que cuente con la autorización para ello.

## **Sanciones**

1. El incumplimiento de las políticas de manejo y uso de redes sociales conlleva a las sanciones impuestas por las mismas, al igual que el marco legal que la sustenta.