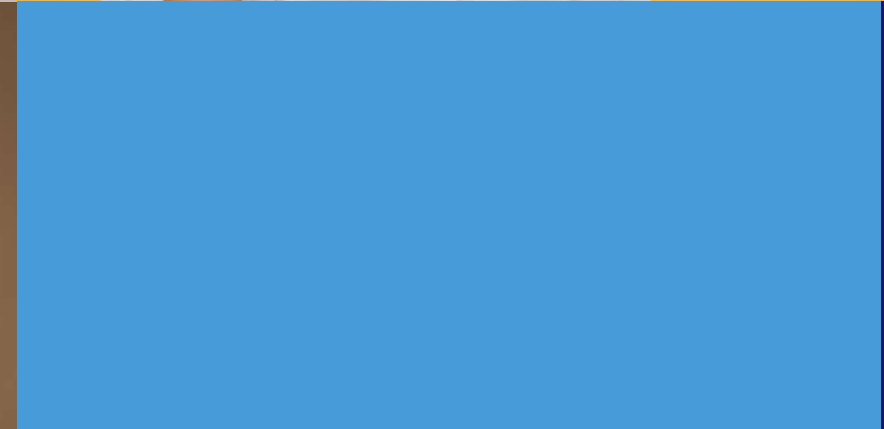


POR UNA COMUNICACIÓN
INTEGRADA EN

MALAKI

HOTEL BOUTIQUE



¿QUE HAREMOS?

La Articulación de las comunicaciones internas y externas de Malaki Hotel Boutique.

¿EN QUE CONSISTE?

Realizaremos un proyecto con el fin de obtener un producto final, el cual es un manual de comunicación, que nos permita integrar las comunicaciones dentro de las organización MALAKI.

ES IMPORTANTE POR QUE...

Como comunicadora organizacional considero que la articulación de las comunicaciones es importante para establecer un lineamiento claro, al tener las comunicaciones definidas y establecer un manual de comunicación, se cuenta con una herramienta útil en donde la organización pueda tener todo claramente escrito y documentado.

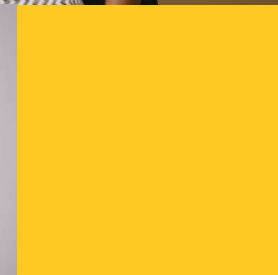
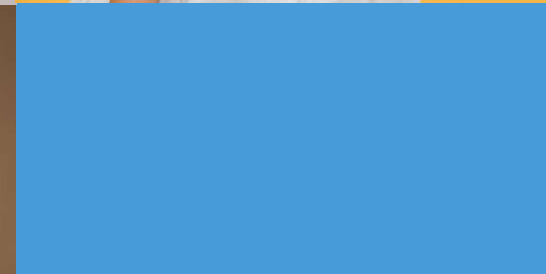
¿COMO SE APROPIARAN DEL CONOCIMIENTO ENTREGADO?

Por medio de una estrategia de gestión del conocimiento, la cual propondrá una serie de actividades claras, orientada al personal interno de la organización, con el fin de garantizar la comprensión total y la aplicación del plan de comunicación interna, para así reflejar la esencia de Malaki en cada una sus labores.

¿ CUAL ES EL PRODUCTO FINAL?

MANUAL DE
COMUNICACIÓN

MALAKI
HOTEL BOUTIQUE



CONTENIDO



INTRODUCCIÓN



OBJETIVO



TÉRMINOS Y
DEFINICIONES



LINEAMIENTOS
GENERALES



SEGURIDAD DE
LA
INFORMACIÓN



¿ QUIÉNES
SOMOS?



MISIÓN, VISIÓN,
PÚBLICO
OBJETIVO.



