



POLÍTICA GLOBAL DE MEDIOS SOCIALES DE PUBLICIS ONE (EMPLEADOS)

En Publicis One, creemos en el poder de los medios sociales y fomentamos el que nuestros empleados hagan uso de los mismos, pero responsablemente.

Ya que los nuevos vehículos de comunicación en los medios sociales continúan cambiando la forma en que nos hablamos los unos a los otros, a nuestros clientes, a las audiencias y a nuestros socios, quisiéramos compartir una serie de pautas que les proveerán a ustedes consejos útiles y prácticos para cuando estén comunicándose por internet como empleados identificables de Publicis One y las diferentes marcas de nuestra agencia.

Nuestra regla es muy sencilla, “si se trata de algo que usted no debe decir en un ambiente social rutinario (café, restaurante, bar), no lo diga tampoco en un espacio online.”

(El término medios sociales incluye, pero no está limitado a Facebook, Twitter, LinkedIn, Wikipedia, Blogs, Youtube, Vevo, Flickr, Instagram, Whatsapp, Viber, Line, WeChat.)

1. En primer lugar, les recordamos que por favor se familiaricen con (el Code Janus) las políticas corporativas Janus y sigan las pautas de Publicis Groupe en cuanto a cómo comportarse y operar.
2. No compartan información propietaria o confidencial de la compañía o de los clientes y (respeten) siempre cumplan con los acuerdos de confidencialidad y no divulgación. Si no está seguro, evítelo.
3. No actúe en representación de nuestros clientes ni de Publicis One o sus marcas sin permiso.
4. No suban/compartan información del trabajo de ningún cliente sin permiso. (Por favor sean muy cuidadosos que al subir fotos personales no se exponga o revele ninguna información confidencial de la compañía o de los clientes.)
5. Asuman que lo que ustedes dicen y cómo se comporten online puede ser leído y visto por un cliente, su (jefe) gerente o la prensa y actúen correctamente. (Nunca comenten sobre ningún asunto o crisis de clase alguna en el que estén involucrados cualquier entidad de Publicis Groupe o un cliente.)
6. En sus viajes de negocios, sean muy cuidadosos con las funciones que permiten la identificación de localizaciones donde ustedes se encuentran que están disponibles en la mayoría de las aplicaciones de los medios sociales. Algunos clientes prohíben la divulgación de localizaciones registradas. Por favor rijanse por los acuerdos de cumplimiento que ustedes han endosado.
7. Información y contenido (que incluye, pero no se limita a intranet, memorandos internos, reuniones de la compañía) que hayan sido compartidos con ustedes y que han sido designados



como comunicaciones internas y para uso interno únicamente, no deben ser compartidos de forma alguna en las plataformas de medios sociales o externamente.

8. En las actividades o eventos de la oficina o la compañía, favor respetar la privacidad de las personas en lo que a fotografías respecta. Utilicen una discreción similar cuando estén etiquetando o incluyendo a sus compañeros en “posts” de información.
9. Siempre consulten a su gerente, los líderes locales/regionales de comunicación o de recursos humanos cuando tengan dudas.

Para aquellos de ustedes que usan los medios sociales para discusiones relacionadas a la industria o su trabajo, quisiéramos compartir algunas guías de buenas prácticas a seguir. Bien sea que estén comentando en un “post”, originando “tweets” en vivo desde una conferencia o respondiendo a alguna historia de prensa en Facebook, las siguientes guías están dirigidas a ayudarles a convertirse en mejores ciudadanos online y evitar cualquier problema innecesario.

1. **Identifíquese. Sea quien usted dice que es.** Solamente hay muy pocas personas en esta compañía que son portavoces oficiales de Publicis One y nuestras marcas de agencia, así que, si usted no es una de ellas, usted debe establecer claramente que está hablando en su carácter personal y no a nombre de la Compañía.
2. **Aunque** usted puede usar una aclaratoria tal y como “Los ‘postings’ en este sitio son propiamente míos y no necesariamente representan la posición, estrategia u opiniones de Publicis One y sus marcas”, tenga conciencia de que este tipo de aclaratoria no impide que otros consideren sus opiniones como representativas de su compañía.
3. Por favor tenga en consideración que aún “postings” anónimos en Wikipedia pueden ser asociados a la compañía.
4. No utilice el nombre de la compañía como su identificación personal en pantalla.
5. Sea particularmente cuidadoso cuando esté discutiendo sobre temas sensitivos o controversiales.
6. No ceda a expresar su ira en los medios sociales ni practique el hostigar o avergonzar a otros.
7. **Usted es personalmente responsable por el contenido que usted publique en blogs, wikis o cualquiera otra forma de medios generados por el usuario.** Por favor recuerde que el internet NUNCA OLVIDA. Una vez algo esta online, asuma que estará ahí para siempre. Si usted siente aún la menor incomodidad con lo que quiere publicar, revíselo. Si es algo que está relacionado con la Compañía, discútalo con su gerente o con el líder de comunicaciones corporativas.
8. Otorgue el justo crédito; no caiga en el plagio. Además, dé reconocimiento a otros para que usted también reciba reconocimiento.
9. Admita sus errores con prontitud. Esto es clave para mantener la confianza y el respeto.
10. Respete a nuestros clientes al igual que a los competidores en la industria.



11. Cuando haga referencia a un cliente o a una campaña de un cliente, mencione proactivamente que se trata de un cliente o use un hashtag (#cliente or #cl). Recuerde cumplir con los acuerdos de no divulgación.
12. Recuerde que usted es responsable en última instancia de lo que postea y publica.

Finalmente, si tiene cualquier pregunta, por favor no dude en consultar.

Cualquier pregunta que tenga debe ser consultada con su gerente o líder de recursos humanos.

Para cualquier pregunta relacionada a estas guías, favor contactar a:

Karen Lim | Global Communications Director | E: karen.lim@publicisone.com

Elena Mejido | VP, Regional Communications Director | E: elena.mejido@publicisone.com