

	INSTITUTO COSTARRICENSE DE ELECTRICIDAD		Código 66.00.001.2013
	POLÍTICA CORPORATIVA DE COMUNICACIÓN		Versión 2
			Página 1 de 19
Solicitud de Cambio No: 1	Elaborado por: Dirección de Comunicación	Aprobado por: Consejo Directivo	Rige a partir de: Ver página 19

TABLA DE CONTENIDO

0.	INTRODUCCIÓN	2
1.	PROPÓSITO	2
2.	ALCANCE.....	2
3.	DOCUMENTOS APLICABLES	2
4.	RESPONSABILIDADES.....	3
5.	TÉRMINOS Y ABREVIATURAS	6
6.	CONTENIDO DE LA POLÍTICA.....	9
7.	CONTROL DE CAMBIOS	18
8.	CONTROL DE ELABORACIÓN, REVISIÓN Y APROBACIÓN	18
	DEROGATORIA.....	19
	VIGENCIA	19

	POLÍTICA CORPORATIVA DE COMUNICACIÓN	Versión 2	Código 66.00.001.2013
		Página 2 de 19	

0. INTRODUCCIÓN

La gestión de la comunicación, responde a la responsabilidad corporativa y empresarial de atender y anticipar los requerimientos de información de sus diferentes públicos de interés. Asimismo, busca divulgar información oportuna, útil, certera y atractiva del ICE y sus empresas, para la consecución de sus objetivos estratégicos.

Es, además, un elemento esencial en la consolidación de la cultura corporativa e identidad y por ende del fortalecimiento de su imagen y reputación.

Grupo ICE, como conglomerado que abarca varias empresas públicas, requiere desarrollar una gestión de comunicación transparente y oportuna, que posibilite una efectiva rendición de cuentas y vigilancia ciudadana sobre sus acciones, según lo establece el gobierno corporativo.

Esta Política Corporativa de Comunicación define el marco de referencia, las condiciones y responsabilidades, para que el ICE y sus empresas establezcan la manera efectiva de gestionar las prácticas de comunicación interna y externa de índole corporativo, empresarial y comercial; considerando las particularidades de cada empresa.

1. PROPÓSITO

Establecer un marco de alineamiento general con el fin de fortalecer a lo interno y externo la identidad corporativa, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos estratégicos del ICE y sus empresas.

2. ALCANCE

Es de acatamiento obligatorio para el ICE y sus empresas, en particular para las áreas que intervengan en el proceso de planificación, conceptualización, ejecución y evaluación de estrategias y acciones de comunicación formal, internas y externas, de índole corporativo, empresarial y/o comercial.

3. DOCUMENTOS APLICABLES

CÓDIGO	TÍTULO
Ley No. 449	Ley de Creación del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE).



Ley No. 8660	Fortalecimiento y Modernización de las Entidades Públicas del Sector Telecomunicaciones.
Decreto Ejecutivo 35148	Reglamento al Título II de la Ley de Fortalecimiento y Modernización de las Entidades Públicas del Sector Telecomunicaciones.
Ley No. 6727	Ley General de Administración Pública.
Ley No. 8292	Ley General de Control Interno.
38.00.005.2011	Reglamento Corporativo de Organización.
38.04.001.2008	Política Empresarial de Seguridad de la Información. ¹
35.00.001.2010	Política de Propiedad Intelectual e Industrial del Grupo ICE.

4. RESPONSABILIDADES

4.1. Consejo Directivo

- 4.1.1. Aprobar la Política Corporativa de Comunicación.
- 4.1.2. Aprobar, en el primer trimestre de cada año, el informe anual sobre la gestión de comunicación corporativa e impacto del plan de comunicación de cada empresa y su aporte al cumplimiento de los objetivos estratégicos del Grupo ICE.

4.2. Presidencia Ejecutiva

- 4.2.1. Otorgar el visto bueno a la Política Corporativa de Comunicación.
- 4.2.2. Velar por el cumplimiento de la Política Corporativa de Comunicación.
- 4.2.3. Aprobar, en el primer trimestre de cada año, los posicionamientos estratégicos de comunicación del Grupo ICE, para aportar a la consecución de los objetivos estratégicos.
- 4.2.4. Ejercer la rectoría en la gestión de comunicación estratégica e identidad corporativa externa e interna, así como la administración de los medios de comunicación corporativa, con el apoyo de la Dirección de Comunicación.
- 4.2.5. Aprobar el plan anual de comunicación del ICE.
- 4.2.6. Aprobar la designación de los voceros corporativos.
- 4.2.7. Nombrar al representante de la Presidencia en el Comité de Comunicación Corporativa.