IDENTIDAD
CORPORATIVA

CONTENIDO



MANEJO DE
DERECHOS DE
AUTOR



GUÍA PARA LA
ELABORACIÓN Y
USO DE PIEZAS
GRAFICAS



COMUNICACIÓN
INTERNA



CANALES DE
COMUNICACIÓN
INTERNA



POLÍTICA DE
COMUNICACIÓN
INTERNA



PLAN DE
COMUNICACIÓN
INTERNA



COMUNICACIÓN
EXTERNA



CANALES DE
COMUNICACIÓN
EXTERNA

CONTENIDO



POLÍTICA DE
MANEJO DE
REDES SOCIALES



CLÁUSULA DE
EVENTOS



REQUISITOS
TÉCNICOS



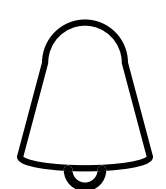
DOCUMENTOS
ASOCIADOS



FILOSOFÍA Y
LABORALES
SOCIALES

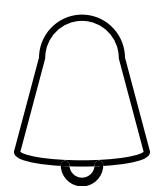


MARCO LEGAL



INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta el manual de comunicaciones tanto interno, como externo del Hotel Boutique Malaki, en donde presentaremos el uso correcto de su identidad corporativa, sus comunicaciones y de la misma manera sus reglas y normas.



OBJETIVO

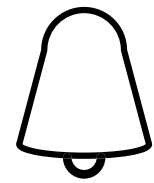
Este manual es dirigido para toda aquella persona que trabaje de manera interna en la organización Malaki y para toda empresa que trabaje en conjunto con ella misma, pues es importante que conozcan de manera detallada el uso adecuado de nuestra identidad, nuestras normas internas, los diferentes canales de comunicación, la elaboración de piezas gráficas para redes sociales y pagina web, la elaboración de videos, la programación, organización y logística de eventos.

Nota: para todo fin mediatico de Malaki, debe ser consultado este manual de comunicaciones.

¿ CUAL ES EL VALOR DIFERENCIADOR?

Malaki es una organización nueva, la cual carece de un grupo de trabajo consolidado, y muchas organizaciones y emprendedores nuevos, empiezan de la misma manera, pues los recursos economicos son limitados, de esta manera un manual bien formulado, documentado y aplicado, es una de las herrramientas claves para orientar las comunicaciones tanto internas como externas de la manera que desea cada organización, ahorrando diferentes pasos y gestionando bien el conocimiento, este manual servira de guia para muchas organizaciones pequeñas y medianas, emprendedores y toda organización que carezca de un manual bien consolidado.

**A CONTINUACIÓN UNO DE LOS
CONTENIDOS DEL MANUAL DE
COMUNICACIÓN...**



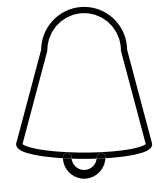
TERMINOS Y DEFINICIONES

Canal de comunicación: Es el espacio en el cual se emite un mensaje y es posible interactuar, entre 2 o más partes, estableciendo un contacto directo entre emisor y receptor, con un lenguaje en específico.

Clientes, usuarios o grupos de interés: son los interesados en el proyecto, producto o servicio a obtener en dicha organización.

Comunicación: Es el proceso básico mediante el cual un emisor y un receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinado, para intercambiar o compartir información, ideas o mensajes de interés común o individual.

Emisor: Es la persona encargada de codificar, generar y transmitir un mensaje de interés a través de diferentes medios y canales.



TERMINOS Y DEFINICIONES

Receptor: Es aquella persona que recibe la información o las ideas, convertidas en un mensaje específico.

Comunicación interna: Hace referencia a todos los canales y mecanismos de información existentes dentro de la organización, cuyo cliente principal son los mismos colaboradores de la empresa en sus diferentes áreas.

Comunicación externa: Hace referencia a todos los canales y mecanismos que establecen contacto directo con el mundo externo, los clientes, proveedores y grupos de interés, a los cuales se dirige todo su esfuerzo con el fin de posicionar dicha organización en la mente de estos mismos.



LINEAMIENTOS GENERALES

Contenido

- Todo el contenido elaborado y producido por el área de comunicaciones de Malaki Hotel Boutique, es con el fin de ofrecer información, conocimiento y herramientas útiles para la comunidad con acceso a medios virtuales.
- Los contenidos de ninguna forma ofenderán o insultarán ningún tipo de creencias, religiones o posturas ya sean políticas, económicas o sociales.
- Se debe evitar cualquier tipo de estereotipo social ya sea por género, raza, orientación sexual, origen étnico, discapacidad, estrato social, apariencia física, religión, localización geográfica u otro tipo de preferencias.



