



## Guía de Redes Sociales

### CLASIFICACIÓN

Este documento está clasificado como un Documento Guía de IAAC.

### AUTORIZACIÓN

Publicación No.	01
Preparado por:	Subcomité de Promoción
Fecha:	agosto de 2020
Revisión No.	00
Aprobado por:	Comité Ejecutivo
Fecha de Publicación:	26 de marzo de 2021
Fecha de Aplicación:	Inmediata
Número del Documento:	IAAC GD 048/21
Enviar preguntas a:	Secretariado de IAAC
Teléfono:	+52 (55) 9148-4300
e-mail:	secretariat@iaac.org.mx

### DISPONIBILIDAD:

Hay copias disponibles de este documento en español e inglés en el Secretariado de IAAC y en el sitio web de IAAC.

### DERECHOS DE AUTOR

IAAC posee los derechos de autor de este documento y no puede copiarse para su reventa.

Original: Español

## Guía de Redes Sociales

### 1. Objeto:

Este documento está desarrollado para establecer los lineamientos que la Secretaría de IAAC y los miembros de la Cooperación Interamericana de Acreditación deben seguir para todas las comunicaciones en línea en referencia a IAAC. También se aplica a las cuentas de redes sociales de IAAC.

### 2. Referencias

PR 023 – Procedimiento para Uso de Logo de IAAC y Autoridad para Hablar en Nombre de IAAC  
AD 013 –Manual de Identidad Gráfica

### 3. Guía

#### 3.1 Responsabilidad

**3.1.1** Cualquier material presentado en línea en referencia a IAAC, por cualquier Miembro, es responsabilidad del autor, ya sea que estén usando cuentas de redes sociales de propiedad personal o de la empresa. Alentamos a que toda comunicación se realice con total transparencia e identificación precisa, para establecer honestidad y credibilidad.

**3.1.2** Junto con una identificación clara, los miembros deben indicar que cualquier opinión relacionada con IAAC, las prácticas de IAAC, el reconocimiento internacional es exclusiva responsabilidad personal y no una forma de comunicación oficial de IAAC, a menos que esto haya sido autorizado como se indica en PR 023 – Procedimiento para Uso de Logo de IAAC y Autoridad para Hablar en Nombre de IAAC. La comunicación en las redes sociales en referencia a IAAC no debe incluir logotipos corporativos o marcas comerciales a menos que sea oficial y esté autorizado por el Presidente de IAAC y / o el Comité Ejecutivo.

#### 3.2 Requisitos para los empleados y miembros de IAAC que utilizan cuentas de redes sociales propiedad de IAAC

**3.2.1** Las cuentas de redes sociales de IAAC deben utilizarse únicamente para fines comerciales de IAAC. Los asuntos no comerciales no deben ser discutidos ni comentados y solo las personas/empresas con las que están relacionadas las operaciones de IAAC deben asociarse o seguirse.

**3.2.2** Se anima a los empleados y miembros a utilizar las siguientes pautas en las interacciones en las redes sociales:

- Que sea relevante para su área de especialización.
- Que no sea anónimo.

- Mantener el profesionalismo, la honestidad y el respeto para los demás participantes en todo momento.
- Aplicar una prueba de "buen juicio" para cada actividad de redes sociales relacionada con IAAC: ¿Podría ser culpable de filtrar información, secretos comerciales, datos de miembros o próximos anuncios? ¿Es un comentario negativo sobre IAAC? Evite cualquier categoría a toda costa.
- La actividad que muestre buen juicio incluiría declaraciones de hechos sobre IAAC, los acuerdos de IAAC MLA, ILAC e IAF, hechos sobre información ya pública o información publicada previamente en el sitio web de IAAC.
- Los miembros y empleados deben evitar responder a comentarios inflamatorios y/o inexactos publicados en foros públicos relacionados con IAAC. Responder a tales comentarios puede llevar a un acalorado intercambio que nunca podrá ganarse. Los comentarios particularmente ofensivos y/o amenazantes deben remitirse al Comité Ejecutivo.
- Cualquier comunicación en las redes sociales realizada por miembros y empleados debe seguir los estándares de comportamiento ético con respecto al uso adecuado del material con derechos de autor, que incluye, entre otros, la atribución adecuada de contenido previamente publicado.

### **3.3 Contactos de medios**

**3.3.1** Los miembros y empleados no deben hablar con los medios de comunicación en nombre de IAAC, ya sea de manera oficial o extraoficial, sin informar al Presidente de IAAC y al Presidente del Subcomité de Promociones.

**3.3.2** Todas las consultas de los medios serán manejadas por el Presidente de IAAC con el apoyo del Presidente del PSC y el Secretariado de IAAC.

### **3.4 Informes**

**3.4.1** Si algún miembro o empleado se da cuenta de una actividad en las redes sociales que se consideraría de mal gusto o no pasará la prueba de buen juicio, se debe informar al Secretariado de IAAC y / o al Presidente del PSC.