
	REFINERÍA DE CARTAGENA S.A. VICEPRESIDENCIA JURÍDICA Y DE ASUNTOS CORPORATIVOS	FECHA: Abril 25 de 2016
	DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN VJ-DI-001	VERSIÓN No. 3.0

DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN
REFINERÍA DE CARTAGENA S.A
VJ-DI-001

Abril 25 de 2016

Actualizó	Revisó	Aprobó
Margarita Ramos Profesional de Comunicaciones	Sonia Gedeón Profesional Especialista en Comunicaciones	 Felipe Laverde Vicepresidente Jurídico y Asuntos Corporativos

	REFINERÍA DE CARTAGENA S.A. VICEPRESIDENCIA JURÍDICA Y DE ASUNTOS CORPORATIVOS	FECHA: Abril 25 de 2016
	DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN VJ-DI-001	VERSIÓN No. 3.0

REGISTRO DE CAMBIOS

<i>Versión</i>	<i>Causa del Cambio</i>	<i>Responsable del Cambio</i>	<i>Fecha del Cambio</i>
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

CONTROL DE DISTRIBUCIÓN

<i>Nombre/Apellidos</i>	<i>Área</i>	<i>Nº Copias</i>

	REFINERÍA DE CARTAGENA S.A. VICEPRESIDENCIA JURÍDICA Y DE ASUNTOS CORPORATIVOS	FECHA: Abril 25 de 2016
	DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN VJ-DI-001	VERSIÓN No. 3.0

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	4
2	OBJETO	4
3	ALCANCE.....	4
4	GLOSARIO	4
5	REFERENCIAS NORMATIVAS	5
6	CONSIDERACIONES GENERALES	5
7	DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN	6
7.1	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	6
7.2	GRUPOS DE INTERÉS.....	7
7.3	PLAN DE COMUNICACIÓN ANUAL.....	8
8	ANEXOS	9

	REFINERÍA DE CARTAGENA S.A. VICEPRESIDENCIA JURÍDICA Y DE ASUNTOS CORPORATIVOS	FECHA: Abril 25 de 2016
	DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN VJ-DI-001	VERSIÓN No. 3.0

1 INTRODUCCIÓN

Darle a la comunicación un carácter estratégico, significa entender que su gestión no se restringe al manejo de medios ni a la realización de actividades directamente relacionadas con la producción y distribución de mensajes, sino que se refiere también al ordenamiento, normalización, evaluación y control de las maneras como la Compañía establece interacciones con sus grupos de interés, encaminadas a crear condiciones propicias para el cumplimiento de sus objetivos misionales.

Este enfoque requiere de una cuidadosa revisión de las normas, las prácticas, los procedimientos, las rutinas y costumbres referentes a la comunicación, que hacen parte de la cultura organizacional y que involucran a la totalidad de los empleados de acuerdo con su nivel y con la naturaleza de su cargo. Reficar se comunica en todo momento, a través de las interacciones que los empleados establecen entre sí para la realización de su trabajo y de las que mantienen con los stakeholders para el logro de los propósitos de la Compañía.

Entendida de esta manera, la comunicación en Refinería de Cartagena S.A. (en adelante Reficar) es una herramienta de gestión, lo cual debe reflejarse en normas y principios orientadores, que regulen el contenido, la práctica de las actividades y de los procesos comunicativos y el establecimiento de procedimientos y responsabilidades.

2 OBJETO

Regular la práctica comunicativa de todas las áreas y todos los empleados de Reficar, incluidos, por supuesto, aquellos cuyas funciones están relacionadas directamente con los temas asociados al quehacer comunicativo, es decir, los que tienen bajo su responsabilidad la producción de medios o la realización de actividades comunicativas.

3 ALCANCE

La presente directriz aplica para todos los empleados de Reficar de acuerdo con su nivel y con la naturaleza de su cargo.

4 GLOSARIO

Comunicación En Reficar es una herramienta de gestión para establecer interacciones con sus grupos de interés, en pro del cumplimiento de sus objetivos

	REFINERÍA DE CARTAGENA S.A. VICEPRESIDENCIA JURÍDICA Y DE ASUNTOS CORPORATIVOS	FECHA: Abril 25 de 2016
	DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN VJ-DI-001	VERSIÓN No. 3.0

misionales.