LINEAMIENTOS GENERALES

- Se efectuara una revisión previa a los contenidos antes de ser publicados, comprobando que cumplan las normas básicas de ortografía, gramática, sintaxis y estilo establecidas por la Real Academia Española.
- La información debe provenir de fuentes confiables y verificadas.
- No se permite el plagio o la copia a otros autores, sin ser mencionados, pues se considera plagio.
- Antes de ser publicado debe ser revisado en términos de calidad, ortografía, redacción y coherencia.
- Todos los contenidos tendrán un caracter diferente según el canal a ser publicado.
- Todos los contenidos deberán cumplir con los formatos indicados, colores, tamaños y lenguaje apropiado para el público el cual será dirigido.



SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

¿ Qué son los datos personales?

Según la Super Intendencia de Comercio de Colombia, los datos personales es toda la información asociada a una persona y la cual le permite identificarse legalmente, por ejemplo, su documento de identidad, el lugar de nacimiento, estado civil, edad, lugar de residencia, trayectoria académica, laboral, o profesional. También podemos obtener otro tipo de información como el estado de salud, sus características físicas, ideología política, vida sexual, entre otros aspectos.”

El manejo de la base de datos en Malaki se da por 2 medios, medio físico y el medio digital. El medio físico son los formatos de registro de cada huésped, los cuales cuentan con una información básica y necesaria para el ingreso de estos mismos, también se tiene un libro de registro de migración Colombia, el cual debe ser diligenciado detalladamente para luego ser ingresada en el SIRE, y así tener todo el registro de las personas que entran y salen del país.



SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

En el medio digital también tenemos el formato de ingreso, con el fin de facilitar el ingreso de los huéspedes, además se está implementando una firma digital, para así ser más ágiles en el mismo.

Formato de registro Malaki: Se encontrara en word disponible en los dispositivos de la organización.

[illegible]

¿QUIENES SOMOS?

•Malaki, es un hotel en la ciudad de Medellín, el cual abrió sus puertas el 25 de enero del 2020, se encuentra ubicado en Barrio Colombia, al frente del Centro Comercial Premiun Plaza, Cuenta con 72 habitaciones, entre ellas privadas y compartidas, restaurante, terraza y parqueadero privado, Malaki es un espacio diferente en donde queremos que conectes contigo mismo, más que un hotel somos un movimiento, en donde no solo te hospedaras sino que si estas dispuesto a ir más adentro de tu ser, nuestras experiencias te brindaran herramientas para hacerlo, ofrecemos experiencias de conexión como clases de meditación y yoga, tenemos experiencias virtuales, además contamos con espacios de co-working para que trabajes en un espacio cómodo y conectes con otras personas tanto locales como extranjeros.

MISIÓN

Malaki es una combinación entre Hostal y Hotel, cogiendo lo mejor de cada uno, los espacios de intercambio cultural que ofrecen los hostales y la privacidad que brindan los hoteles, convirtiéndolo en un HOSTEL. Además de ser un Hostel es un movimiento que despierta consciencia en las personas a través del amor y experiencias únicas de reconexión, tanto con sigo mismos como con la comunidad y el medio ambiente.

<<Es el lugar perfecto para descansar, reconectarse con uno mismo y disfrutar del arte urbano>>

VISIÓN

Malaki se visualiza en el año 2030 como un Hotel Boutique líder en Medellín y con presencia en diferentes ciudades y corregimientos de Colombia, como Palomino, el pacífico y el eje cafetero; caracterizado por tener clientes felices y satisfechos y por realizar actividades que impactan de forma positiva en cada lugar en el que se encuentra.

PÚBLICO OBJETIVO

- El primero es un viajero local o internacional, nomada digital, le gusta apoyar a marcas locales, es curioso y extrovertido, estrato medio o alto, esta en constante búsqueda de si mismo, le interesa los temas de crecimiento personal y autoconocimiento, busca hospedarse en la ciudad, explorarla, pero al mismo tiempo estar en contacto con la naturaleza y con otras personas, es creativo, activo y trabajador.
- El segundo son empresas de construcción, de la salud, industriales y de la alcaldía de Medellín o gobernación de antioquia, interesados en hospedar a sus trabajadores y velan por su salud, comodidad y bienestar.
- El tercero son personas locales buscando un lugar diferente para aislarse, vivir una experiencia diferente y comer rico.
- El cuarto es una persona interesada en todo tipo de cursos y experiencias virtuales que le ayuden siempre a expandir su conocimiento, este consumidor es local, es amante de las redes sociales, creativo, empedrado y emprendedor.

