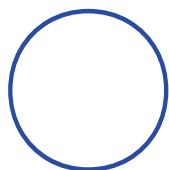


Guía de utilización para los usuarios de:

Canales oficiales de Comunicación Interna

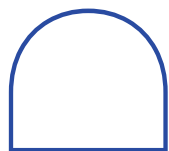


CORPORACIÓN *San Martín*



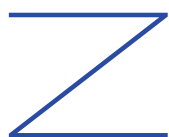
01.

Introducción



02.

Tono y manera de comunicación



04.

Correo



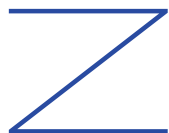
05.

Microsoft Teams



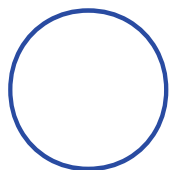
06.

INTRANET



07.

Facebook San Martín
Gente GT



08.

Boletín San Martín Gente



09.

Líderes y jefaturas

10.

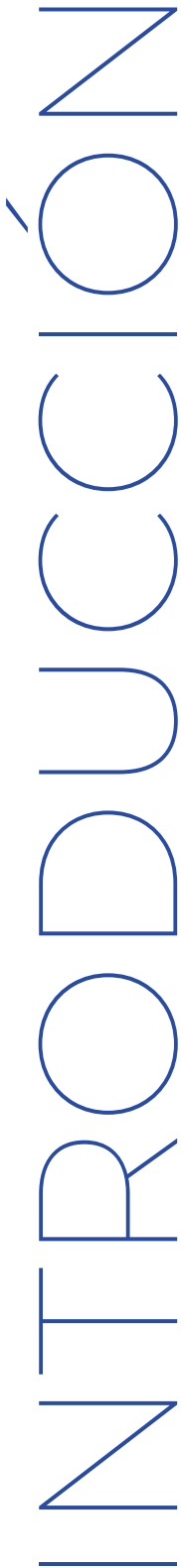
Carteleras

11.

LinkedIn

12.

WhatsApp



Objetivo

El principal objetivo de este manual es establecer las normas que rigen los canales de comunicación, qué y cómo se comparte información dentro de los lugares de trabajo para mantener una imagen corporativa acorde a la cultura, valores, misión y visión. Teniendo como base principal la Política de Comunicación y Divulgación de la corporación.

No se tolerará la comunicación irrespetuosa e inadecuada, lo que incluye comentarios discriminatorios, acoso y amenazas de violencia, similares conductas inadecuadas o ilegales, o publicaciones que divulguen información confidencial de cualquiera de las marcas de Corporación San Martín, sus clientes o proveedores, o sobre asuntos relacionados con el trabajo de sus empleados.

Al ser parte del equipo San Martín debes tener en cuenta los principios de nuestra Política de Comunicación y Divulgación al momento de comunicarte dentro y fuera de la empresa:

- a) Mantén una comunicación profesional y respetuosa
- b) Cultura de respuesta
- c) Cuida el tono y manera de la comunicación
- d) Mantén la confidencialidad
- e) Respeta las leyes de divulgación de información
- f) Respeta las normas internas de seguridad y acceso a la información
- g) Uso de las redes sociales en el trabajo
- h) No utilices información de la empresa para beneficio propio
- i) Solo los portavoces autorizados pueden hablar en nombre de la empresa
- j) Embajadores de marca
- k) La autogestión de las comunicaciones hacia los empleados de áreas específicas
- l) Descentralización de materiales de comunicación
- m) Trabajo directo comunicación interna – jefaturas
- n) Todas las comunicaciones internas deberán respetar el manual de marca
- o) Gestión de los canales de comunicación interna
- p) Cada empleado actúa de forma individual



Lee la Política de Comunicación y Divulgación completa en nuestra intranet.

San Martín

-Servicial: Tono de comunicación orientado a atender y resolver de manera rápida y afectiva las necesidades de los clientes y de todas las personas con las que nos relacionamos en la empresa.

