



POLITICA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

DG-11

02-Abril-2013

REV-00

A. OBJETIVO GENERAL

Grupo Vesta tiene como objetivo general establecer los métodos con los que desarrollara estrategias de comunicación interna y externa, así como establecer los procedimientos a los que deberá apegarse la Gerencia de Mercadeo y Publicidad para el cumplimiento de sus funciones.

A.1: OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Servir como herramienta para la capacitación del personal de nuevo ingreso al área de mercadeo.
2. Establecer y delimitar las funciones de cada uno de los integrantes del área de mercadeo y publicidad.
3. Aportar los procedimientos que conlleven al cumplimiento de los requisitos legales en materia de Comunicación Social y publicidad de su marca.
4. Establecer los lineamientos generales para la participación del personal con base en las funciones y atribuciones aquí definidas.
5. Establecer los elementos de control que permitirán a grupo Vesta alcanzar la eficiencia operativa y creando valor agregado con experiencia, tecnología y estructura que mantenga la visión de la alta dirección de la compañía, apegándose a las políticas y procedimientos que en el presente manual se describen.
6. Confirmar que respaldamos toda información o declaración sobre nuestros productos o servicios que se divulgue bajo estos lineamientos, y que estamos abiertos a proporcionar cualquier información pertinente de nuestras declaraciones al consumidor.

B. POLÍTICAS GENERALES

B.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. Toda la información de grupo Vesta que se quiera difundir a través de los diferentes medios de comunicación será supervisada por la gerencia de mercadeo.
2. Todas las áreas de la empresa deben informar a la gerencia de mercadeo, con anticipación sobre el requerimiento de materiales publicitarios y de comunicación para medios masivos; así como informar sobre cualquier entrevista que se pretenda dar a la prensa nacional o internacional, lo anterior con el fin de conocer el tema que se abordará y el tratamiento que se le dará a la Información en los medios.



POLITICA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

DG-11

02-Abril-2013

REV-00

3. La Gerencia de Mercadeo en coordinación con Recursos Humanos se encargará de atender todo lo relacionado a las Invitaciones protocolarias y de prensa que involucren a grupo Vesta en el desempeño de sus funciones.
4. En los casos de publicidad pagada, toda contratación de medios será hecha exclusivamente por el departamento de mercadeo, siguiendo el procedimiento de contratación establecido, e identificada como tal.

B.2 MARKETING DIRECTO – BTL

1. Las formas para realizar marketing directo se basan en el envío de presentaciones a los clientes potenciales vía correo electrónico. Los contactos de los clientes que incluyen los teléfonos y direcciones de correo se obtienen a través de visitas personalizadas y el consentimiento informado y voluntario del consumidor. Se le informara al cliente el propósito de la recopilación de sus datos de contacto y VESTA se abstendrá de usar esta información para fines comerciales si el cliente así lo desea.
2. Es importante destacar que Grupo Vesta ofrece un servicios logísticos de calidad orientado a crear soluciones logísticas para sus clientes, para ello se documentan los reclamos o no conformidades de los clientes mediante el Sistema de Gestión de Calidad y se contactan a los clientes para dar seguimiento a sus reclamos, asimismo se elaboran las encuestas de satisfacción de forma mensual y anual. Esta información que se recopila es transmitida a la presidencia y a sus gerentes de área y se discute en comité de calidad y se analizan para emitir un plan de acción.
3. El manejo de base de datos debe ser de forma profesional y bajo estrictas medidas de confidencialidad, protegiendo la información de los clientes. Es terminantemente prohibido ceder información a terceros, sin autorización directa del cliente. Vesta se compromete a mantenerse actualizado sobre avances, prácticas y políticas relacionados con los datos de carácter personal de sus consumidores y el manejo de su base de datos.
4. Nos comprometemos a facilitar a nuestros consumidores el derecho de verificar y cuestionar la disponibilidad de sus datos, y nos comprometemos a eliminar, rectificar, y completar la situación según la solicitud del mismo.
5. Para estar en contacto permanente con nuestros clientes y público en general utilizamos los siguientes canales:



POLITICA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

DG-11

02-Abril-2013

REV-00

Teléfonos: 2244-3151 en horario de 8:00 am a 5:30 pm

Pagina WEB: www.grupovesta.com

Son comunicados a través de material POP (Volantes, Banners y otros) ubicados en todas nuestras oficinas, correos y mensajes de texto masivos, enviados a base de datos interna / externa.

Dirección para Correspondencia:

*Tegucigalpa

Boulevard Suyapa, 600 mts del estadio Nacional, Contiguo a Corporación Dinant.

*San Pedro sula

Torre Mega plaza 5to. Piso

Se comunica en toda la papelería administrativa (sobres, papel membretado, tarjetas de presentación etc.) que se usa para comunicación con clientes y empresas externas.

