



UN BENEFICIO QUE CELEBRA TU ANIVERSARIO EN ZEBRANDS

Queremos informarte sobre un cambio importante en la forma en que se renuevan los cupones de las marcas Luuna, Nooz y Mappa, una de las prestaciones que ofrecemos con mucho gusto para ti.



¿Qué cambia?

Hasta ahora, los cupones se renovaban cada año calendario: comenzaban en enero y expiraban en diciembre.



A partir de ahora

Los cupones se renovarán de acuerdo con tu aniversario de ingreso a la empresa.



¿Cómo funcionará ahora?

Por ejemplo, si entraste a la empresa el 10 de marzo de 2025, tus cupones se renovarán el 11 de marzo de cada año, sin importar el mes del calendario.



Ventajas de este cambio:

- Te garantizamos **un año completo de vigencia desde tu aniversario.**
- Todos los colaboradores tendrán **claridad sobre cuándo se renuevan y cuándo vencen sus cupones.**



Importante:

- **Este cambio entrará en vigor a partir del lunes 4 de agosto.**
- Si tienes cupones vigentes de la modalidad anterior (enero-diciembre), **¡no te preocupes!** Respetaremos su vigencia hasta su fecha de expiración.



PROCESO DE ENTREGA DE “REGALO SORPRESA” 🎁 PARA COLABORADORES DE NUEVO INGRESO

Queremos recordarles que, para todos los colaboradores que ingresaron a partir del **01 de marzo de 2025**, el **regalo sorpresa** que otorga la empresa es un beneficio que se comienza a gestionar **una vez cumplidos seis meses de permanencia en la organización**.

Asimismo, les recordamos que **no es posible realizar envíos del regalo a tiendas**, por lo que, una vez que reciban el formulario correspondiente, deberán registrar una **dirección particular**. En caso de no hacerlo correctamente, **el llenado no será considerado válido hasta que se corrija**.

Esta política aplica para **todos los colaborados de tienda** y forma parte de nuestras acciones para **reconocer la lealtad y constancia** dentro de la empresa.

Agradecemos su comprensión y los invitamos a seguir trabajando con el entusiasmo y profesionalismo que los distingue.

Ante cualquier duda, pueden comunicarse con su **líder directo** o con el **equipo de Administración de beneficios**.



SEGUNDA ENCUESTA MOM (MONDAY OPERATING MEETING)

Nos interesa saber tu opinión sobre nuestra Junta de Operaciones de los lunes, MOM, **¿cómo la has vivido y qué nos sugieres mejorar?**

Apóyanos a responder esta encuesta anónima que te llevará menos de 3 minutos:

 [2da encuesta de retroalimentación MOM](#)



Fecha límite para contestar la encuesta:
Miércoles 6 de agosto

El objetivo es asegurarnos que este espacio realmente agregue valor, sea claro, útil y relevante para todos. Tu retroalimentación nos ayudará a tomar mejores decisiones para las siguientes sesiones.

Recuerda que tienes hasta este miércoles, al finalizar el día, para completar tu respuesta.

¡Gracias por ser parte de este proceso de mejora continua!



LINEAMIENTOS GENERALES DE PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES



Post Informativos

Proporcionan a los clientes información sobre los productos o servicios que se comercializarán (por ejemplo, precios, paquetes, promociones, etc.).

Post relacionados con engagement

Tienen la finalidad de incrementar la participación de los usuarios en relación con la empresa, y en general no contienen información, sino que tienen el propósito de entretener y generar interés en los usuarios.

Aspectos Indispensables para considerar en ambos tipos de post

- Siempre considerar textos en español.
- Mostrar precios en pesos mexicanos.
- Asegurar información verídica, comprobable y no engañosa.
- No utilizar bebidas alcohólicas, productos farmacéuticos y/o medicinas como utilería.
- Si se agregara una promoción, la misma debe quedar explicada de manera clara incluyendo vigencia, territorio, condiciones importantes y liga de consulta en la página web.
- No usar logotipos, nombres, eslóganes, marca registrada, etc. sin el permiso explícito del titular.
- Las comparaciones deben ser objetivas y verificables sin inducir al error o confusión, no debe utilizarse para denigrar otras marcas.
- No se recomienda el uso de memes virales (imágenes, audio o video) para publicaciones en páginas con fines de lucro, se recomienda se realice uso transformativo y no una copia directa. En caso de ser indispensable utilizar el meme tal cual verificar con legal.
- Para trends de SoME se recomienda se realicen adaptaciones originales en lugar de replicar el contenido del trend.
- Comprobar si la imagen, audio, textos música o vídeo original está protegido por derechos de autor y si se requiere permiso para su uso. Contactar al equipo legal para verificar.
- En el caso de las bibliotecas musicales proporcionadas por algunas plataformas como TikTok, deberán usarse solo los archivos que se encuentren disponibles, sin modificaciones, y siempre respetando los términos y condiciones y no utilizar en otras plataformas distintas.
- Utilizar contenido propio siempre que sea posible para evitar problemas de derechos de autor.
- Para el uso de imagen de personas y celebridades, es necesario el consentimiento por escrito. El equipo legal tiene el contrato correspondiente.
- No usar imagen de una persona de manera que pueda considerarse ofensiva o difamatoria.
- Para hechos actuales, sólo se puede utilizar información pública y siempre debe de verificarse que sea de fuentes confiables.

En caso de cualquier duda contactar al equipo legal.