-Profesional: Se debe utilizar un lenguaje profesional, eficiente, sencillo, educado y claro.

-Empático: Sensible, familiar, comprensivo, amigable, accesible, cálido y humano.

CIELITO LINDO TAQUERIA

-Atento/servicial: El punto principal de nuestra comunicación es la experiencia y esta se ve reflejada en una atención rápida y efectiva. De las necesidades, deseos o anhelos no expresados de los clientes. Es decir, decir lo que quieren escuchar ante de lo que digan.

-Cool/moderno: Otros de los rasgos de personalidad presentes también en los tonos de comunicación. En este caso nuestro lenguaje debe ser actual, con palabras o terminologías innovadoras y vigentes, pero auténticas.

CIELITO GRILL

Tono

-Elegante: El tono de la marca debe reflejar su ambiente elegante y sofisticado, utilizando un lenguaje refinado y cuidadosamente elaborado.

-Enigmático: Para capturar el misticismo y la magia que rodea a la marca, el tono debe ser enigmático y sugerente, invitando a los clientes a descubrir más sobre la experiencia única que ofrece Cielito Grill.

-Cálido y Acogedor: A pesar de su sofisticación, la marca debe transmitir una sensación de calidez y hospitalidad, haciendo que los clientes se sientan bienvenidos y cómodos.

Manera

-Narrativa: La comunicación de la marca debe contar historias cautivadoras que transporten a los clientes a la experiencia única de Cielito Grill, destacando la calidad de los alimentos, el ambiente y el servicio.

-Experiencial: La marca debe comunicar de manera vivencial, utilizando imágenes y palabras que evoquen los sentidos y la emoción de estar en el restaurante, creando una conexión emocional con los clientes.

-Interactiva: La marca debe fomentar la interacción con los clientes, invitándolos a compartir sus propias experiencias y opiniones sobre Cielito Grill, crear una comunidad activa y con escucha activa.



La comunicación es un recurso que todos los miembros de la corporación utilizamos a diario para alcanzar nuestros objetivos.

Por eso todos tenemos la oportunidad de involucrarnos y mejorar la calidad y efectividad de la comunicación interna.





CORREO

Objetivo:

Canal de comunicación directa y oficial de información institucional a personas con acceso a correo electrónico de la empresa.

Tipo de información y lenguaje

Formal. Institucional.

Público objetivo

1. Personal administrativo de oficinas
2. Personal administrativo de planta
3. Personal administrativo operaciones

Temas o contenido

- Nos permite compartir entre empleados: datos, gráficas, archivos así como información de proyectos oficiales y confidenciales de la empresa.
- Nos permite recibir de Comunicación Interna: Comunicados oficiales de la empresa, información oficial de eventos, celebraciones, directrices, felicitaciones, reconocimientos, entre otros.

Normas de utilización

1. El correo electrónico se utilizará para temas de trabajo formales, un poco más extensos y que no sean necesariamente urgentes.
2. Evita enviar y responder correos electrónicos fuera de horario laboral.
3. Debes comunicarte de manera breve, concisa y proporcionando toda la información requerida para que el correo sea comprendido.
4. El lenguaje utilizado debe ser formal pero amigable y servicial.
5. Copia únicamente a las personas involucradas, evita crear listas extensas y copiar a personas innecesariamente.
6. Debes agendar tus vacaciones y programar una respuesta automática para que las personas que te escriban durante este período estén enteradas.
7. Ten en cuenta el acuerdo de confidencialidad. No puedes reenviar correos con información institucional a cuentas personales o terceros.

TIP

El límite de tamaño de datos adjuntos para los archivos es de 25 MB. Si necesitas compartir archivos más grandes puedes subirlo a tu OneDrive y compartir el enlace.



Microsoft Teams

Objetivo:

Canal oficial de comunicación y trabajo. Canal para compartir información de forma rápida, ágil y segura.