Los clientes y público en general, también pueden comunicarse directamente con las agencias llamando al número local de cada una de ellas. El directorio general de grupo Vesta está disponible en nuestra página web

B.3 PUBLICIDAD

1. La Gerencia de Mercadeo autorizará, supervisará y realizará el diseño de Producción y desarrollo de toda campaña publicitaria o publicación.
2. Todas las áreas deben ajustarse en materia de publicidad y comunicación social al programa anual de medios, contemplado dentro del plan estratégico de marketing.
3. El contenido y diseño de la publicidad, material impreso, e información pública de nuestros productos y servicios deben incluir mensajes claros y explicativos para el público al que va dirigido, de manera que sean entendidos claramente y evitar confusiones y malos entendidos por parte de los receptores, tomando en cuenta las diferentes necesidades de los consumidores.
4. Se deben dar a conocer claramente los precios e impuestos totales, términos y condiciones de los productos y servicios y costo de entrega al consumidor.
5. No estará permitida la práctica de publicidad engañosa, fraudulenta, o injusta. No está permitida la omisión o exageración de información esencial.



POLITICA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

DG-11

02-Abril-2013

REV-00

6. Los temas de las campañas, títulos de anuncios para medios impresos, radio, televisión y multimedia en general, imágenes y sonidos deberán estar dentro de las buenas prácticas de libre competencia y no deben atentar contra la moral y buenas costumbres de la sociedad en general.
7. Antes de lanzar campañas publicitarias grandes, donde implique el uso de medios masivos de comunicación (Radio, Periódico, Televisión) se deberá presentar la campaña a grupos de enfoque, con el fin de comprobar su efectividad, nivel de impacto y recordación; así como evaluar que la temática de la campaña respete los valores morales, sociales y éticos del mercado o segmento de este, al que va dirigida, sin perpetuar estereotipos; considerando primordialmente no perjudicar los intereses de los grupos vulnerables.
8. Todo el contenido visual, como ser fotos, graficas e imágenes utilizadas en artes, anuncios de televisión e internet con fines de publicar productos y servicios de Grupo Vesta, que no puedan ser generado internamente por nuestro departamento de creatividad, arte y diseño. Deberán ser comprados a proveedores de contenido externos, respetando sus derechos de autor, previamente autorizado por la gerencia de Mercadeo.

B.4 IMAGEN

1. Todas las áreas deben apegarse a los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad Corporativa de Grupo Vesta y consultar al área de mercadeo en caso de que se requiera usar logotipos, emblemas, colores u otros elementos diferentes a los que se exponen en dicho manual.
2. Todo material relacionado con la imagen de Grupo Vesta debe ser supervisado y aprobado por mercadeo, independientemente de los fines para los que se van a utilizar.
3. Se deberá mantener la misma imagen en todas las agencia de Grupo Vesta a nivel regional.

B.5 MATERIALES

1. El uso de materiales para la elaboración de vallas publicitarias, pancartas, banners y todo tipo de material promocional POP. Deberá ser de la mejor calidad del mercado. Por lo que es necesario seguir el protocolo de contratación de la empresa a través de la licitación de los trabajos requeridos con tres diferentes proveedores y orientándonos a proveedores que utilicen recursos amigables con el medio ambiente.
2. Las cotizaciones y órdenes de compra deben especificar el tipo de materiales usados, así como las medidas, calibres e información básica sobre la calidad y durabilidad de los mismos. Todo trabajo debe ser inspeccionado por el departamento de mercadeo antes de recibírselo al proveedor, para confirmar

que los trabajos contratados cumplan con los requisitos acordados en la Orden de compra enviada y que los materiales sean los adecuados.

3. Toda cotización, y factura debe dar a conocer los precios e impuestos totales, así como los términos y condiciones de los productos y servicios y costo de entrega.
4. Para reducir el impacto al medio ambiente, se debe evaluar el tipo de materiales a utilizar para producir las campañas. En el caso de material impreso en papel, cuando sea para uso interno se debe utilizar papel de menor calibre (Bond 10 y 20). Si es para uso externo solo se usara satinado con barniz en casos específicos para evitar el impacto ambiental. En el caso de material impreso para rotulación interna y/o externa, siempre que sea posible evitar hacer impresiones en lona vinilica o polipropileno (derivados de petróleo) se deben buscar alternativas de materiales que causen menos impacto al ambiente como ser: Tela o fibras.
5. Todo material POP sobrante impreso en papel, se le debe buscar una segunda función (Usarlo como papel para notas o post it) en el caso de materiales en lona vinilica se debe retornar a las oficinas principales de Mercadeo en Tegucigalpa para incluirlo en el proyecto de reciclaje.