



Manual de Políticas

Políticas Específicas de
Comunicación
Institucional

HISTÓRICO DE VERSIONES Y CONTROL DE CAMBIOS A LA POLÍTICA

Versión:	Fecha de creación:	Aprobado por:	Cambios realizados:
1.0	2 de agosto de 2022	Gerente	Promulgación de las políticas específicas

Consideraciones que sustentan la emisión de estas políticas específicas:

- A. La Junta Directiva aprobó la Política de Alto Nivel para Comunicación Institucional mediante el Artículo 4 del acta de la sesión 5878-2019, celebrada el 29 de mayo de 2019.
- B. La Gerencia es la responsable de la aprobación de las políticas específicas derivadas de las políticas de alto nivel aprobadas por la Junta Directiva.
- C. Las políticas específicas aquí contenidas han sido revisadas y aprobadas por sus responsables; satisfacen el esquema definido para la creación de políticas específicas, controles y lineamientos y cuentan con el visto bueno de la División Transformación y Estrategia.

Contenido

POLÍTICAS ESPECÍFICAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL..... **¡Error! Marcador no definido.**

Consideraciones que sustentan la emisión de estas políticas específicas..... 2

I. ASPECTOS GENERALES..... 4

II. ASPECTOS ORGANIZATIVOS..... 5

II. ASPECTOS DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN 6

Políticas Específicas de Comunicación Institucional

I. Aspectos generales

P-1. El Banco Central de Costa Rica, con el fin de garantizar la adecuada interpretación de los aspectos relacionados con la Comunicación Institucional, define los siguientes términos:

- **Comunicación interna:** toda aquella comunicación cuya finalidad es informar a las personas funcionarias sobre asuntos institucionales y que se transmite por diferentes canales.
- **Comunicación externa:** toda aquella comunicación cuya finalidad es informar a entidades y personas no funcionarias y que se transmite por diferentes canales.
- **Identidad institucional:** expresión más concreta y visual del Banco; incluye el logotipo y otros elementos gráficos o materiales de soporte.
- **Imagen institucional:** es la forma en la que el público percibe al Banco.
- **Manual de Identidad Institucional:** documento en el que se define la identidad gráfica del Banco, su uso y aplicaciones. Comprende las normas que se deben seguir para utilizar el logotipo. Describe los signos gráficos que muestran la identidad del Banco, así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, entre otros. Se incluyen también las paletas de colores y las tipografías autorizadas. Es una guía que orienta el adecuado uso de la identidad institucional en diferentes usos, en medios físicos y digitales.
- **Públicos de interés:** Individuo o grupos de individuos que tienen intereses directos e indirectos que pueden verse afectados positivamente o negativamente por las actividades del Banco y viceversa.
- **Eventos:** reuniones, conferencias, seminarios, talleres, congresos y otras actividades protocolarias, educativas, culturales o sociales organizadas por el Banco.
- **Monitoreo de prensa:** recuento periódico de notas de prensa y artículos de opinión de temas afines al Banco.
- **Oportunidad:** dar a conocer en el momento apropiado toda aquella información que sea de interés para agentes económicos, medios de comunicación y público en general. Se entiende por oportunidad, entre otros, el respeto a la calendarización de publicaciones que realiza el Banco; la entrega, en los plazos de ley, de la información que requieran terceros, y la consideración de criterios periodísticos (prontitud, inmediatez, pertinencia) en la entrega de información, cuando sea necesario.
- **Plan de comunicación:** conjunto de acciones planificadas y lineamientos que buscan alcanzar un objetivo comunicacional determinado.
- **Plan de prevención y manejo de crisis comunicacional:** busca orientar oportuna y eficazmente las acciones comunicacionales, con el propósito de actuar proactivamente en la prevención y posteriormente en la adecuada administración del manejo de crisis, para minimizar el posible impacto negativo generado y salvaguardar la credibilidad y capacidad de gestión del Banco.

- **Redes sociales:** sitios de Internet y aplicaciones móviles formados por comunidades de individuos o entidades con intereses o actividades en común y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información.
 - **Transparencia:** brindar información suficiente y completa sobre el accionar del Banco, el planteamiento de objetivos, resultados alcanzados y otros aspectos relacionados con la gestión institucional, de manera que los públicos tengan una adecuada comprensión del quehacer institucional.
 - **Vocero:** persona autorizada para dirigirse a los medios de comunicación, y por medio de ellos a la sociedad en general, en representación del Banco.
- P-2.** La Gerencia del Banco Central de Costa Rica declara como alcance de estas políticas toda comunicación interna o externa generada por el Banco, con el fin de brindar información de forma estandarizada y alineada.
- P-3.** La Gerencia del Banco Central de Costa Rica establece que estas políticas son de acatamiento obligatorio para todos los funcionarios y colaboradores, a fin de garantizar el logro de los objetivos institucionales y fortalecer la imagen institucional. Su no cumplimiento será sancionado de acuerdo con lo que establece el Reglamento Autónomo de Servicios.
- P-4.** El Área de Comunicación Institucional debe comunicar y difundir los cambios a estas políticas, a toda la organización para que sean de conocimiento general de todas las personas funcionarias del Banco.

