



GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS EN LAS
REDES SOCIALES



SUMARIO

- 1. Admirable mundo nuevo 5
- 2. Conectándose a las redes sociales 6
- 3. Recomendaciones de uso 7
- 4. La Tigre-ADS, las redes sociales e yo 8
- 5. Qué *NO* se puede hacer en las redes sociales asociadas a Tigre-ADS 10
- 6. Monitoreo 11
- 7. Penallidades y consecuencias del uso incorrecto de las redes sociales 11
- 8. Consideraciones finales 13



6 CONECTÁNDOSE A LAS REDES SOCIALES

Las personas pueden ser clasificadas en tres grupos, de acuerdo con el grado de utilización y relación con las redes sociales.

El primer grupo es formado por quienes no utilizan las redes sociales, no tienen cuenta en sitios de red social y creen que no vale la pena participar en esos canales, ya sea por falta de tiempo, por desinterés, por precaución (no quieren exponerse en la red) o por no tener familiaridad con las nuevas tecnologías.

Si usted trabaja con tributación, por ejemplo, puede encontrar en una red social grupos de especialistas e investigadores que trabajan con el mismo tema y realizan debates sobre las últimas novedades. Algunas empresas utilizan esas redes sociales profesionales para contratar a funcionarios con determinado perfil o llevar a cabo negocios con otras empresas. Se puede descubrir alguna autoridad en su área y seguirla en las redes sociales para ver cuáles noticias comparte, las presentaciones de páginas que ponen a disposición, saber cuáles libros recomienda y leer los análisis que escribe.

Asimismo, es posible consumir una gran cantidad de contenido profesional (charlas, cursos, libros) de forma gratuita en internet, sobre cualquier tema que puede imaginar.

El segundo grupo es el de personas que poseen cuentas en las redes sociales, pero acceden de forma esporádica, no suelen ingresar contenido y generalmente no consideran algo esencial o esencialmente útil.

Es bueno conocer los mecanismos de privacidad de cada red social. Es posible enviar un mensaje a un usuario sin que nadie más pueda verlo y definir quién pueda, o no, ver sus fotos.

El tercer grupo tiene interés y accede varias veces al día. Las personas acaban quedando conectadas todo el tiempo por sentir que es una extensión de las relaciones sociales personales. Se sienten a gusto para compartir el contenido. Les gustan las novedades y las aplicaciones forman parte de su rutina. Si usted se adapta rápidamente a las nuevas tendencias, debe estar atento



a las orientaciones sobre el uso de la marca Tigre-ADS. Las personas tienden a no separar el lado profesional del lado personal, es decir: si usted es conocido como colaborador de Tigre-ADS, sus contenidos en las redes sociales son fácilmente vinculados a la imagen de la Empresa. Aproveche las oportunidades y ayude a construir un ambiente valioso e interesante con actitudes responsables y éticas.

RECOMENDACIONES DE USO

Las redes sociales son una excelente forma de mejorar su desarrollo y ampliar la red de contactos. Conozca algunas recomendaciones de utilización para fines profesionales:

- a. Compartir y consultar contenido relevante para el avance de asuntos de su interés;
- b. Agregar valor a discusiones online y estimular reflexiones con argumentos técnicos sólidos;
- c. Obtener opiniones para la mejora de acciones, productos y servicios de la Empresa;
- d. Identificar demandas de la sociedad por productos y servicios que pueden ser generados por Tigre-ADS;
- e. Fortalecer la imagen de compromiso, excelencia técnica y ética de los profesionales de Tigre-ADS;
- f. Apoyar acciones desarrolladas por Tigre-ADS en los perfiles oficiales de la Empresa en internet;
- g. Interactuar y promover el diálogo con la sociedad y los usuarios de las redes sociales;
- h. Mantener contactos profesionales y articulaciones con otros colaboradores de Tigre; y
- i. Perfeccionar conocimientos técnico-profesionales y estudiar sobre su área de interés, el mercado donde actúa, servicios, productos, competidores y aliados.

