

Política de redes sociales

Emitido por: Dirección de Mercadeo, Sofía Cordero Calvo

Fecha de emisión: Febrero, 2012

Fecha de última revisión: Febrero, 2012

Visto Bueno: Nathalie Monge De Andreis

Objetivo:

Establecer las pautas generales, que deben tomar en cuenta los colaboradores de Grupo Marta, para interactuar en los perfiles corporativos de la empresa y normas de conducta en redes sociales según incumba a Grupo Marta.

Alcance:

Todos los colaboradores de Grupo Marta.

Responsabilidad:

Colaboradores de Grupo Marta (Hoteles, Restaurantes, Gray Line & Centro de Apoyo) que utilicen redes sociales.

Documentos relacionados:

Ver anexos.

Período de revisión:

A partir de la fecha de aprobación se establecerá un período de 1 año para la revisión de esta política. Si hubiera algún hecho relevante que afecte a la misma, se valorará la revisión anticipada.

Procedimiento:

1. Las únicas personas autorizadas para crear perfiles ó páginas de la empresa se encuentran debidamente notificadas y asignadas por la Dirección de Mercadeo.
2. Nos interesa contar con sus opiniones en nuestras redes sociales, si lo hace, por favor evite realizar comentarios negativos o relacionados a temas internos de la compañía. Siga las siguientes normas en los perfiles de la empresa o en cualquier sitio en dónde este actuando como [agente](#) de la misma:
 - a. No ponga comentarios ni material abusivo, obsceno, difamatorio, calumnioso, sexualmente explícito, fraudulento, engañoso o racista.
 - b. No viole derechos de propiedad intelectual, leyes o regulaciones.
 - c. No revele información estratégica o confidencial de Grupo Marta y sus colaboradores.
 - d. No utilice las páginas de la empresa para comercialización de productos ajenos a nuestros negocios.
 - e. Las páginas de la empresa no son foros para discusión política, religiosa o deportiva. No ponga comentarios fanáticos, ni entre en conflictos públicos sobre ningún tema.
 - f. Antes de subir fotografías de clientes o compañeros solicite su autorización. Esta norma aplica únicamente a los perfiles públicos de la empresa.
 - g. Al brindar declaraciones, asegúrese de que sean a título personal y no se haga pasar por vocero de la empresa. Utilice frases como: “en mi opinión”...
 - h. Hágase el siguiente examen final antes de subir cualquier contenido: ¿le mostraría esto a mi jefe? ¿a mis compañeros? ¿a mi mamá/papá? Si la respuesta es no, reconsidere.

3. Identificarse en sus perfiles personales como colaboradores de Grupo Marta es el equivalente a tener puesto su uniforme; conlleva responsabilidades de agente de la compañía. Si no desea cumplir con las normas de este documento a nivel personal, no identifique su lugar de trabajo.
4. Los logos y marcas de Grupo Marta son propiedad intelectual de la empresa y sus franquicias. Se necesita autorización previa de su gerente o director para poder utilizarlas en internet. Para logos actualizados contacte a Christian D'óñas del departamento de Mercadeo.
5. En el caso de recibir consultas sobre información confidencial de la empresa en su perfil personal, por favor dirija a la persona a su gerente o director. Solicite que le envíe un mensaje por correo electrónico o teléfono (no brinde celulares, teléfonos de residencia o correos personales de compañeros y/o jefes a través de foros públicos).

Al firmar este documento, doy fé de que he leído y entendido estas políticas y comprendo que su incumplimiento llevará a la aplicación de sanciones según las reglas de conducta de Grupo Marta.

Para información adicional sobre las políticas y prácticas en redes sociales, puede dirigirse a:

Sofía Cordero Calvo
Especialista en Mercadeo Electrónico
scordero@gmhospitality.net
Teléfono: 22902321 ext 1005

Anexo 1: Redes sociales en Grupo Marta

¿Qué son las redes sociales y cuál es su objetivo mercadológico?

Para los efectos empresariales las redes sociales, sin duda alguna son una herramienta vital; para mantener el contacto con públicos de interés. Permiten crear estrategias de comunicación, con un mayor y mejor enfoque. Además, por medio de los distintos sitios; se puede escuchar y atender las necesidades de los clientes de manera inmediata. Además es posible crear un vínculo directo, con los seguidores de nuestras redes sociales; dicha relación permite conocer, estudiar y anticipar el comportamiento de los consumidores, de los productos y servicios que ofrecemos.

¿Por qué un reglamento para el uso de las redes sociales?

La gran cantidad de personas con que la compañía puede desarrollar una conversación y la rapidez en la que se genera ese encuentro con el consumidor, obliga a desarrollar estrategias y técnicas que lideren, proyecten y respalden el manejo de esta nueva forma de comunicarse a nivel empresarial.

Debido a la magnitud de este movimiento y el impacto tanto positivo como negativo en los negocios, surge la necesidad de definir la manera en que se quiere manejar y proyectar la imagen de la empresa en internet; son estas las principales razones por las que Grupo Marta ha decidido establecer los parámetros generales para el uso correcto de las redes sociales, en busca de la mejor gestión de la estrategia comercial. Una política de redes sociales proporciona directrices claras acerca de lo que es apropiado o inapropiado en el momento de utilizar una red social.

De igual importancia, una política de medios busca movilizar a uno de sus públicos más importantes: sus colaboradores. Cada uno cumple un papel importante en la creación de una buena reputación a través del intercambio de contenido, lo cual ayuda a un mayor alcance. La política busca estimular el apoyo del personal hacia las actividades de medios sociales, en lugar de desalentar al personal por miedo a un mal manejo.

¿Qué es un agente de la empresa?

Cualquier persona que se identifique como colaborador de Grupo Marta.

Anexo 2: Páginas de Grupo Marta en redes sociales

Facebook

Actualmente es la red social de mayor alcance mundial con más de 500 millones de usuarios. Grupo Marta administra varias cuentas en Facebook para la divulgación de sus empresas. Las páginas oficiales son las siguientes: (haga click en el enlace para ir al sitio web)

- [Denny's Costa Rica](#)
- [Best Western Jacó Beach](#)
- [Hampton Inn Costa Rica](#)
- [Travel Group](#): Esta página cuenta con información de los cinco hoteles
- [Best Western San José Downtown](#)
- [Best Western Irazú Hotel & Casino](#)
- [Holiday Inn Express San José Airport](#)
- [La Cantina](#)

LinkedIn

Es una red social orientada a negocios que ha venido en aumento desde su lanzamiento en el 2003. Grupo Marta cuenta con un perfil profesional con la información general de la empresa.

Google +

Es la red social lanzada por Google, es parecida a Facebook, pero se enfoca en aspectos de privacidad a través de círculos de amigos. Los perfiles comerciales con los que Grupo Marta cuenta en esta red son:

- [Grupo Marta Hospitality](#)
- [Grupo Marta Hotels](#)
- [Denny's Costa Rica](#)

Adicionalmente, se cuenta con portales de noticias internas en las cuales se motiva la participación de todos los colaboradores:

- [Socialnet: Grupo Marta](#)
- [Mercadeo y Ventas](#)