¹ Este documento normativo es aplicable únicamente para el ICE.

**4.3. Gerencia General del ICE**

- 4.3.1. Girar lineamientos a lo interno, en torno al cumplimiento de la Política Corporativa de Comunicación.
- 4.3.2. Ejecutar, por medio de las áreas correspondientes, la Política Corporativa de Comunicación.
- 4.3.3. Dar visto bueno al plan anual de comunicación del ICE.
- 4.3.4. Aprobar la designación de los voceros empresariales.

4.4. Gerencias Generales de las empresas del ICE

- 4.4.1. Girar lineamientos a lo interno, en torno al cumplimiento de la Política Corporativa de Comunicación.
- 4.4.2. Ejecutar, por medio de las áreas correspondientes, la Política Corporativa de Comunicación.
- 4.4.3. Aprobar el plan anual de comunicación o su equivalente en las empresas.
- 4.4.4. Aprobar la designación de los voceros empresariales y especializados.
- 4.4.5. Nombrar al representante de su empresa en el Comité de Comunicación Corporativa.

4.5. Gerencias del ICE

- 4.5.1. Girar lineamientos a lo interno, en torno al cumplimiento de la Política Corporativa de Comunicación.
- 4.5.2. Ejecutar, por medio de las áreas correspondientes, la Política Corporativa de Comunicación.
- 4.5.3. Nombrar al representante de sus dependencias en el Comité de Comunicación Corporativa.
- 4.5.4. Aprobar la designación de los voceros especializados.

4.6. Dirección de Comunicación

- 4.6.1. Apoyar a la PE en la formulación de lineamientos estratégicos en materia de comunicación e identidad corporativa.
- 4.6.2. Proponer a la PE la Política Corporativa de Comunicación y su normativa asociada, su actualización, así como brindar apoyo en el seguimiento y control de su ejecución.
- 4.6.3. Apoyar a la PE en el desarrollo de los mecanismos que permitan fortalecer la identidad del Grupo ICE.
- 4.6.4. Apoyar a la PE para coordinar la gestión de comunicación corporativa externa e interna, mediante el Comité de Comunicación Corporativa.



- 4.6.5. Apoyar a la PE con la administración de los medios de comunicación corporativos y gestionar los medios institucionales.
- 4.6.6. Ejercer la rectoría en materia de comunicación e identidad del ICE, en relación con el enfoque estratégico, de manera que se fortalezcan la cultura, la gestión y las relaciones públicas tanto internas como externas.
- 4.6.7. Coordinar la gestión de comunicación institucional externa e interna, y evaluar el impacto de las acciones de comunicación.
- 4.6.8. Proponer el plan anual de comunicación del ICE, con la participación de cada gerencia del ICE.
- 4.6.9. Proponer a la PE, GG y Gerencias del ICE, según corresponda, el árbol de voceros corporativos, empresariales y especializados del ICE.
- 4.6.10. Integrar, en el primer trimestre de cada año, el informe anual sobre la gestión de comunicación corporativa e impacto del plan de comunicación de cada empresa y su aporte al cumplimiento de los objetivos estratégicos del Grupo ICE, para su presentación ante Consejo Directivo.
- 4.6.11. Evaluar anualmente el cumplimiento de la Política Corporativa de Comunicación e informar los resultados de esta evaluación a la Presidencia Ejecutiva.

4.7. Dependencias responsables de la comunicación en las empresas

- 4.7.1. Desarrollar acciones para el cumplimiento de la Política Corporativa de Comunicación.
- 4.7.2. Proponer la planificación anual de comunicación en sus empresas.
- 4.7.3. Gestionar la comunicación empresarial de acuerdo al alcance definido en cada una de las empresas.
- 4.7.4. Evaluar el impacto de las acciones de comunicación desarrolladas en su ámbito de acción.
- 4.7.5. Suministrar a la DC, en el mes de enero de cada año, el informe anual de ejecución del plan de comunicación de su empresa, el aporte al cumplimiento de los objetivos estratégicos del Grupo ICE y el impacto de las acciones.
- 4.7.6. Sugerir a su GG los nombres de quienes podrían fungir como voceros empresariales.