II. Aspectos organizativos

- P-5.** La Gerencia del Banco Central de Costa Rica establece como responsable de velar por la adecuada gestión de la comunicación institucional al Área Comunicación Institucional, con el fin de que sea un proceso ordenado y estandarizado.
- P-6.** Las responsabilidades del Área de Comunicación Institucional son:
- Definir los estándares y procesos para la implementación de la comunicación interna con el fin de garantizar que la información se divulgue de manera organizada, uniforme, consistente, segura y oportuna, con el propósito de lograr los objetivos institucionales.
 - Asegurar que el Manual de Identidad Institucional defina apropiadamente el uso adecuado, características y aplicaciones de la identidad institucional y sea revisado al menos una vez al año.
 - Velar porque toda comunicación interna masiva de carácter oficial se realice por medio de la Intranet u otra herramienta con la que se cuente para ese fin.

- Velar porque las prioridades, frecuencia, uso de imágenes y demás condiciones de la comunicación interna y externa sean establecidas según los intereses institucionales y las buenas prácticas de comunicación establecidas.
- Establecer el protocolo y la etiqueta en los eventos que organice el Banco Central, en apego a las normas locales e internacionales en esta materia.
- Velar porque en los eventos organizados por las diferentes dependencias del Banco se haga un uso adecuado de la identidad institucional.
- Gestionar y administrar la presencia del Banco en las redes sociales, incluidas las transmisiones en directo que realice en dichas plataformas digitales.
- Establecer el Plan de comunicación institucional.
- Establecer un Plan de prevención y manejo de crisis comunicacionales.
- Realizar un monitoreo de prensa que permita conocer los artículos periodísticos, para conocer la percepción sobre el quehacer del Banco.
- Gestionar la relación con los medios de comunicación.
- Velar porque los comunicados oficiales sean claros, oportunos y respeten el principio de transparencia.
- Acompañar a los voceros institucionales en la atención a los medios de comunicación.
- Coordinar las conferencias de prensa y eventos que involucren medios de comunicación.

III. Aspectos de gestión de la comunicación

- P-7.** Los voceros autorizados en el Banco Central de Costa Rica, para cumplir con el rol de comunicación con los medios, son el Presidente, el Gerente y quienes ellos designen de acuerdo con el interés institucional. El Área de Comunicación Institucional es la responsable de llevar un registro de dichos voceros y los criterios que ellos emitan.
- P-8.** El Área de Comunicación Institucional canaliza todas las consultas de los medios de comunicación, por los canales establecidos, según el proceso oficializado en el Sitio de Calidad, para contar con único punto de contacto. Todas las respuestas o criterios del Banco hacia los medios de comunicación deberán salir desde el Área de Comunicación Institucional, que deberá llevar un registro de las consultas de prensa atendidas.
- P-9.** El Área de Comunicación Institucional es la responsable de gestionar toda comunicación interna y externa por los que las dependencias deben canalizar por medio del Área de Comunicación Institucional y por los canales establecidos las comunicaciones que se requieran, según el proceso oficializado en el Sitio de Calidad. Todas las comunicaciones internas y externas deberán salir desde el Área de Comunicación Institucional, que deberá llevar un registro de éstas. A excepción de los comunicados internos de temas relacionados

con nombramientos de personal, nuevos funcionarios, retiro de funcionarios y ofertas de empleo, que son realizados por personal del Área de Gestión del Recurso Humano.

- P-10.** Todas las dependencias deberán brindar apoyo técnico en temas de su especialidad al Área de Comunicación Institucional de manera oportuna para elaborar comunicados internos y externos, responder consultas de la prensa y otras tareas a su cargo, con el fin de que se atiendan los requerimientos de información.
- P-11.** Las personas funcionarias podrán responder consultas relacionadas con el contenido de la información económica y financiera que se publica en el sitio web del Banco, aclarando aspectos metodológicos o ratificando la información publicada. En ningún caso podrán expresar sus opiniones sobre un tema o revelar información no publicada que conocen en virtud de sus funciones, con el fin de resguardar la imagen de la institución.
- P-12.** El Área de Comunicación Institucional coordinará oportunamente, en los aspectos que le corresponda, entre ellos la correcta aplicación de la identidad institucional, el protocolo y etiqueta adecuados y concepto gráfico, todo evento que requiera realizar una dependencia institucional; con el fin de uniformar la imagen institucional.
- P-13.** Todas las dependencias deben cumplir con lo establecido en el Manual de Identidad Institucional en el uso de la imagen del Banco, para asegurar la uniformidad en su aplicación.
- P-14.** El Área de Comunicación Institucional gestionará la presencia en redes sociales mediante perfiles en diferentes plataformas de contenido digital, los cuales se constituirán en canales oficiales de comunicación del Banco.
- P-15.** El Banco Central de Costa Rica y su personal deberán comunicarse con un lenguaje claro y sencillo con sus públicos no especializados, en la medida que los requerimientos técnicos lo permitan, con el fin de lograr que los mensajes del Banco sean comprensibles para la mayoría de los ciudadanos.
- P-16.** La información facilitada a los públicos de interés deberá ser cierta, comprobable y medible, con el fin de contribuir a crear certidumbre en la ciudadanía y los agentes económicos, así como permitir el análisis y la adecuada interpretación de esta por parte de los interesados.