

# Manual de Redes Sociales de la Cámara de Comercio de Buga

---

## 1. Presentación

La Cámara de Comercio de Buga entiende las redes sociales como un canal estratégico para conectar con empresarios, emprendedores y comunidad. Este manual establece los lineamientos oficiales para garantizar una comunicación coherente, cercana y alineada con nuestra identidad corporativa.

## 2. Propósito de la Política

Orientar la gestión de redes sociales institucionales para:

- Fortalecer la reputación digital.
- Posicionar a la Cámara como un aliado del crecimiento de los empresarios.
- Incrementar la interacción y participación de nuestros grupos de interés en nuestras convocatorias.
- Promover actividades, servicios, programas y eventos para nuestros grupos de interés

## 3. Objetivos Estratégicos

1. Visibilizar a los comerciantes y empresarios del área de jurisdicción de la CCBuga.
2. Incrementar la cobertura e interacción de nuestros canales digitales
3. Posicionar a la CCBuga como una entidad que no solo promueve la formalización sino que trabaja por el fortalecimiento de los negocios.
4. Respalda la vocería institucional y el trabajo con aliados estratégicos.

## 4. Identidad y Estilo de Comunicación

- Tono: Cercano, cálido, optimista, motivacional y directo.
- Valores en redes: Confianza, innovación, acompañamiento, emprendimiento.
- Lenguaje visual: Dinámico, limpio y coherente con el Brandbook.

## 5. Lineamientos de Publicación

### Estructura del post perfecto:

1. Logo encapsulado CCBuga
2. Logo del área o programa
3. Pregunta relacional o título motivacional
4. Información clara y breve
5. Llamado a la acción (CTA)
6. Logos de aliados (cuando aplique)
7. Uso de @ y # institucionales

### Identidad visual:

- Colores corporativos: Azul Pantone 299c, Verde Pantone 353c, Negro
- Tipografía oficial: LATO y la familia FiraSans
- Imagotipo: Siempre presente en la parte superior izquierda

### Frecuencia de publicación:

- Mínimo 1 publicación diaria en cada red social

### Tipos de contenido:

- Convocatorias
- Eventos
- Historias de éxito empresarial
- Reels para tu negocio
- Fechas de interés y efemérides

## 6. Normas de Interacción

### Atención al usuario:

- Tiempo máximo de respuesta: 24 horas
- Responder siempre con respeto, cercanía y orientación al servicio

### Manejo de comentarios negativos:

- No borrar comentarios (salvo spam, lenguaje ofensivo o discriminatorio)
- Responder con empatía y ofrecer canal de atención directo
- Escalar a Comunicaciones, Directivos o Presidencia si el caso es crítico

## 7. Roles y Responsabilidades

- Área de Comunicaciones: Creación, programación, monitoreo y diseño de contenidos
- Áreas de la Cámara: Responder consultas de trámites y servicios
- Colaboradores: Solo pueden compartir contenidos institucionales, sin hablar en nombre de la Cámara sin autorización

## 8. Uso Responsable de Redes por Colaboradores

- Promover los contenidos oficiales compartiéndolos.
- No divulgar ni publicar información interna
- Mantener un lenguaje coherente con la imagen institucional. Calido, respetuoso y cercano.

## 9. Protocolos de Contingencia

- Crisis: activar comité de crisis
- Falsas publicaciones: reportar, denunciar y desmentir oficialmente de acuerdo con los niveles de vocería.
- Fallas técnicas: extender a soporte de plataformas digitales y área de TI de la Cámara de Comercio de Buga.

## 10. Ejemplo

- Remitirse al brand book de la entidad que puede encontrar en el siguiente enlace:

<https://www.ccbuga.org.co/kit-de-recursos-nuevo-logo-y-eslogan-ccbuga/>

## 11. Vigencia y Actualización

Este manual se revisará y actualizará cada año por el área de Comunicaciones de la CCBuga, garantizando su alineación con la estrategia digital y el Brandbook vigente.