4.8. Áreas de comunicación empresarial y/o comercial del ICE

- 4.8.1. Desarrollar acciones para el cumplimiento de la Política Corporativa de Comunicación.



- 4.8.2. Gestionar la comunicación empresarial y/o comercial, según corresponda a sus funciones.
- 4.8.3. Evaluar el impacto de las acciones de comunicación desarrolladas en su ámbito de acción.
- 4.8.4. Sugerir a la DC, los nombres de quienes podrían fungir como voceros especializados.

4.9. Áreas de tecnologías de la información del ICE y sus empresas

- 4.9.1. Brindar las soluciones tecnológicas para fortalecer la innovación, el contenido, la agilidad, el acceso y la oportunidad en la comunicación.

4.10. Comité de Comunicación Corporativa

- 4.10.1. Proponer los posicionamientos estratégicos de comunicación anuales, en concordancia con la Estrategia Corporativa.
- 4.10.2. Verificar el cumplimiento de la Política Corporativa de Comunicación en el ICE y sus empresas.
- 4.10.3. Formular contenidos para los productos de comunicación interna y/o externa alineados a la Política Corporativa de Comunicación.
- 4.10.4. Colaborar con la DC, para definir la planificación logística y operativa de los medios oficiales de comunicación.
- 4.10.5. Evaluar el impacto de las acciones de comunicación desarrolladas por las áreas responsables de la comunicación formal en el ICE y sus empresas.

5. TÉRMINOS Y ABREVIATURAS

TÉRMINOS

canales: soportes físicos o tecnológicos necesarios para que el mensaje se transmita del emisor al receptor.

comunicación: proceso de elaboración y transmisión de un mensaje, el cual busca generar reacción en el receptor.

comunicación comercial: toda comunicación que la empresa realiza en un ámbito de actividades en competencia, para llegar a los clientes e influir en el proceso de elección y/o compra, con el fin de lograr la preferencia y la decisión de elección de los productos o servicios y la fidelización de los clientes.



comunicación corporativa: toda comunicación que integra al ICE y sus empresas como conglomerado, asociada al posicionamiento de los valores, misión y visión del Grupo ICE.

comunicación empresarial: toda comunicación que realiza el ICE o alguna de sus empresas, a excepción de aquella estrictamente comercial.

cultura corporativa: conjunto de creencias, valores y pautas de conducta, por las que se rige el personal del Grupo ICE.

empresas del ICE: son entes públicos, organizados como sociedades anónimas o de otro tipo, pero siempre con personería jurídica independiente, reguladas por el derecho privado, entre ellas la Compañía Nacional de Fuerza y Luz Sociedad Anónima, Radiográfica Costarricense Sociedad Anónima, Gestión Cobro Grupo ICE Sociedad Anónima, y las demás empresas en las que el ICE posea una participación no menor al 51% del capital accionario.

Grupo ICE: conglomerado de empresas conformado por el ICE y sus empresas. Incluye las empresas en las cuales el ICE posee una participación no menor al 51% del capital accionario.

identidad corporativa: conjunto de características centrales perdurables, distintivas y propias de la marca Grupo ICE, distintivos que la identifican y la diferencian como organización.

identidad de marca: cualidades tangibles e intangibles de las marcas de las empresas del Grupo, que las identifican y diferencian del resto de las marcas competidoras.

imagen corporativa: percepción que tienen los públicos de interés sobre el Grupo ICE, según la concepción que se ha definido proyectar, asociada a sus valores, su orientación estratégica y su posicionamiento en el mercado.

información: toda comunicación o representación de datos con significado, con inclusión de formas textuales, numéricas, gráficas, cartográficas, narrativas o audiovisuales, y presentadas en cualquier medio.



marca: es un nombre, diseño, signo, símbolo, palabra o combinación de las anteriores, se utiliza en la creación de una imagen que identifica un producto o servicio, diferenciándolo de la competencia en el mercado. Lo que se busca es que con el paso del tiempo la imagen se posicione asociándose con un nivel de calidad, satisfacción y credibilidad en la mente de sus clientes, aumentando así su valor de marca en el mercado.

