

GUÍA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS DE LA ENTIDAD EN REDES SOCIALES


CR-DR-012



**Comercio,
Industria y Turismo**



**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Comunicación Estratégica y Relacionamento con
los grupos de valor
Junio 2026**

	Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor				
	GUÍA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS DE LA ENTIDAD EN REDES SOCIALES				
	Código:	CR-DR-012	Versión:	00	Fecha:

1. OBJETO

Definir las actividades, controles y registros necesarios para la publicación y divulgación de información de interés para la ciudadanía sobre la gestión del Ministerio, a través de las cuentas de la entidad en redes sociales.

2. ALCANCE

Aplica para el Grupo Comunicaciones. Inicia con la necesidad de dar a conocer las noticias, logros, políticas, planes, programas y proyectos de la gestión de la Entidad. Finaliza con la publicación de la misma en las cuentas institucionales del Ministerio en las redes sociales y su interacción con los demás usuarios, si esta se da.

3. DEFINICIONES

3.1 COMMUNITY MANAGER: es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con cualquier usuario interesado en la marca.

3.2 ENLACE: Navegador web de código abierto en modo texto

3.3 HASHTAG: Es una etiqueta precedida de un carácter especial (#) con el fin de que tanto el sistema como el usuario la identifiquen de forma rápida. Enmarca un tema, tendencia, evento, etc., y puede ser utilizada en redes como Facebook, Twitter, Instagram y Google+

3.4 MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL: FTP con el usuario y contraseña donde se encuentra el manual y las plantillas de la marca gobierno.

3.5 MATERIAL AUDIOVISUAL: comprende los audios, videos y reels que se producen con el objetivo de apoyar con vocería la información generada para medios de comunicación y redes sociales.

3.6 MATERIAL GRÁFICO: se refiere a las fotografías y piezas de diseño gráfico, como infografías y piezas que se utilizan para la difusión en las estrategias de comunicación.

3.7 PIEZA GRÁFICA: elemento gráfico que contiene textos e imágenes especialmente diseñado para redes sociales.


4. NORMATIVIDAD

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA

ARTICULO 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva.

DOCUMENTO CONTROLADO

Cualquier copia o impresión de este documento se considera copia no controlada y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo no se hace responsable por su uso

	Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor				
	GUÍA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS DE LA ENTIDAD EN REDES SOCIALES				
	Código:	CR-DR-012	Versión:	00	Fecha:

Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

ARTICULO 73. La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional.

4.1 SENTENCIA C-087 DE 1998.

1. La Libertad de Información.

"Las consideraciones hechas en torno a la libertad de opinión son esencialmente aplicables a la de información, pues la Constitución les da idéntico alcance al consagrarlas ambas (en la misma norma), como derechos fundamentales: "Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial..."".

El secreto profesional es inviolable.

2. La libertad de información y el riesgo social.

Es difícil imaginar alguna actividad social exenta de efectos riesgosos no sólo para el que la cumple sino para el receptor o el sujeto pasivo. Tal evidencia ha determinado cambios sociales significativos a los cuales no está sustraído el derecho. La sustitución de la culpa por el riesgo creado, como presupuesto de la responsabilidad civil, es una buena prueba de lo que se afirma.

Los riesgos son anejos a la vida social; eliminarlos resulta utópico y precaverlos tiene su costo. Cuánto y por precaver cuáles, depende del sistema político que se elija. No parece arriesgado afirmar que a mayor libertad mayores riesgos, pero los regímenes que hacen del respeto a la dignidad humana su fundamento le asignan a ese valor un sitio privilegiado en la escala axiológica. Sólo aceptan restringirla por razones irresistibles, como cuando su ejercicio excesivo no se concilia con la necesidad de convivir. No puede, pues, pensarse que a todo posible riesgo haya que responder con una restricción a un bien de tan alta jerarquía"...


5. CONDICIONES GENERALES

5.1. PUBLICACIÓN DE NOTICIAS PROPIAS

Una vez se cumple el procedimiento Publicación de contenidos en la sede electrónica, en lo relacionado con los materiales periodísticos, generados por el Grupo Comunicaciones, el gestor de contenidos de la sede informa a las personas encargadas de la actualización de las redes sociales (*Community Manager* y Estratega Digital) el enlace de la publicación. Posteriormente el responsable de las redes, publica la noticia (enlace) de acuerdo con la programación del día y la relevancia de la información, para mantener orden en los temas de publicación.