IDENTIDAD CORPORATIVA

La imagen corporativa de una entidad es aquello que lo diferencia de los demás y lo posiciona frente al mercado. Es la personalidad de la organización, y es aquella que define su lenguaje gráfico y corporativo frente a todos los escenarios en donde este tenga presencia, la imagen de una organización tiene gran influencia en el éxito que esta pueda tener.

LOGO

The word "MALAKI" is written in a large, bold, blue, rounded sans-serif font.

LOGO COMPLETO

The word "MALAKI" is written in a large, bold, blue, rounded sans-serif font. Below it, the words "HOTEL BOUTIQUE" are written in a smaller, blue, rounded sans-serif font.

Usos en redes sociales y pagina web.

- Tipografia: Baby Wildy
- Colores principales: Azul y blanco.
- El formato debe estar siempre en png para ser aplicado en otras imágenes.
- Los logos serán usados en todas las piezas graficas publicitarias para redes sociales, pagina web, anuncios, prensa, afiches, pendones y adjuntos en correos electrónicos.
- Se puede hacer variaciones de tamaño según el medio para ser publicado.
- Se utilizara los dos tipos de logos, según el tipo de pieza gráfica.
- Imagenes para redes sociales, frases de motivación, piezas graficas para eventos y videos informales, se usara el logo individual de Malaki.
- Anuncios de vayas publicitarias, pendones, protocolos de bioseguridad, señalización, tarjetas de identidad, logos principales de Instagram, tiktok, pagina web y tienda e-commerce tendra el logotipo completo.

Consejos para aplicación de logos

- Toda pieza gráfica debe ser aprobada previamente por la gerencia o el grupo de comunicaciones del momento.
- El logo oficial puede ser reemplazado por el @ de las cuentas de las redes sociales en diferentes piezas graficas, según el objetivo de la publicación, este cambio debe ser autorizado de igual manera por el encargado.
- El logo puede tener variaciones de color, según el tipo de pieza gráfica y el medio a ser publicado, si se necesita cambiar el color para colaboraciones con marcas o empresas con un estilo similar al de Malaki, puede hacerse la variación; el cambio debe ser autorizado por el gerente o el grupo de comunicaciones del momento.

Manejo de derechos de autor

Todo contenido elaborado y publicado en Malaki Hotel Boutique, debe respetar la LEY No. 23 DE 1982 Derechos de autor.

“Artículo 1°. Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente Ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común. También protege esta Ley a los intérpretes o ejecutantes, a los productores de fonogramas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor”

Manejo de derechos de autor

Cualquier creación nueva de la organización Malaki Hotel Boutique de carácter artístico o literario debe ser registrada en <https://www.registroenlinea.gov.co/portal.htm>

Para la revisión de normas relacionadas con los derechos de autor, revisar la siguiente pagina : <http://www.cecolda.org.co/index.php>

Elaboración de piezas gráficas

La elaboración de las piezas graficas debe tener los siguientes lineamientos:

- Los colores principales de la marca Malaki son : Azul, rosado, amarillo y naranjado.
- Las piezas graficas se desarrollaran por bloques de publicaciones con un fin especifico.
- Se debe desarrollar una parrilla de contenidos previa para cada una de las plataformas en donde Malaki tenga presencia.
- El tamaño de las publicaciones para instagram son : 1080x 1080 px
- El tamaño de imagenes para pagina web es: Thumbnail, de 150 x 150 píxeles, Medium, de 300 x 300 píxeles

Elaboración de piezas audiovisuales

Para la elaboración de piezas audiovisuales se deben tener en cuenta los siguientes lineamientos:

- Tener en cuenta que el formato vertical y horizontal para las piezas audiovisuales dependen del medio a ser publicado, de la misma manera las medidas varían según la plataforma y deben de ser confirmadas antes de ser producidas y publicadas.
- El formato vertical aplicara para las siguientes plataformas y redes sociales: Instagram feed, Tok Tok, IGTV Galeria de Booking, Expedia, Airbnb y Hostel World.
- El formato vertical se aplicara a piezas como: videos cotidianos de promoción del lugar, tomas individuales en eventos, colaboración con creadores de contenido, videos informativos, videos creativos, tutoriales cortos y creación de contenido cotidiano.

¡GRACIAS!