medio de comunicación: producto de comunicación que permite o facilita la difusión de información relacionada con la empresa hacia sus públicos de interés o viceversa.

medios digitales: forma o formas de estar conectado con la comunidad virtual en la cual los vínculos, interacciones y relaciones tienen lugar en Internet. Facilita la socialización a través de la comunicación simultánea.

pauta: espacios pagos que adquiere el ICE y sus empresas para divulgar mensajes que responden a estrategias comerciales y de comunicación.

protocolo: conjunto de normas, tradiciones, costumbres y técnicas que se disponen para la coordinación y realización de los actos corporativos y empresariales. En este contexto, se refiere a las normas y reglas ceremoniales establecidas por decreto o costumbre.

públicos de interés: grupos que son impactados directa o indirectamente por sus actividades y/o gestiones del Grupo ICE.

reputación corporativa: conjunto de valoraciones de los públicos de interés sobre el Grupo ICE, producto de su comportamiento histórico y del cumplimiento de sus compromisos y la satisfacción de sus expectativas.

vocero: persona designada por la empresa para dar declaraciones a los medios de comunicación, sobre temas propios del Grupo ICE, de las empresas y/o sus marcas.

ABREVIATURAS

DC: Dirección de Comunicación.

GG: Gerencias Generales de cada empresa.

ICE: Instituto Costarricense de Electricidad.



PE: Presidencia Ejecutiva.

6. CONTENIDO DE LA POLÍTICA

6.1 Rectoría

De acuerdo con lo estipulado por el Consejo Directivo, en el artículo 5 del capítulo I, de la Sesión 6348 Roles y funciones aprobados por el Consejo Directivo para las entidades de alcance corporativo e institucional, la Presidencia Ejecutiva se apoya en la Dirección de Comunicación, para la formulación de lineamientos estratégicos en materia de comunicación e identidad corporativa. Y dicha Dirección, además, es la responsable de ejercer la rectoría en comunicación e identidad del ICE, en relación con el enfoque estratégico, de manera que se fortalezca la cultura, la gestión y las relaciones públicas tanto internas como externas.

6.2 Principios fundamentales

Toda acción de comunicación que se divulga a nombre del Grupo ICE y de las empresas que lo conforman, debe:

- Responder a los posicionamientos estratégicos de comunicación.
- Identificar y considerar las necesidades de información de los públicos de interés y establecer mecanismos para evaluar su respuesta e interacción.
- Contener información vigente y veraz.
- Establecer los objetivos, enfoque y temas a abordar.
- Estar redactada con un lenguaje neutral o inclusivo.
- Definir claramente el o los públicos de interés que permitan segmentar la difusión.
- Incorporar elementos de valor formativo sobre temáticas estratégicas del Grupo ICE, para los públicos de interés definidos.
- Ser innovadores, ajustando los productos divulgativos a los formatos y plataformas de consumo de contenidos de mayor tendencia a nivel país, así como contemplar la mejora permanente para una comunicación eficaz.
- Respetar las políticas de protección de la información establecidas por cada empresa en cuanto a la divulgación de temas confidenciales.
- Ser transparente sin exponer información estratégica y confidencial del Grupo.
- Respetar el ordenamiento jurídico en materia de derechos humanos.



- Evitar cualquier tipo de manifestación que promueva discriminación por edad, etnia, sexo, religión, raza, orientación sexual, identidad y expresión de género, estado civil, opinión política, ascendencia nacional, origen social, filiación, discapacidad, afiliación sindical, situación económica o cualquier otra forma análoga de segregación.
- Reprobar cualquier tipo de manifestación que promueva violencia y/o atente contra los derechos de la infancia, juventud, mujeres, personas adultas mayores o cualquier otro grupo históricamente excluido.
- Evitar manifestaciones que fomenten de forma directa el consumo de sustancias ilícitas.
- Rechazar cualquier acción que promueva el maltrato animal.

6.3 Gestión de identidad corporativa

A la DC le corresponde proponer a la PE, los aspectos de identidad de marca del Grupo ICE y velar por su cumplimiento en el ICE y sus empresas.

6.3.1 Principios de identidad

Las acciones de comunicación del ICE y sus empresas, deben educar y ser coherentes con la misión, la visión y los valores corporativos, y contribuir en el cumplimiento de los objetivos estratégicos trazados en la Estrategia Corporativa, resguardando la imagen corporativa y empresarial.