Grupos de interés Cualquier individuo o grupo de individuos (internos o externos a la Compañía) que puedan afectar o verse afectados por las políticas, objetivos, decisiones y acciones de Reficar. Tales como Comunidades, Colaboradores, Estado, Contratistas, Accionistas, Acreedores financieros y clientes.

Stakeholders Actores externos estratégicos para Reficar.

5 REFERENCIAS NORMATIVAS

- Política de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial
- Manejo de Crisis
- Manual de Imagen Corporativa

6 CONSIDERACIONES GENERALES

- Las directrices expresadas en el presente documento, constituyen una referencia para la comunicación de los empleados de Reficar frente a los diferentes grupos de interés de la compañía.
- La presente directriz está conformada por el carácter estratégico que la Compañía le reconoce a la misma y cuatro premisas que establecen el principio orientador en los que se realiza la acción comunicativa:
 1. La consolidación y expresión de la identidad corporativa de Reficar
 2. La producción, distribución y socialización de la información
 3. La construcción de una visión compartida
 4. La interacción que, en virtud del negocio, la Compañía establece con las comunidades con las cuales se relaciona para su operación.

Cada una de estas cuatro premisas, da origen a un conjunto de actividades detalladas en este documento, para cada actividad se proporcionan lineamientos que facilitan su comprensión y definen sus criterios de implementación.

	REFINERÍA DE CARTAGENA S.A. VICEPRESIDENCIA JURÍDICA Y DE ASUNTOS CORPORATIVOS	FECHA: Abril 25 de 2016
	DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN VJ-DI-001	VERSIÓN No. 3.0

- El área de Comunicaciones de Reficar es responsable por atender los requerimientos en materia de comunicación escrita, audiovisual y de recursos tecnológicos requeridos por las demás áreas de la Compañía, tales como campañas, encuestas, concursos, entre otros.
- Cualquier comunicación debe estar previamente aprobada por el área solicitante antes de ser socializada a las demás área de la Compañía.

7 DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN

En Reficar, la comunicación tiene un carácter estratégico orientado al logro de los propósitos y valores corporativos y la implementación de sus políticas institucionales. Siendo esta, la manera de crear relaciones de confianza y apalancar la sostenibilidad de una manera efectiva.

7.1 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Darle a la comunicación un carácter estratégico, significa que la práctica comunicativa:

- Está definida, diseñada y ejecutada con el propósito de beneficiar y dar a conocer el desarrollo de la misión y visión objetivo misional de la Compañía.
- Articula las distintas actividades que realizan los procesos, para que los empleados establezcan interacciones entre sí y con sus grupos de interés, encaminadas a crear condiciones propicias para el cumplimiento de los propósitos de la Compañía.
- Tiene metas y objetivos medibles, a través de un reporte de monitoreo de medio, en el tiempo para mejorar las interacciones con sus públicos de interés.

Los funcionarios que requieran desarrollar una campaña con un objetivo específico deben tener en cuenta las siguientes premisas:

1. Comunicar su identidad de una empresa que desempeña una función estratégica en la producción y comercialización de distintos productos derivados de hidrocarburos, con seguridad y calidad, a través del manejo de su reputación como ciudadano corporativo y compañía del Grupo Ecopetrol. Así mismo, Reficar con la puesta en marcha de la refinería y su entrega a Ecopetrol para su administración, operación y mantenimiento asume con responsabilidad el compromiso de velar por el buen manejo de sus activos y por el desarrollo económico de la región a partir de la Refinería.

	REFINERÍA DE CARTAGENA S.A. VICEPRESIDENCIA JURÍDICA Y DE ASUNTOS CORPORATIVOS	FECHA: Abril 25 de 2016
	DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN VJ-DI-001	VERSIÓN No. 3.0

2. Asumirá la información como insumo fundamental para su gestión estratégica, la construcción de relaciones de confianza con sus grupos de interés y la realización eficiente del trabajo.
3. Buscará contribuir a la consolidación de visión compartida y al establecimiento de interacciones propicias para que las personas y los equipos puedan expandir su capacidad de generar valor.
4. Establecerá interacciones de reconocimiento y conversación con sus grupos de interés, orientadas a la consecución participativa de objetivos de beneficio común.

