

**REFINERÍA DE CARTAGENA S.A.S.
DEPARTAMENTO JURÍDICO**

**DIRECTRIZ DE COMUNICACIONES
PSJ-DI-001**

Diciembre 28 de 2022



DIRECTRIZ DE COMUNICACIONES PSJ-DI-001



REGISTRO DE CAMBIOS

Versión	Causa del Cambio	Área Responsable del Cambio	Fecha del Cambio
1.0	Documento Inicial	Vivian Eljaiek	Mayo de 2010
2.0	Actualización	Sonia Gedeón	Abril 8 2015
3.0	Actualización	Sonia Gedeón	Abril 25 de 2016
4.0	Actualización del proceso y cambio de código del documento (Antes VJ-DI-001)	Angela Riaño	Enero 12 de 2018
5.0	Revisión a la luz de la nueva estrategia corporativa	Angela Riaño	Enero 16 de 2019
6.0	Actualización	Angela Riaño	Abril 16 de 2019
7.0	Actualización y ajustes según cambios en procesos y estructura organizacional.	Angela Riaño	Mayo 15 de 2020
8.0	Actualización y ajustes según cambios en procesos y estructura organizacional.	Departamento Jurídico	Diciembre 28 de 2022

CONTROL DE DISTRIBUCIÓN

Nombre y Apellidos	Área	N° de copias
Herman Galán	Presidencia	1
Leonardo Berrío	Departamento Jurídico	1
Danny Vergara	Departamento Administrativo	1
Luis Fernando Gutiérrez	Departamento Jurídico (Comunicaciones)	1



TABLA DE CONTENIDO

1 INTRODUCCIÓN 4

2 OBJETO 4

3 ALCANCE..... 4

4 GLOSARIO 4

5 CONSIDERACIONES GENERALES..... 5

6 VOCERÍA 5

7 ATENCIÓN EN SITUACIONES DE CRISIS..... 6

8 IDENTIDAD Y CULTURA ORGANIZACIONAL 6

9 CANALES DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES..... 7

10 EVENTOS Y PATROCINIOS..... 7

DIRECTRIZ DE COMUNICACIONES PSJ-DI-001



1 INTRODUCCIÓN

En Refinería de Cartagena S.A.S., (en adelante “Refinería de Cartagena” o la “Sociedad”), la gestión de la comunicación corporativa es un proceso de carácter estratégico y transversal, alineado con el marco de actuación y directrices del Grupo Ecopetrol.

La gestión de comunicación corporativa se refiere al ordenamiento de los mensajes, la utilización acertada de los canales de comunicación y la interacción vinculante con los grupos de interés; entendido de esta manera, el proceso de comunicación como palanca de la gestión empresarial, sustentada en normas y principios orientadores contenidos entre otros documentos, en nuestro Código de Ética y Conducta, Código de Buen Gobierno, Manual de Comunicaciones para Crisis, que regulan la práctica de las actividades de comunicación en la organización.

2 OBJETO

Contribuir a la construcción de reputación que agregue valor al negocio, a través de una efectiva gestión de la comunicación corporativa y del relacionamiento con los grupos de interés.

3 ALCANCE

La presente directriz aplica para todos los empleados de Refinería de Cartagena, de acuerdo con el nivel y la naturaleza de su cargo.

4 GLOSARIO

Término	Descripción
Comunicado	Herramienta impresa o digital que tiene como objetivo divulgar información de la Sociedad.
Grupos de Interés	Individuo o grupo de individuos (pertenecientes o externos a la Sociedad), que puedan afectar o verse afectados por las políticas, objetivos, decisiones y acciones de Refinería de Cartagena, tales como comunidades, colaboradores, gobierno, entes de control, contratistas, accionistas, sector financiero y clientes.
Identidad	Conjunto de rasgos y características que permiten diferenciar a una empresa de otra.
Imagen	Es el sello a través del cual una compañía quiere ser identificada y distinguida en el universo empresarial.

DIRECTRIZ DE COMUNICACIONES PSJ-DI-001



Término	Descripción
Manual	Instrumento que contiene de forma explícita y ordenada información sobre políticas, actuaciones y requisitos de comportamiento.
Marca	Instrumento para gestionar, transmitir y afianzar la imagen corporativa frente a los grupos de interés. Es una herramienta estratégica que permite generar recordación, identificación y empatía.
Vocería	Persona o personas autorizadas por el Presidente de la sociedad (el "Presidente") que posean habilidades comunicacionales para transmitir los mensajes que cumplan los objetivos tanto de la compañía, como de los grupos de interés.

5 CONSIDERACIONES GENERALES

- Refinería de Cartagena promueve y estimula la comunicación coherente, clara y transparente, que contribuya a la unidad en el discurso frente a todos los grupos de interés.
- Los mensajes por comunicar están enmarcados dentro de la pertinencia y la oportunidad, cuidando siempre la identidad de la marca y el respeto por los principios y valores corporativos.
- Todas las iniciativas de comunicación externa y de relacionamiento con grupos de interés externos están centralizadas en el área de comunicaciones del Departamento Jurídico, o quien haga sus veces.
- Las iniciativas de comunicación interna y relacionamiento con los colaboradores están centralizadas en el área de comunicaciones del Departamento Jurídico o quien haga sus veces.

