

 MANUAL DE POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS		REFERENCIA
CONTEUDO: Política de Gerenciamento de redes e mídias Sociais	DATA DE EMISSAO Março/2020	PAGINA
Responsáveis e Áreas envolvidas: Recursos Humanos	DATA DA REVISAO	SUBSTITUE A:

1) OBJETIVO:

Esta política tem como objetivo evitar mal-entendidos ou inconvenientes que possam ter consequências negativas para a empresa, com base em uma publicação nas redes sociais feita por um colaborador. Não se destina a restringir a liberdade de expressão, mas a orientar o uso correto das redes sociais para salvaguardar a reputação da empresa e a do colaborador.

As informações publicadas nas redes sociais e / ou mídias sociais circulam e se espalham livremente pela Internet em segundos. Postar informações erradas, ofensivas e difamatórias ou simplesmente emitir a palavra ou o comentário errado pode ter sérias consequências para a reputação e a imagem corporativa da Samsonite.

A Internet é um espaço praticamente ilimitado que possui uma memória longa, os mecanismos de pesquisa são responsáveis por indexar as informações publicadas na Web dia a dia, e apagar completamente a pegada de uma publicação indesejada é um assunto bastante complexo.

ABRANGÊNCIA:

Esta política se aplica a publicações e comentários feitos nas mídias e redes sociais por funcionários da SAMSONITE, de qualquer uma de suas subsidiárias na América Latina e no Caribe, ou qualquer uma de suas marcas como SAXOLINE, SAMSONITE, XTREM, SECRET, entre outras.

DEFINIÇÕES:

Uma rede de mídia ou social é entendida como qualquer site eletrônico no qual você pode colaborar ou participar. Por exemplo, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram, Flickr, SlideShare, Google+, Snapchat, Whatsapp, Telegran e todos os blogs e sites em que são feitos comentários ou postagens.

Gerenciamento de mídia social é a atividade realizada nessas plataformas, quando você está de folga ou de folga, enquanto utiliza recursos eletrônicos pessoais ou da empresa, e se o associado publica anonimamente ou usa um pseudônimo.

2. RESPONSABILIDADES E CONTROLE

Cargo	Aplicação	Acompanhamento
Director de HR LATAM HR Managers		X
Colaboradores	X	

3. DESCRIÇÃO DA POLÍTICA

A Companhia valoriza a reputação da marca e os relacionamentos de boa vontade. Esses são ativos corporativos importantes para a Samsonite. Quando você participa de uma atividade de mídia social que o identifica como funcionário da empresa ou que de alguma forma pode estar relacionada à empresa, você deve levar em consideração e seguir as diretrizes indicadas a seguir:

- **Limitar o uso pessoal:** a menos que especificamente autorizado, os funcionários são proibidos de usar os recursos eletrônicos da empresa para participar de atividades de mídia social ou de outra forma participar de atividades de mídia social durante o horário comercial.
- **Conheça e siga as regras:** sua atividade nas mídias sociais está sujeita a todas as políticas relevantes da empresa, incluindo, entre outras, o Código de Ética e Conduta Comercial, a política de confidencialidade, a política contra assédio e discriminação, os recursos eletrônicos dos sistemas de informação SAMSONITE e outras políticas de conduta pessoal.
- **Expresse apenas suas opiniões pessoais:** a menos que você tenha recebido autorização prévia da administração da empresa, não deve representar em nenhum conteúdo de mídia social que esteja autorizado a falar em nome da empresa ou que a empresa tenha revisado ou aprovado seu conteúdo. Se isso não for óbvio no conteúdo ou no contexto de sua postagem, você deve especificar especificamente: "As opiniões expressas nesta postagem são pessoais. Elas não foram revisadas ou endossadas pela SAMSONITE". Você não deve postar conteúdo ou imagens da empresa, gerência, colegas de trabalho ou clientes que sejam vulgares, obscenos, ameaçadores, intimidantes, conscientemente ou imprudentemente enganosos, assediadores ou violem as políticas antidiscriminação da empresa, assédio ou hostilidade com base na idade, raça, religião, sexo, etnia, origem nacional, deficiência ou outra classe, estado ou característica protegida. Você não deve fazer declarações falsas, consciente ou imprudentemente, sobre os produtos ou serviços da Empresa, ou os produtos ou serviços de seus vendedores ou concorrentes.
- **Uso de marcas e logotipos da empresa:** você não deve usar o logotipo, a marca comercial ou os gráficos de propriedade da empresa de maneira a sugerir que você está representando a empresa ou ao se envolver em uma conduta que viola a política da empresa. Por exemplo, você não deve criar uma página de mídia social com o logotipo da empresa colocado de forma a sugerir aos leitores que a empresa está patrocinando a página.
- **Gerenciamento de informações confidenciais:** o objetivo ao usar as redes sociais é torná-las um instrumento para interagir com transparência e honestidade com o público, mas em nenhum momento devem ser publicadas informações sensíveis e confidenciais que possam afetar a operação e o desenvolvimento da empresa. Os detalhes dos produtos e serviços que estão prestes a serem lançados, as informações financeiras e as estratégias de negócios da empresa serão tratadas apenas dentro da organização e sua divulgação nas redes sociais é proibida.
- **Uso pessoal:** sempre separe suas opiniões pessoais das da empresa. Ao fazê-lo por conta própria, informe ao público seu relacionamento com a empresa e evite comentários negativos ou inapropriados sobre a organização. Se você tiver uma reclamação sobre o seu trabalho, comunique-o pessoalmente ao gerente da empresa, mas nunca o torne público nas redes sociais, esse não é o lugar certo para ele. Isso se aplica a qualquer publicação ou comentário que você fizer sobre a organização em qualquer uma das suas redes pessoais ou nos diferentes sites e blogs que você usa. Somente funcionários designados e treinados

anteriormente para gerenciar e publicar conteúdo nas redes sociais da empresa podem fazê-lo de acordo com as diretrizes desta política. As publicações e comentários feitos são de responsabilidade de seus autores e são semelhantes a qualquer outro tipo de comentário feito fora das redes sociais, com responsabilidade, respeito e seguindo a filosofia e os valores da organização. Todos os outros colaboradores não estão autorizados a publicar informações em mídias sociais e redes em nome da empresa.