Asimismo, deben respetar los lineamientos de uso gráfico, oficialmente establecidos para cada marca.

Cada una de las empresas del ICE deberá establecer un área responsable de la coordinación, enfoque y formato de la exposición de sus marcas registradas: CNFL, RACSA, Gestión Cobro Grupo ICE, entre otras; en los diferentes eventos donde participe. Así como de garantizar el uso adecuado de material audiovisual y/o fotográfico de su empresa, por parte de terceros.

La DC es la responsable de establecer dicha gestión para las marcas: Grupo ICE e ICE.

Todo esfuerzo de comunicación debe ser consecuente con el respeto a los derechos humanos y la sostenibilidad socio ambiental. Asimismo, el ICE y sus empresas buscará, que las actividades cuenten con criterios de paridad (igual cantidad de hombres y mujeres) e inclusión, cuando corresponda.



6.3.2 Artículos promocionales

La adquisición de artículos promocionales de las marcas empresariales debe contar con el aval de la GG respectiva. La justificación debe contener el detalle del requerimiento, costo previsto, uso proyectado e impacto esperado. La compra de artículos promocionales de las marcas comerciales se aprueba según lo establecido por sus áreas responsables, previa comprobación de la disponibilidad de presupuesto.

Salvo casos de excepción justificados, los artículos promocionales a adquirir, deben ser consecuentes con transformación digital, descarbonización de la economía, redes inteligentes o energías renovables, soluciones promovidas en la Estrategia Corporativa, en una sociedad globalizada, responsable, inclusiva y sostenible.

La elaboración de artículos promocionales con las marcas ICE y Grupo ICE, deben contar, además, con el aval de la DC, como responsable de la identidad de ambas marcas, quien certificará el uso correcto de las mismas. Los artículos promocionales de la marca kölbi, solo son adquiridos por la dependencia designada para dicho propósito.

6.3.3 Protocolo

La DC es el área asesora en materia de protocolo y coordina la organización de las actividades oficiales que tienen carácter institucional (ICE) o corporativo (Grupo ICE).

La organización de los eventos de carácter comercial o empresarial, están bajo la coordinación de la dependencia correspondiente.

Todas las empresas deben aplicar las normas de protocolo y ceremonial establecidas por la Cancillería de la República, para ceremonias o actividades de carácter oficial o diplomático.

Para el ICE y Grupo ICE, la DC es el enlace para cualquier actividad o evento oficial, que se coordine con el Gobierno de la República. En el caso del resto de las empresas, su GG designará dicho enlace.



6.4 Gestión de comunicación estratégica

El manejo general de la comunicación del ICE y sus empresas, debe planificarse y responder a los objetivos establecidos en la Estrategia Corporativa, a partir del establecimiento de posicionamientos estratégicos aprobados por la PE.

También, las acciones deben responder a las necesidades de información de los públicos de interés, por medio de un mecanismo que conlleve a su identificación.

De forma anual, el ICE y cada una de las empresas debe establecer a través de su área de comunicación y con la participación de cada gerencia del ICE, su plan anual de comunicación. Para el caso del ICE, dicho plan será avalado por la GG y aprobado por la PE, mientras que para las empresas del ICE, este será aprobado por la GG respectiva. Con el fin de promover una mejora continua, todos los planes deberán considerar los resultados de la evaluación del plan anual anterior.

6.4.1 Gestión de comunicación externa

La gestión de la comunicación corporativa externa se determina a lo interno del Comité de Comunicación Corporativa, el cual colabora con la DC, para definir la planificación logística y operativa de los medios oficiales de comunicación corporativa.

La comunicación empresarial externa está a cargo de las áreas de comunicación de cada una de las empresas del ICE.

Cada área de comunicación debe gestionar las acciones necesarias para garantizar una comunicación externa estratégica, útil, oportuna, ágil y eficaz.

6.4.1.1 Gestión de prensa

La DC es la responsable de gestionar la relación y el flujo de información que se divulga a nombre del Grupo ICE y del ICE, dirigida a los medios de comunicación.

Por su parte, cada empresa realiza la gestión de la relación y el flujo de información dirigida a medios, mediante su área de comunicación, la cual coordina con la DC cuando sea requerido o cuando dicha relación adquiera un alcance corporativo.