Tipo de información y lenguaje

Comunicación fluida, inmediata con información de carácter oficial y lenguaje amigable, servicial. Grupos (canales) lenguaje formal. Chats lenguaje semiformal.

Público objetivo

Personal de oficinas administrativas con correo electrónico y acceso a Microsoft Teams.

Temas o contenido

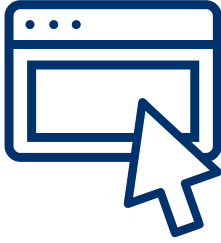
Canal de comunicación y herramienta de trabajo para compartir y alojar archivos de la empresa en un solo lugar. Temas relacionados únicamente a proyectos y trabajo del día a día. Espacio para compartir archivos con información confidencial adicional al correo electrónico.

Normas de utilización

1. Teams se utilizará para la organización de equipos y desarrollo de trabajo de la empresa.
2. Teams y el correo electrónico son los únicos dos canales de comunicación autorizados para compartir información y archivos de la empresa.
3. Utiliza la herramienta de forma responsable.
4. Aprovecha los recursos que nos ofrece la herramienta, tales como: chats, correos, llamadas, videollamadas, reuniones virtuales, compartir archivos, crear grupos, compartir calendarios, entre otros.
5. Comunícate con cualquier persona de la empresa que posea correo electrónico institucional. Busca a la persona en el buscador, ubícalo y chatea con la persona.
6. Debes agendar tus vacaciones y programar una respuesta automática para que las personas que te escriban durante este período estén enteradas.
7. Puedes actualizar tu foto de perfil siempre y cuando sea una foto tuya. No utilices fotos fuera de lugar, de caricaturas o películas.
8. Evita enviar y responder por Teams fuera de horario laboral.

TIP

¡Diviértete! Haz el trabajo más divertido y manda GIFS en los chats



INTRANET

Objetivo:

Ser un medio de información pública de interés sobre noticias, procesos y procedimientos internos.

Tipo de información y lenguaje

Información corporativa, lenguaje semiformal y amigable. Mensajes e imágenes clave. Información clara, corta y precisa.

Público objetivo

Todos los empleados de la corporación incluyendo empleados de Guatemala, El Salvador y Estados Unidos. Cada país con contenido diferido.

Temas o contenido

Información relacionada con vida y cultura San Martín. Información oficial de eventos, celebraciones, felicitaciones, reconocimientos, agradecimientos, entre otros.

Normas de utilización

1. La intranet o la página de la red interna San Martín, está disponible únicamente al estar conectado a la red Wi-Fi de San Martín.
2. Asegúrate de estar en la página de tu país, de esta manera tendrás acceso a la información específica de tu país.
3. En la intranet puedes tener acceso a información pública como memos de vacaciones, consultas sobre trámites internos, entre otros.

TIP

Recuerda que es importante que estés conectado a la red de San Martín para poder ingresar a la intranet.



Facebook San Martín Gente GT

Objetivo:

Red social para compartir información dinámica y relevante de la empresa.

Tipo de información y lenguaje

Comunicación fluida, inmediata, versátil con información de carácter oficial y lenguaje informal.

Público objetivo

Principalmente para personas operativas sin acceso a correo electrónico institucional y para todos los empleados de la corporación a excepción de las personas que no tienen teléfonos inteligentes o perfil de Facebook.

Temas o contenido

Información relacionada con vida y cultura de corporación San Martín. Comunicados oficiales de la empresa, información oficial de eventos, celebraciones, felicitaciones, reconocimientos, agradecimientos, entre otros.