- **Privacidade das redes sociais corporativas:** é de responsabilidade dos responsáveis pelo gerenciamento das contas da empresa nas redes sociais, aplicação de restrições sociodemográficas, geográficas etc., sempre que for necessário que algumas pessoas não possam ver determinadas informações. As redes devem exibir informações publicamente, assim como o site da organização. O alcance e o alcance das pessoas que podem ver as informações publicadas nas redes e redes sociais devem ser limitados, conforme indicado pelo gerente de mídia social da empresa.

Como exemplo, a empresa pode restringir o acesso aos detalhes de contato de seus seguidores do LinkedIn para garantir sua privacidade. Você também pode permitir comentários nas postagens de seu blog corporativo, mas verifique-as antes de serem publicadas para evitar conteúdo distorcido ou desrespeitoso.

- **Honestidade nas publicações:** transparência e honestidade devem estar presentes em todas as informações e comentários publicados nas redes sociais. Nomes falsos e comentários anônimos não devem ser usados. Não minta para os usuários quando eles têm sugestões ou reclamações, não publica informações falsas sobre produtos ou serviços da empresa e não cria expectativas falsas no público.

- **Direitos autorais:** é proibido reivindicar a autoria das informações feitas por terceiros. Qualquer conteúdo publicado cujo autor seja diferente da empresa deve ser citado e, se possível, incluir o link para a publicação original. Sempre deve ser verificado que as informações e o conteúdo de terceiros usados são verdadeiros para evitar inconvenientes.

- **Respeito:** O respeito deve ter precedência em qualquer publicação ou comentário feito nas redes sociais da empresa ou nas redes pessoais de funcionários quando se referem à empresa. Lembre-se de que o idioma e o tom usados nas redes refletem os valores, a filosofia e a visão da empresa e isso será percebido pelos clientes ou potenciais clientes. Evite entrar em discussões e controvérsias com o público e nunca responda a insultos ou palavras obscenas. Demonstre a importância dos clientes para os negócios e faça com que eles se sintam valorizados e respeitados com comentários e postagens. Se você encontrar comentários desrespeitosos ou difamatórios sobre a empresa em outros sites, informe a gerência e evite agir pessoalmente.

- **Proteção de terceiros:** evite mencionar ou citar informações de terceiros, como clientes, parceiros ou fornecedores da organização, fazê-lo somente quando estritamente necessário e com a respectiva autorização. Não revele detalhes ou informações particulares de clientes, como endereços físicos ou eletrônicos, números de telefone de contato ou descrição do relacionamento que eles têm com a empresa. Essas informações não devem ser públicas, a menos que sejam previamente estabelecidas.

- **Correções de bugs:** quando um conteúdo incorreto ou incorreto é postado nas mídias sociais e os usuários o notificam, reconhecem, pedem desculpas e corrigem-no rapidamente. Se você for notificado de que postou conteúdo ofensivo, protegido por direitos autorais ou sem citar seu proprietário, atenda à reivindicação, corrija-a ou retire-a imediatamente, se necessário, para evitar problemas legais.

• **Use seu bom senso:** gerencie redes sociais com as mesmas regras e acordos que são tratados no escritório, ou seja, respeite e evite mencionar ou expor problemas que nada têm a ver com os tópicos e o conteúdo que você deseja transmitir a audiência. Sempre considere as consequências de suas ações antes de fazer qualquer publicação ou comentário.

• **Não negligencie seu trabalho:** não pare de cumprir suas tarefas na empresa, dedicando todo o seu tempo à administração e gerenciamento de redes sociais. Permita tempo suficiente para publicar informações ou responder às preocupações e solicitações do público on-line, sem esquecer que você deve continuar desempenhando as funções normais de sua função na organização.

3.1 Aplicação e sanções

Esta política se aplica a partir do dia de sua publicação e divulgação entre os funcionários da organização. Ao mesmo tempo, eles serão informados das sanções, avisos ou, no último caso, demissões, o que resultará no não cumprimento das diretrizes e regras contidas neste documento.

Se você tiver alguma dúvida ou preocupação em relação a esta política, entre em contato com comunicaciones.internas.regional@samsonite.com

Função	Nome	Cargo	Aprovação
Elaborado por	Karen Stillner	Encargada de Comunicaciones Internas Regional	Diciembre 2019
Revisado por	Jean Paul Indey Macarena González Rodrigo Ochoa Jessica Ferreira Javier Lara	Jefe Gestión Personas SOLA Jefe de Reclutamiento y D.O. SOLA HR Manager NOLA HR Manager Brazil Business Process Regional	Diciembre 2019 Enero 2020
Aprovado por	Paz Ugarte	Director HR LATAM	Febrero 2020
vigencia:	Versión: 01		

5. CONTROLE DE MUDANÇAS

Nenhuma alteração foi feita desde a sua emissão.