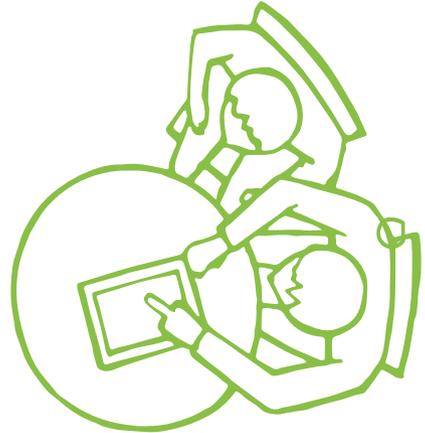
8 LA TIGRE-ADS, LAS REDES SOCIALES E YO

El orgullo de ser Tigre-ADS crece cada día en las redes sociales y es gratificante ver a nuestros profesionales como voceros informales de la marca. Para publicar con consciencia asuntos sobre la empresa, preparamos orientaciones de buenas prácticas, velando por una comunicación que resguarde la seguridad de la información y también la reputación de la marca.

- a. Al mencionar en su perfil que usted trabaja en Tigre-ADS, verifique si ha marcado los canales oficiales en cada red y siga a Tigre-ADS en las redes sociales como LinkedIn, donde aún tenemos pocos colaboradores;
- b. Sí, se pueden usar fotos en su perfil personal con alguna identificación de Tigre-ADS, como camisetas y gorros, por ejemplo. Si la imagen no perjudica la reputación o la identidad visual de la Empresa, puede ser divulgada;
- c. Materiales disponibles en el portal corporativo (www.tigreads.com) y en las redes sociales, como imágenes, materias periodísticas, vídeos, publicaciones, pueden ser divulgados o mencionados en las redes. Pero atención: dé los créditos a los autores de las obras y, siempre que sea posible, ingrese el enlace de donde usted retiró la información;
- d. Valore los perfiles oficiales de Tigre-ADS e interactúe con ellos. Ofrezca sugerencias de contenido. Recomiende la lectura para quien tendría interés en el tema. Siga el LinkedIn de Tigre-ADS, ahí puede enterarse de todo lo que pasa en la empresa y la preocupación con la sostenibilidad, eventos y artículos de nuestros directores, además de reclutamientos externos para indicar a su amigo con el perfil de la vacante.
- e. Es natural que las personas usen el WhatsApp de forma corporativa, sin embargo no es una herramienta oficial para compartir archivos. Facebook ya señaló que piensa lanzar en breve WhatsApp para Empresas, pero mientras eso no sucede evite su utilización para este fin;

- f. Tigre-ADS apoya la libertad de expresión, con respeto, equilibrio y buen sentido. Eso significa que debemos considerar aspectos sociales, raciales, de género y creencias.
- g. Proteja su información personal. La mayoría de las redes sociales permite que uno configure la información de privacidad. Elija el grupo que puede tener acceso a sus datos. Eso puede evitar problemas;
- h. Tenga cuidado para no exponerse públicamente y exponer a colegas de trabajo, aliados y clientes. La vida personal y la profesional pueden mezclarse, generando trastornos para usted, para las personas involucradas y también repercutir de forma negativa en la imagen de Tigre-ADS;
- i. En cualquier evento que involucre a Tigre-ADS (por ejemplo, en fiestas, reuniones y eventos en las dependencias de la empresa) se debe tener cuidado para no exponer a los colegas y la imagen de la Empresa. Pregunte a los colegas si la foto puede ser publicada;
- j. De la misma forma, tenga cuidado al publicar imágenes que expongan información

confidencial sobre la empresa, como por ejemplo, una foto de un evento en que en la pantalla existe información sobre la estrategia del año;



- k. Lea sus mensajes antes de publicarlos. ¡Permanecen en la red por mucho tiempo! Cuidado con desahogarse en las redes sociales;
- l. Busque siempre las Páginas oficiales de Tigre-ADS para realizar los checkins, así puede estar seguro que marcará el local correcto y puede aparecer en la línea del tiempo de aquel local compartido por todos;
- m. En las publicaciones, al entrar en discusiones no responda en nombre de la empresa, y asegúrese en el caso de