Normas de utilización

1. Grupo cerrado y exclusivo para empleados San Martín. Este grupo es privado. Todo lo que se publique aquí es relacionado únicamente a actividades, promociones y noticias internas de la empresa, lo que se comparte en el grupo debe permanecer en él.
2. Mantén una comunicación profesional y respetuosa. Para fomentar un entorno agradable debemos tratarnos con respeto. No hagas bullying y/o acoso laboral, no utilices frases o palabras ofensivas que inciten al odio o puedes ser expulsado del grupo.
3. No publiques spam o publicidad. No se permite la autopromoción, el spam ni los enlaces irrelevantes. Este espacio tampoco es para publicar cadenas, fotos personales o temas que no guarden relación con los objetivos del grupo.
4. Resolución de dudas o consultas. Este grupo no es una vía de resolución de problemas laborales por lo que, si tienes alguna duda o consulta relacionada con tu trabajo, dirígete con tu jefe inmediato o con las personas competentes.

TIP

¡Recuerda que siempre puedes compartir tus experiencias y tu orgullo de trabajar en la empresa con todos los empleados que forman parte del grupo!



Boletín San Martín Gente

Objetivo:

Comunicar información relevante de los eventos, noticias y cultura de la corporación.

Tipo de información y lenguaje

Información corporativa, lenguaje semiformal y amigable.

Público objetivo

Todos los empleados de la corporación incluyendo empleados de El Salvador y Estados Unidos.

Temas o contenido

Información relacionada con vida y cultura San Martín. Información oficial de eventos, celebraciones, felicitaciones, reconocimientos, agradecimientos, entre otros.

Normas de utilización

1. El jefe o gerente de área debe asegurarse que la versión impresa del boletín esté pegada en las carteleras y retirarse el último día del mes o hasta que llegue el boletín del mes actual. El boletín desactualizado debe archivar, no tirarlo a la basura.
2. El boletín es exclusivo para empleados.
3. Cuida la confidencialidad de este material. No lo compartas con personas ajenas a la corporación.

TIP

Compartir el boletín ayuda a que todos nuestros empleados estén enterados de lo que sucede en la empresa, lo que a su vez los hace sentir parte de la Corporación.



Líderes y jefaturas

Objetivo:

Ejercer su rol como líderes para poder mantener la comunicación efectiva con valores, entre las áreas y sus equipos.

Tipo de información y lenguaje

Información corporativa y de trabajo, lenguaje servicial, profesional y empático. Información y lenguaje apegado a los valores San Martín.

Público objetivo

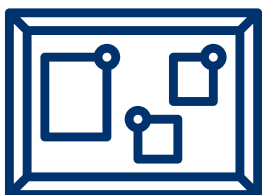
Todos los empleados de la corporación incluyendo empleados de Guatemala, El Salvador y Estados Unidos.

Normas

1. Como líder eres fuente confiable de información por lo que debes asegurarte de siempre trasladar la información necesaria a tu equipo de trabajo.
2. Realiza reuniones de trabajo efectivas con información clara y concisa.
3. Recuerda que debes cuidar el tono y manera en la que te comunicas con tu equipo de trabajo. Nuestro lenguaje es servicial, profesional y empático.
4. Tal y como lo menciona la política de comunicación, es necesario que te mantengas actualizado con las directrices y los canales de comunicación oficiales para trasladar la información a tus equipos. No puedes alegar desconocimiento de la información si no lees correos electrónicos o chats oficiales.
5. Evita divulgar rumores o información no confirmada.

TIP

¡Conoce a tu equipo! De esta manera sabrás con mayor exactitud cómo dirigirte a cada uno. El orgullo y el sentido de pertenencia hacia la marca comienza contigo ¡Aprovecha la oportunidad!



Carteleras

Objetivo:

Canal de comunicación impresa para Informar a los empleados acerca de cualquier tipo de información oficial de la corporación.

Tipo de información y lenguaje

Información Corporativa Oficial. Puede contener información específica del centro del trabajo.

Público objetivo

Todos los empleados de la corporación.

Temas o contenido

Información oficial. Boletín, información de eventos, comunicados, noticias, normas, reglamentos internos, beneficios y cumpleaños.