En el ámbito estrictamente comercial, la relación con medios de prensa de las empresas y sus marcas, está bajo la responsabilidad de sus áreas comerciales.



Toda solicitud de información por parte de un medio de comunicación debe ser atendida en el plazo correspondiente y por las vías formales establecidas.

Las solicitudes de información de los medios de comunicación deben ingresar, exclusivamente, a través de las áreas oficiales de comunicación del ICE y sus empresas y por la vía formal que cada área establezca. En todos los casos debe existir trazabilidad de la solicitud.

Si el personal es contactado por un medio de comunicación, debe referirlo al área de comunicación de cada empresa.

La información a los medios de comunicación se puede entregar por medio de múltiples formatos periodísticos, tales como -pero no limitados a-: comunicados, declaraciones, entrevistas, conferencias de prensa, infografías o notas audiovisuales.

La DC será la responsable de establecer los parámetros de estilo para la elaboración y redacción de los comunicados del Grupo ICE y del ICE. Asimismo, junto con la PE, definirán el flujo de revisión y autorización correspondiente.

La validación de los temas de cada empresa, la lleva a cabo su área de comunicación, en coordinación con su GG, y para el caso del ICE, también con la PE.

Por otra parte, la conferencia de prensa se utiliza para el manejo de los siguientes temas:

- En defensa de la imagen de cada empresa o del Grupo ICE.
- Para educar a los públicos de interés sobre temas estratégicos del ICE y sus empresas.
- Por estrategia empresarial.
- Para el lanzamiento de productos o servicios.
- Por sentido de oportunidad al disponer de un asunto en exclusiva.
- Ante anuncios ineludibles que deban brindarse a la opinión pública.

La coordinación, convocatoria y realización de la conferencia, corresponde en el ámbito corporativo a la DC, y en el ámbito empresarial al área responsable de cada empresa. Si se requiere de la participación de la PE o de la GG del ICE, debe coordinarse con la DC.



La solicitud de ingreso de medios de comunicación a centros de trabajo del ICE y sus empresas, será coordinado por cada área de comunicación respectiva. Cuando un medio de comunicación llegue a un centro de trabajo de las empresas del Grupo ICE sin haber coordinado la visita, se debe poner en contacto inmediato con el personal del área de prensa correspondiente.

Las solicitudes con fines comunicacionales o formativos por parte de externos, para visitar centros de trabajo, son coordinadas, de acuerdo a su alcance, por las áreas de comunicación de la empresa o el área involucrada.

6.4.1.2 *Gestión de vocería*

Con el fin de brindar información oficial, las empresas del Grupo ICE cuentan con dos tipos de voceros: los naturales y los especializados.

Los voceros naturales del Grupo ICE son: Presidente Ejecutivo; Gerentes Generales del ICE, CNFL, RACSA y Gestión Cobro; Gerentes de Electricidad, Telecomunicaciones, Operaciones y Logística, Finanzas y Transformación Tecnológica. También se consideran voceros naturales a las Jefaturas de la División Jurídica y Dirección de Comunicación.

Los temas específicos pueden ser abordados por voceros especializados, cuyos nombres son designados por la gerencia respectiva. Para el caso de las empresas, los voceros especializados son designados por el Gerente General.

La propuesta de los voceros empresariales corresponde a las áreas de comunicación de cada empresa y es aprobada por la GG respectiva.

La DC, en conjunto con las áreas de comunicación de las empresas, propone el árbol de voceros corporativos del Grupo ICE, donde se determinará el nombre, perfil y contacto de los voceros especializados, de acuerdo con el tema de abordaje. La designación de los voceros corporativos corresponde a la PE.

6.4.2 *Gestión de comunicación interna*

La gestión de la comunicación interna con alcance corporativo se determina a lo interno del Comité de Comunicación Corporativa, el cual colabora con la DC, para definir la planificación logística y operativa de los medios oficiales de comunicación corporativa.



La comunicación empresarial interna está a cargo de las áreas de comunicación de cada empresa.

Cada área de comunicación debe gestionar las acciones necesarias para garantizar una comunicación interna estratégica, útil, oportuna, ágil y eficaz.