DOCUMENTO CONTROLADO

Cualquier copia o impresión de este documento se considera copia no controlada y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo no se hace responsable por su uso

	Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor				
	GUÍA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS DE LA ENTIDAD EN REDES SOCIALES				
	Código:	CR-DR-012	Versión:	00	Fecha:

De la misma forma, como complemento de los productos periodísticos escritos se pueden elaborar piezas gráficas, fotográficas o de video para ser publicadas en las cuentas de redes sociales de la Entidad. Para esto, las piezas serán aprobadas en desarrollo del procedimiento: Producción y difusión de materiales periodísticos y enviadas, por parte del Asesor de Comunicaciones, del Coordinador(a) del Grupo Comunicaciones, a los encargados de su publicación en las redes sociales.

5.2 SINERGIAS DE GOBIERNO

La Secretaría de Prensa de la Presidencia de la República envía contenidos para que las entidades apoyen temas específicos de la Presidencia o de otras entidades gubernamentales, mediante publicaciones en sus cuentas de redes sociales.

En este caso, previa definición con el Asesor de Comunicaciones o con el Coordinador (a) del Grupo Comunicaciones, se brinda apoyo de acuerdo con la coyuntura y afinidad con los temas del Sector, para lo cual se tienen en cuenta las directrices del despacho del ministro (a) sobre la oportunidad de las publicaciones.

De la misma forma, desde el Ministerio se puede plantear la necesidad de realizar una Sinergia de Gobierno, como apoyo a estrategias de la Entidad, para lo cual se trabaja con la Secretaría de Prensa de la Presidencia, para que también sea apoyada por las otras entidades. Esta sinergia es previamente definida y aprobada por el Asesor de Comunicaciones y/o el Coordinador (a) del Grupo de Comunicaciones.

5.3 INQUIETUDES CIUDADANAS

A través de las Redes Sociales, los ciudadanos pueden enviar inquietudes que deben ser respondidas por la entidad. Para esto, hay preguntas básicas directamente relacionadas con la información publicada, como la fecha de realización de un evento o convocatoria, o el enlace para acceder a diversos programas, que pueden y son respondidas directamente por el *Community Manager* o el *Estratega Digital*.

Cuando las preguntas corresponden a temas puntuales de la misionalidad del Ministerio u otros temas de manejo interno no son respondidas por las personas encargadas de las redes. En este sentido, de acuerdo con los parámetros establecidos por la Secretaría General y el Grupo de Relación con el Ciudadano, se debe remitir al usuario al enlace de las PQRSD para su correspondiente flujo al interior de la Entidad.


5.4 PUBLICACIÓN DE TEMAS COYUNTURALES

Las personas encargadas de las redes monitorean los principales medios de comunicación y cuentas de redes sociales del Sector y de gremios afines para hacer seguimiento a los temas de interés para la entidad, con el fin de para republicar o definir pronunciamiento o respuesta por parte de la vocería del Ministerio.

6. SEGURIDAD

DOCUMENTO CONTROLADO

Cualquier copia o impresión de este documento se considera copia no controlada y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo no se hace responsable por su uso

	Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor				
	GUÍA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS DE LA ENTIDAD EN REDES SOCIALES				
	Código:	CR-DR-012	Versión:	00	Fecha:

La irrupción de las redes sociales en la cotidianidad del mundo permitió que cualquier persona pueda llegar a ‘hablar’ con los personajes más famosos en el arte, la música, la ciencia y, por supuesto, la política.

Sin embargo, lo que al comienzo fue solo nicho de buenas cosas pronto pasó a convertirse en un arma de doble filo que, si bien fortalecía la globalidad, empezó a evidenciar unas vulnerabilidades que ponían en riesgo la seguridad de la información publicada e incluso, la posibilidad de que terceros publicaran en nombre del titular de la cuenta.

Por esta razón, desde las mismas redes cada día se ofrecen a los usuarios diversas medidas que pueden adoptar para generar un circuito de seguridad para sus cuentas. A continuación, se relacionan las medidas básicas aplicadas desde el Grupo Comunicaciones a las cuentas institucionales en redes sociales, de acuerdo con asesorías de la Oficina de Sistemas de Información.