Para ello los funcionarios que remitan comunicaciones internas deberán:

1. Responder las siguientes preguntas claves en las comunicaciones que desean enviar: Qué, Quién, Cómo, Cuándo, Dónde y Porqué de lo que quieren comunicar.
2. Toda comunicación que necesite ser conocida por toda la Compañía, debe pasar por el área de comunicaciones para su revisión (estilo, ortografía, palabras claves, formato) para formalizar el mensaje a publicar de acuerdo a los estándares de la compañía y al manual de imagen. Incluidos los comunicados de Presidencia.
3. El área de Comunicaciones tiene a cargo la distribución y la administración de las listas de correos de los distintos grupos de interés internos y externos de la Compañía.


El área de Comunicaciones desarrolla e implementa campañas a la medida de las necesidades de cada área, como por ejemplo: HSE, Talento Humano, Construcción, Servicios Administrativos, Tecnología de la Información, entre otros.

7.2 GRUPOS DE INTERÉS

Los grupos de interés de Reficar se definen como cualquier individuo o grupo de individuos (internos o externos a la Compañía) que puedan afectar o verse afectados por las políticas, objetivos, decisiones y acciones de Reficar.

Los grupos de interés identificados en la *"Política de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial de Reficar"* son:


- **Comunidades:** Grupos de personas ubicados en la localidad 3, industrial y de la Bahía de Cartagena y municipios aledaños como Arjona, Turbaco y Turbana. La comunicación se realiza a través de mesas sectoriales, reuniones con líderes y voceros, boletines informativos y de ser necesario perifoneo.

	REFINERÍA DE CARTAGENA S.A. VICEPRESIDENCIA JURÍDICA Y DE ASUNTOS CORPORATIVOS	FECHA: Abril 25 de 2016
	DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN VJ-DI-001	VERSIÓN No. 3.0

- **Colaboradores:** Empleados directos de Reficar, que tienen una responsabilidad asignada y por la cual reciben una contraprestación. La comunicación se realiza a través de conversatorios con el Presidente de la Compañía, con los Tableros Balanceados de Gestión, Comunicados flash, Comunicados semanales, “Qué Nota” (hasta mayo), Intranet y Reuniones Sistemáticas por áreas de trabajo.
- **Estado:** Entidades del Estado con las cuales Reficar inter actúa. La comunicación se realiza a través de boletines digitales, visitas programadas a las dependencias gubernamentales y encuentros uno a uno con autoridades.
- **Contratistas:** Personas naturales o jurídicas con las cuales Reficar tiene sinergias operativas contractuales para mutuo beneficio y crecimiento continuo. La comunicación se realiza a través de boletines, reuniones informativas y la página web de Reficar.
- **Accionistas:** Grupos a quienes Reficar les debe asegurar la sostenibilidad del negocio, generando valor mediante el cumplimiento de las metas de Reficar establecidas. La comunicación se realiza a través de la Junta Directiva y del Informe de Sostenibilidad.
- **Acreedores Financieros:** Personas naturales o jurídicas con las cuales Reficar tiene obligaciones financieras adquiridas. La comunicación se realiza a través del área Financiera siguiendo el protocolo de información relevante de la superintendencia financiera en Colombia y en los Estados Unidos.
- **Clientes:** El relacionamiento con los clientes es indirecto y este lo realiza Ecopetrol Operador bajo sus estándares y medios habilitados para ello, como el relacionamiento directo, reuniones informativas y la página web.

7.3 PLAN DE COMUNICACIÓN ANUAL

Esta Directriz contempla la elaboración y ejecución anual de un Plan de Comunicación (Anexo.1) en el que se fijan acciones concretas, encaminadas a la consecución de los objetivos anteriormente expuestos y que van dirigidas a los diferentes grupos de interés.

	REFINERÍA DE CARTAGENA S.A. VICEPRESIDENCIA JURÍDICA Y DE ASUNTOS CORPORATIVOS	FECHA: Abril 25 de 2016
	DIRECTRIZ DE COMUNICACIÓN VJ-DI-001	VERSIÓN No. 3.0

8 ANEXOS

Anexo 1. Plan de Comunicación anual.