6 VOCERÍA

- Los comunicados de prensa de Refinería de Cartagena son dirigidos, administrados y publicados por el área de comunicaciones del Departamento Jurídico, con la aprobación del Presidente. Si se trata de información financiera o de la operación, se requiere la validación del área de comunicaciones de Ecopetrol, siguiendo los lineamientos de declaraciones públicas establecidos por el accionista.
- Existe una vocería única y oficial, a cargo del Presidente para todas las comunicaciones relacionadas con la gestión de Refinería de Cartagena, por lo tanto, solo serán voceros alternos los designados por el Presidente.
- Ningún colaborador está autorizado para dar declaraciones a los medios de comunicación, distinto de los anteriormente mencionados.

**DIRECTRIZ DE COMUNICACIONES
PSJ-DI-001**

- Los contratistas tampoco están facultados para entregar información a los medios de comunicación. Es obligación del área responsable del contrato informar al contratista acerca de esta norma.

7 ATENCIÓN EN SITUACIONES DE CRISIS

- El área de comunicaciones del Departamento Jurídico es responsable de gestionar las solicitudes de información de los medios de comunicación, previa autorización del Presidente, y atender las situaciones de crisis que afecten la reputación de la compañía.
- La Sociedad cuenta con un Manual de Comunicaciones para Crisis que regula las actuaciones de Refinería de Cartagena en escenarios que pongan en riesgo la reputación de la compañía.
- Desde el área de Comunicaciones del Departamento Jurídico, también se conoce y aplica el Procedimiento de Divulgación de Información Relevante (COM-P-03) de Ecopetrol, y se hace seguimiento a las acciones de mitigación que se requieran ante situaciones de crisis.

8 IDENTIDAD Y CULTURA ORGANIZACIONAL

- La identidad visual es considerada como un instrumento que permite la recordación, identidad y posicionamiento, por tal motivo, el uso de los logotipos de Refinería de Cartagena, están regidos por el Manual de Marca, que establece los parámetros de la correcta aplicación.
- El área de comunicaciones del Departamento Jurídico establece los lineamientos de manejo de marca, imagen e identidad al Departamento Administrativo, para la implementación de estrategias de comunicación interna, que contribuyan al fortalecimiento del sentido de pertenencia de los colaboradores.
- El área de comunicaciones del Departamento Jurídico, en coordinación con las diferentes áreas de la Sociedad, identifica los temas clave que deben ser dados a conocer a los diferentes grupos de interés, para fomentar el conocimiento y estado del negocio y fortalecer la relación con los mismos, en el marco de los principios y valores de Refinería de Cartagena.
- El Departamento Administrativo, en coordinación con las diferentes áreas de la compañía, identifica los temas clave que deben ser dados a conocer a los colaboradores para fomentar la cultura organizacional, en el marco de los principios y valores de la Sociedad. Con la comunicación interna se busca alinear los mensajes de la empresa y transmitirlos de manera ágil y efectiva a todos los trabajadores.

9 CANALES DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

Refinería de Cartagena cuenta con canales y medios de comunicación internos y espacios de interacción de los colaboradores, como los comunicados internos, los encuentros con el Presidente, la intranet de la sociedad a través de los cuales se puede tener interacción con el Presidente. A nivel externo, se dispone de la página web, los comunicados de prensa y las cuentas corporativas en redes sociales.

A través de estos canales se fomenta la interacción y el vínculo entre la empresa y los grupos de interés. No obstante, regidos por el Código de Gobierno Corporativo, la Sociedad comunica formalmente a sus grupos de interés a través de la página web corporativa.

Para redes sociales, se maneja el criterio de generación de contenidos de valor, de acuerdo con los objetivos empresariales y los lineamientos establecidos, en la Guía de Gestión de las Comunicaciones Corporativas del Grupo Ecopetrol.

10 EVENTOS Y PATROCINIOS

La participación en eventos, ferias y patrocinios es autorizada en el Comité de Abastecimiento, de acuerdo con lo establecido en el reglamento del mencionado Comité y el Procedimiento de Patrocinios de Refinería de Cartagena, y la Guía de Gestión de las Comunicaciones Corporativas del Grupo Ecopetrol.

Es requisito que estas contrataciones se realicen con personas jurídicas y nunca con personas naturales; preferiblemente que el evento sea del sector energético, prioritariamente en las áreas de petróleo, gas, combustibles y/o biocombustibles, y/o que responda a la estrategia de la compañía.

Las empresas que administran el patrocinio no pueden figurar en listas restrictivas y debe tenerse en cuenta que no se participa en eventos que tengan objetivo ideológico, político o religioso. Tampoco está permitido el patrocinio a entidades, institutos o actividades que fomenten el consumo de alcohol y demás que estén en contravía con los atributos de la marca de la Sociedad.

DIRECTRIZ DE COMUNICACIONES
PSJ-DI-001



Refinería de Cartagena S.A.S.

Elaboró

DocuSigned by:

89BE98A8C509495...

Luis Fernando Gutiérrez
Profesional Senior de
Comunicaciones

Revisó

DocuSigned by:

34304BE7CB284CD...

Carola Rojas
Líder de Arbitraje

Aprobó

DocuSigned by:

88CFE0E038CF4CD...

Leonardo Berrío
Jefe Departamento
Jurídico