Normas de utilización

1. La información colocada en las carteleras debe ser únicamente de carácter oficial y corporativo. No está permitido su uso para beneficio personal de los empleados o proveedores.
2. Es importante que el jefe o gerente de área se asegure que existe una cartelera visible para todo el personal. De no ser así, por favor comunicarse directamente con el departamento de Desarrollo Humano.
3. Únicamente gerentes de tienda y personal de Desarrollo Humano en planta y oficinas administrativas pueden colocar información en las carteleras. Si se necesita colocar información en las carteleras debe estar autorizada por el área de Comunicación Interna.
4. Utiliza únicamente la cartelera para colocar información de interés público, evita pegar la información en paredes u otras áreas que no sean la cartelera.
5. Evita tener comunicados desactualizados y/o rotos en la cartelera.
6. Evita la saturación de materiales colocados.

TIP

La cartelera nos ayuda a centralizar en un solo lugar la información de la empresa. De esta manera nos mantendremos siempre comunicados.



LinkedIn

Objetivo:

Atraer y retener al mejor talento humano a través de San Martín como marca empleadora.

Tipo de información y lenguaje

Transmitir a San Martín como una marca aspiracional generando orgullo de pertenencia a la organización.

Público objetivo

Empleados San Martín y futuros empleados San Martín.

Temas o contenido

Información oficial corporativa. En perfiles de empleados, publicaciones relacionados al orgullo y alegría de pertenecer a San Martín.

Normas de utilización

1. Recuerda que puedes publicar noticias e historias relacionadas con el orgullo y alegría de trabajar en San Martín pero recuerda siempre cuidar que lo que publicas es información de dominio público y no de carácter confidencial.
2. En redes eres la representación de la marca, cuida tus palabras y tu foto de perfil.
3. Los embajadores de marca son todas aquellas personas notificadas y autorizadas a crear cierto tipo de contenido específico. Si deseas ser embajador de marca ¡bienvenido! Comunícate directamente con el área de Comunicación Interna.
- 4.

TIP

¡La cartelera nos ayuda a centralizar en un solo lugar la información de la empresa! De esta manera nos mantendremos siempre comunicados.



WhatsApp

Objetivo:

Tener un canal de comunicación de difusión de información a personas sin acceso a correo institucional.

Tipo de información y lenguaje

Comunicación fluida, inmediata, versátil con información de carácter oficial y lenguaje informal sin olvidar que debe ser respetuoso.

Público objetivo

Principalmente para personas operativas de tiendas y planta sin acceso a correo electrónico institucional.

Temas o contenido

Temas importantes y medianamente urgentes. Comunicados oficiales de la empresa, directrices específicas, información oficial de eventos, celebraciones, reconocimientos. Importante no compartir spam o contenido ajeno al trabajo.

Normas de utilización

1. Grupos cerrados y exclusivos para empleados San Martín. Todo lo que se publique aquí es relacionado únicamente a información operativa, directrices, actividades, promociones y noticias internas de la empresa, lo que se comparte en el grupo debe permanecer en él o en el caso que se requiera, únicamente el gerente o jefe puede compartirlo con el equipo objetivo.
2. No compartas archivos, información confidencial o sensible a través de este canal. Utiliza únicamente correo y Teams.
3. Comunicar como parte de las atribuciones del gerente o jefe. Comunicar información que requiera ser compartida con todo el equipo dentro de las tiendas no es una opción, es parte de las atribuciones que los gerentes de tienda deben cumplir.
4. Comunicación cordial y respetuosa: Debemos tratarnos con respeto. Esto significa que además de utilizar un lenguaje apropiado y respetuoso es necesario responder a la información y comentarios de las personas que publican en el grupo. Cada vez que se publique información en el chat debemos al menos reaccionar con un like o emojis apropiados.

TIP

Recuerda que eres la imagen de la marca. Cuida tu foto de perfil y tus estados de Whatsapp, puedes ser el contacto directo de proveedores, compañeros de trabajo e incluso clientes.

Para uso interno y exclusivo de empleados de Corporación *San Martín* .
Prohibida su reproducción total o parcial, por cualquier medio, sin
autorización por escrito de Corporación *San Martín* .