10

- afirmaciones. Diferencie lo que es su opinión y lo que es la posición de Tigre-ADS;
- n. Huya de las críticas y polémicas sobre Tigre-ADS. Si identifica casos que involucran a las empresas del grupo, comuníquelo al área de Compliance o Marketing;
 - o. Puede usar hashtags (#) o marcar (@) a Tigre-ADS para invitar a otras personas a hablar sobre un determinado asunto;
 - p. Al crear una hashtag, investigue para ver si ya no existe una sobre el mismo asunto. Si ya existe y combina con lo que tiene para divulgar, úsela. Evite participar de comunidades que usen el nombre de Tigre-ADS y que no sean oficiales. En general, las hashtags son de campañas vigentes de la empresa y de las unidades, como:
#TigreAds,
#ValeCadaCentavo o
#EstoyconObra;
 - q. En LinkedIn, mantenga el enfoque profesional. Es una red en expansión y ha sido utilizada por reclutadores de Recursos Humanos. Actualizar siempre su perfil, al final es una excelente forma de mantenerse informado acerca del mercado y los profesionales que actúan en su área;
 - r. Como sugerencia, las fotos que usted añade en una red profesional son diferentes de las que comparte con la familia y amigos.



QUÉ NO SE PUEDE HACER EN LAS REDES SOCIALES ASOCIADAS A TIGRE:

- a. Crear perfiles institucionales relacionados a la Empresa;
- b. Hablar en nombre de la Empresa, a no ser que sea autorizado oficialmente;
- c. Representar a Tigre sin autorización;

- d. Citar aliados, proveedores o clientes sin la debida autorización;
- e. No está permitido compartir NINGUNA información interna. Encuestas, información de sistemas, informes, comunicados, etc; y,
- f. No está permitido sacar fotos dentro del ambiente de la fábrica y en ambientes administrativos se debe tener cuidado para evitar exposición de información confidencial, por ejemplo una foto del equipo con un lanzamiento de producto al fondo.



MONITOREO

Tigre-ADS ya realiza este trabajo para garantizar una respuesta rápida a nuestros consumidores y una relación próxima con todos los públicos.

Se monitorean contenidos y comentarios involucrando a Tigre-ADS en las redes sociales. Además de la mejor calidad de atención a los usuarios, el monitoreo permite a la Empresa identificar mejoras, obtener información para planificaciones de comunicación online, mapear potenciales aliados y observar puntos de oportunidades y riesgos.

PENALIDADES Y CONSECUENCIAS DEL USO INCORRECTO DE LAS REDES SOCIALES

Tigre-ADS respeta la libertad de expresión de sus colaboradores y espera que ellos usen las redes sociales con responsabilidad, conscientes de las oportunidades y también de las consecuencias que sus actos pueden generar.



Los comportamientos conflictivos con esta norma podrán ser denunciados y enviados a los canales oficiales de Tigre-ADS para denuncia, por correo electrónico CANALETICA@TIGRE-ADS.COM por el teléfono 0800 602 1350, o incluso por el sitio web WWW.CONTATOSEGURO.COM.BR/ TIGRE. Los casos de violación comprobada de derechos y reglas pueden generar medidas disciplinarias como advertencia, suspensión e incluso despido por justa causa, conforme la

REFERENCIAS

Para la elaboración de este documento se consultaron una serie de Políticas de Medios Sociales, instituciones públicas y privadas, así como normas internas. Las áreas de Compliance, Jurídico y Comunicación Interna también contribuyeron. Abajo siguen indicaciones de fuentes consultadas para la redacción de este manual.

SOCIAIS, Mídias . Wikipédia, A enciclopédia livre. Disponível em: < https://pt.wikipedia.org/wiki/M%C3%ADdias_sociais >. Acesso em 06 jul. 19

GOVERNANCE, Social Media . Social Media Governance. Disponível em: < <http://socialmediagovernance.com/policies/> >. Acesso em 06 jul. 19

SOCIAIS, Manual de Conduta das . Grupo Água Branca. Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=2K8SkKZjl_A >. Acesso em 06 jul. 19

SOCIAIS, Manual de Conduta das . Grupo Enbrapa. Disponível em: < <http://manualmidias.sct.embrapa.br> >. Acesso em 06 jul. 19

Facebook faz guia de boas práticas de marca . Meio & Mensagem. Disponível em: < <http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2014/04/23/facebook-faz-guia-de-boas-praticas-de-marca.html> >. Acesso em 06 jul. 19

Pequeno glossário de mídias sociais . Sharing for Social. Disponível em: < <http://www.sharingforsocial.com.br/pequeno-glossario-de-midias-sociais> >. Acesso em 06 jul. 19



Julho 2019



www.tigreads.com