6.4.2.1 Estrategias y campañas de comunicación interna

Cada área de comunicación empresarial y comercial debe gestionar sus propias campañas de comunicación. En el caso de las áreas adscritas al ICE, deben realizar esta función con la asesoría de la DC. Cada empresa divulga sus mensajes internos masivos a través de un buzón de correo electrónico destinado para ello y administrado por el área de comunicación respectiva. También, puede recurrir a otros medios oficiales, si lo considera conveniente.

Los medios institucionales de comunicación interna del ICE, deben cumplir con un perfil, en el cual se define su objetivo de comunicación, público de interés, formato, enfoque, estilo, periodicidad, parámetros de calidad. Además, deben ser sometidos anualmente a métricas de evaluación para determinar su eficacia, en función de los objetivos de comunicación determinados.

Cada área de comunicación será la responsable de establecer el procedimiento para la publicación de comunicados oficiales de carácter noticioso.

De igual forma, las áreas de comunicación de cada empresa deberán definir el proceso a seguir para la publicación de material de orden editorial que emita la opinión de un funcionario(a) asociada con su rol en la organización.

6.4.3 Medios y canales oficiales de comunicación corporativa

Los medios y canales de comunicación corporativa están bajo la administración de la DC. Son los únicos canales oficiales, a través de los cuales se difunden mensajes masivos del Grupo ICE. En ellos se divulgan aquellos temas de interés de las empresas del Grupo ICE, considerados estratégicos y avalados por la PE y las GG de cada empresa.

La planificación logística y operativa de estos medios, se define a lo interno del Comité de Comunicación Corporativa.



6.4.3.1 Medios digitales de comunicación corporativa

La DC es la instancia responsable de administrar y gestionar los medios digitales de comunicación corporativa, y monitorear sus actividades.

Los medios digitales, tanto de las marcas comerciales como de las empresas del ICE, están a cargo de las áreas competentes definidas en cada una de ellas.

El contenido y uso de la imagen corporativa del Grupo ICE y del ICE en redes sociales y portales web del Grupo ICE serán administrados por la DC, quien definirá y actualizará los aspectos propios del contenido, formato y el estilo de cada perfil.

La administración de las redes sociales de las empresas del ICE, es responsabilidad exclusiva de estas.

Todas las acciones de comunicación a través de redes sociales deberán respetar los lineamientos que establecen la identidad de marca, la reputación y sustentarse en los valores del Grupo ICE: integridad, agilidad, compromiso, innovación y excelencia.

Los contenidos que se publicarán en las plataformas corporativas deben:

- Ser coherentes con la Estrategia Corporativa y los valores del Grupo ICE.
- Responder al plan anual de comunicación, acuerdos del Comité de Comunicación Corporativa y lineamientos afines a la comunicación corporativa. Ser relevantes para el mayor número de seguidores de redes sociales y para la sociedad en general.
- Vigentes o actualizados.
- Contener valor educativo o formativo.
- Promotores de la equidad de género y de los derechos humanos.
- De conformidad con la legislación vigente.
- Con enfoque utilitario, de servicio y que brinde soluciones.
- Ser respetuosos de toda opción política, religiosa o ideológica.
- Fidedignos, comprobables, serios y confiables, cuando se citen fuentes de terceros.
- Ser transparentes con la información publicada sin exponer información estratégica y confidencial del Grupo ICE.
- No asociar a la marca con ningún tipo de empresa que afecte la imagen o reputación de la empresa.



6.5 Gestión de comunicación para el manejo de crisis

La DC será la responsable de elaborar la normativa general para el manejo de situaciones de crisis en el ICE y sus empresas, la cual se someterá a aprobación del órgano competente.

De considerarlo necesario, cada empresa del ICE puede establecer su propio procedimiento operativo para el manejo de situaciones de crisis, siempre que responda a los lineamientos definidos en la normativa general corporativa.