6.1. YOUTUBE

Se tiene agregado un segundo número de móvil para recuperación de la cuenta. Este número corresponde a alguien de planta del Grupo.

Frecuentemente se hace una revisión de dispositivos que se conectaron a la cuenta, para detectar conexiones de personas no autorizadas.

Se cuenta con la opción de palabras bloqueadas y estas se revisan y actualizan mensualmente.

Se tiene activo el *check* de la casilla respectiva para bloquear enlaces y hashtags.

Para transmisiones en vivo, se tiene configurado el *check box* del chat en vivo en la casilla “Dejar los mensajes de chat potencialmente inapropiados en espera de revisión”.

6.2. CORREO EXTERNO (CUENTA EN GMAIL)

Se tiene habilitada la opción “Verificación de Privacidad”, con el fin de omitir el acceso y monitoreo de Google al uso de la cuenta en términos de tendencias, consultas, hábitos y de mejorar las capacidades de privacidad de la cuenta.


Se tiene activo el historial de ubicaciones.

Se tiene deshabilitada la opción de verificación de historial de Youtube, con el fin de omitir el acceso y monitoreo de Google al uso de la cuenta en términos de tendencias, consultas, hábitos y de mejorar las capacidades de privacidad de la cuenta.

6.3. TWITTER

DOCUMENTO CONTROLADO

Cualquier copia o impresión de este documento se considera copia no controlada y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo no se hace responsable por su uso

	Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor				
	GUÍA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS DE LA ENTIDAD EN REDES SOCIALES				
	Código:	CR-DR-012	Versión:	00	Fecha:

Se tiene activa la verificación en dos pasos, para fortalecer la protección de robo de identidad en el acceso a la cuenta.

Las sesiones y el historial siempre se muestran para rastrear qué dispositivos están conectados y en qué momentos tuvieron actividad.

6.4. FACEBOOK

Se tienen dos administradores para la cuenta del MinComercio, una del *Community Manager* y la otra de un funcionario de planta del Grupo Comunicaciones.

El *Community* tiene en su Facebook habilitada la opción de autenticación en dos pasos.

Se tienen activas las notificaciones y alertas para los inicios de sesión.

Se tiene activada la función predeterminada de Facebook de moderación de palabras. A esta se agregan palabras y diariamente se moderan todos los comentarios, para minimizar afectaciones a la entidad.

Por protocolo de Gobierno no está permitido bloquear a ningún usuario desde el Fanpage, ni desde ninguna red social de la entidad, por derecho al acceso a la información, que en nuestro caso es pública.

6.5. INSTAGRAM

Se mantiene activa la autenticación en dos pasos.

Con frecuencia se debe hacer revisión de registros de actividad e inicio de sesión. Si se observa alguna ubicación u horario sospechoso, se debe eliminar la sesión y cambiar la credencial de inmediato.

FORMATOS ASOCIADOS


Correos electrónicos
Publicaciones en redes

HISTORIAL DE CAMBIOS

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
12/06/2026	0	Primera versión del documento para el nuevo Mapa de procesos. Código anterior: IC-GU-020. V02 Autorizada la migración por medio de correo electrónico de acuerdo con la versión vigente en ISOLución.

DOCUMENTO CONTROLADO

Cualquier copia o impresión de este documento se considera copia no controlada y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo no se hace responsable por su uso

	Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor				
	GUÍA ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS DE LA ENTIDAD EN REDES SOCIALES				
	Código:	CR-DR-012	Versión:	00	Fecha:

FLUJO DE APROBACIÓN

ELABORÓ		APOYO OAPS		REVISÓ		APROBÓ	
Nombre:		Nombre:	Carolina Huertas	Nombre:	Diamilia Rocío Aguirre	Nombre:	JOHN ALFONSO MORENO CORREA
Cargo:		Cargo:	Profesional Universitario	Cargo:	Profesional Especializado Grupo Comunicaciones	Cargo:	Asesor 1020 - 13 Coordinador Grupo Comunicaciones

DOCUMENTO CONTROLADO

Cualquier copia o impresión de este documento se considera copia no controlada y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo no se hace responsable por su uso