El manejo de crisis del ICE y sus empresas debe cumplir con los siguientes principios generales:

- **Legalidad.** Según el cual las empresas que conforman el Grupo ICE deben actuar sometidas al ordenamiento jurídico, ya que los entes y los órganos públicos sólo pueden realizar los actos que están previamente autorizados por dicho ordenamiento.
- **Prudencia.** El Grupo ICE actuará con cautela y responsabilidad ante la ocurrencia de una situación de crisis.
- **Transparencia.** El Grupo ICE será transparente ante un hecho crítico, sin ocultar ninguna información pública.
- **Apertura.** El Grupo ICE mostrará apertura ante los medios de comunicación y los diferentes grupos de interés, derivados de una situación de crisis suscitada.
- **Respeto.** El Grupo ICE respetará los derechos individuales y colectivos de las personas involucradas.
- **Empatía.** El Grupo ICE considerará prioritario minimizar la afectación y el riesgo para las personas, las comunidades, la fauna y el ambiente.
- **Oficialidad.** El Grupo ICE respetará los canales oficiales de comunicación. No se dará crédito a informaciones que surjan de canales informales o no autorizados. Toda información deberá estar debidamente avalada previo a su publicación, por la PE y se hará pública de acuerdo a lo definido entre las GG, la PE y la DC.
- **Rigurosidad.** El Grupo ICE divulgará sólo información debidamente corroborada antes de publicarse. Si existe incertidumbre en los datos, se valorará no publicar o se consignará como información preliminar y no definitiva.



- **Oportunidad.** El Grupo ICE informará oportuna y constantemente según el desarrollo de la crisis, donde la información podría ser gradual y su exactitud se incrementa conforme transcurre el tiempo y se recolectan los datos.
- **Utilidad.** El Grupo ICE generará contenido útil para formar y educar durante el manejo de una crisis con base en la información interna disponible y verificada.

La DC será la responsable de establecer el proceder específico para atender la comunicación en situaciones de crisis del ICE y sus empresas, cuando ésta afecte la imagen corporativa.

7. CONTROL DE CAMBIOS

Los cambios incluidos en esta versión, están conformes con las buenas prácticas y la gestión efectiva en comunicación interna y externa.

8. CONTROL DE ELABORACIÓN, REVISIÓN Y APROBACIÓN

ELABORÓ	DEPENDENCIA	FECHA
Milena Elizondo Cárdenas	Dirección de Comunicación, Presidencia Ejecutiva	Enero 2020
Zailyn Ureña Aguilar	Dirección de Comunicación, Presidencia Ejecutiva	
Natalia Arce Rojas	Comunicación, Gestión Empresarial, Gerencia Telecomunicaciones	
Johnny Sánchez Orozco	Comunicación, Gerencia Electricidad	
Alejandra Gutiérrez Rodríguez	Unidad de Prensa y Comunicación, RACSA	
Ricardo Zamora Zumbado	Unidad de Comunicación Empresarial, CNFL	
Marco Garita Rojas	Identidad Corporativa, Dirección de Comunicación	
Adriana Víquez Garita	Prensa Corporativa, Dirección de Comunicación	
Jinneth Ruiz Esquivel	Relaciones Públicas, Dirección de Comunicación	



REVISÓ	DEPENDENCIA	FECHA
Sr. Víctor Solís Rodríguez	CNFL	Septiembre 2020
Sr. Francisco Calvo Bonilla	RACSA	Septiembre 2020
Sra. Oky Segura Elizondo	División Jurídica	Septiembre 2020
Sr. Mauricio Rojas Cartín	Gerencia de Telecomunicaciones	Septiembre 2020
Sr. John Molina Núñez	Gerencia de Transformación Tecnológica	Septiembre 2020
Sr. Oscar Mario Jiménez Alvarado	Presidencia Ejecutiva	Noviembre 2020
Sra. Mónica Rodríguez Abarca	Gerencia General ICE	Noviembre 2020
APROBÓ	Sesión	FECHA
Consejo Directivo	6437	16 de marzo 2021

DEROGATORIA

Se deja sin efecto la “Política de Comunicación, código 66.00.001.2013, versión 1”. Asimismo, la normativa de comunicación asociada a la Política recién referida, debe estar alineada al presente documento.

VIGENCIA²

Este documento rige a partir de su publicación en el Diario Oficial La Gaceta. Cualquier consulta relacionada con la fecha de vigencia favor ver ficha descriptiva del documento normativo en el sitio <http://gedi.infocom.ice/ServiciosNormativa.html>.

²De conformidad al artículo 2 del Capítulo II del acta firme de la Sesión 6437 del 16 de marzo del 2021 esta normativa es vigente a partir de su publicación. Publicado en La Gaceta N°77–220421 de fecha 22 de abril 2021