

	<p>POLÍTICA DE COMUNICACIONES PL-23-CMCH</p>	<p>CASA DE MONEDA DE CHILE S.A.</p> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; display: inline-block;"> <p>DOCUMENTO OFICIAL</p> </div>
---	---	---

<p>Código – Versión</p>	<p>PL-23-CMCH Versión 04</p>
<p>Vigente desde</p>	<p>Diciembre 2024</p>
<p>Próxima Revisión</p>	<p>Sujeto a cambios de acuerdo con las necesidades de la Dirección de CMCH</p>
<p>POLÍTICA DE COMUNICACIONES</p>	
<p>PL-23-CMCH</p>	
<p>APROBACIÓN N° Sesión y fecha en que se aprueba</p>	
<p>CARS N°118 del 27 de diciembre 2024. Sesión Ordinaria Directorio N°186 del 30 de diciembre de 2024.</p>	



POLÍTICA DE COMUNICACIONES

1.- Objetivo:

El Objetivo de esta política es proporcionar un marco de referencia, sobre las acciones de comunicación que la empresa realice, sean estas internas o externas.

2.- Alcance:

El alcance de esta política son todos los grupos de interés a quien la empresa efectúe comunicaciones. Dentro de estos grupos de interés, se comprende a toda la organización, nuestros trabajadores y trabajadoras, incluye también a nuestros accionistas, controladores, directorio, ejecutivos(as), entidades fiscalizadoras, proveedores, contratistas, clientes de Casa de Moneda de Chile S.A. y la comunidad en general.

En función de lo anteriormente expuesto, dentro de las directrices comunicacionales de Casa de Moneda de Chile S.A., como parte del proceso integral se desprende de esta política el "Procedimiento de Comunicación Ante Crisis (QP-268-RRHH)", el cual aborda el flujo comunicacional de escalamiento y enlace frente a los eventos e incidentes disruptivos de generación de crisis que pudiesen afectar a Casa de Moneda de Chile S.A.

3.- Definición de la Política:

Casa de Moneda de Chile S.A., desarrolla acciones de comunicación con el propósito de fomentar su reputación e imagen de marca a través de la creación, desarrollo y difusión de la imagen de la empresa.

Este propósito se alcanzará a través de comunicaciones consistentes, honestas, íntegras, transparentes y responsables, para brindar información veraz, clara y sustentable, siendo coherentes con nuestro mensaje tanto interna como externamente, lo anterior a través de los distintos canales de difusión.

4.- Contenido de la Política.

Consideramos que las acciones de comunicación son un valor estratégico y que contribuyen a alcanzar nuestros objetivos estratégicos. Las acciones de comunicación se regirán por las siguientes directrices:

- 1) **Mejorar e impulsar nuestra imagen de marca y reputación:** entendemos que nuestra imagen de marca es un valor fundamental para nuestra empresa, por eso la cuidamos, y en esa línea:
 - a. Gestionamos la comunicación con una voz única, de manera transversal, integrada y global.

	<p align="center">POLÍTICA DE COMUNICACIONES PL-23-CMCH</p>	<p align="center">CASA DE MONEDA DE CHILE S.A.</p> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; display: inline-block;"> <p align="center">DOCUMENTO OFICIAL</p> </div>
---	--	---

- b. Proyectamos una imagen consistente que nos hace ser reconocidos por nuestros atributos de marca. Lo anterior sin perjuicio de las adaptaciones necesarias de acuerdo con el mercado, diversidad de productos y grupos de interés.
 - c. Identificamos oportunidades de comunicación, evaluando riesgos y beneficios de cada una de ellas, antes de actuar. No realizaremos acciones de comunicación que puedan aumentar nuestro riesgo reputacional.
 - d. Minimizamos los riesgos a través de acciones de comunicación, que mitiguen y minimicen impactos negativos sobre nuestra reputación.
- 2) **Gestionar la comunicación en forma proactiva y planificada con nuestros grupos de interés**, no improvisaremos comunicaciones sin evaluar su impacto en nuestra reputación, para lo cual:
- a. Evitaremos la descalificación pues consideramos que la comunicación debe darse dentro de ámbito de respeto.
 - b. Realizaremos las acciones de comunicación con responsabilidad, con el objetivo que el mensaje emitido no cree expectativas que no podamos cumplir.
 - c. Planificaremos las acciones de comunicación.
 - d. Adoptaremos y usaremos canales de comunicación efectivos de acuerdo con los distintos grupos de interés.
- 3) **Colaborar activamente en la generación de la cultura organizacional**, estamos conscientes que las comunicaciones son parte fundamental en la cultura de la empresa. Además, que todo lo que hacemos comunica. En esta colaboración activa:
- a. Contribuimos a la creación de la cultura interna, en concordancia con nuestros valores y principios y que apoyen el cumplimiento de los objetivos estratégicos.
 - b. Fomentamos e informamos a nuestros trabajadores y trabajadoras la información necesaria para el desarrollo de sus labores y para el entendimiento del contexto organizativo, de mercado, etc.
 - c. Gestionamos las comunicaciones internas de acuerdo con los medios más efectivos.

	<p align="center">POLÍTICA DE COMUNICACIONES PL-23-CMCH</p>	<p align="center">CASA DE MONEDA DE CHILE S.A.</p> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; display: inline-block;"> <p align="center">DOCUMENTO OFICIAL</p> </div>
---	--	---

4) **Mejora continua**, todo proceso es posible de mejorar, por lo que evaluamos nuestras acciones de comunicación para mejorar y para cumplir con nuestros objetivos. La mejora continua se traduce en:

- a. Utilizar las técnicas y tecnologías más adecuadas y eficaces.
- b. Tomar en cuenta a los diferentes grupos de interés para usar las técnicas y canales más efectivos.

Periódicamente se evaluarán las acciones de comunicación tanto interna como externamente con el fin de evaluar si estas últimas son efectivas para los diferentes grupos de interés, y para saber si están transmitiendo un mensaje coherente con nuestra filosofía en el marco de esta política.

5.- Roles y responsabilidades:

a) Rol del Trabajador y Trabajadora

Como parte de la empresa todos quienes trabajamos en Casa de Moneda de Chile S.A., somos responsables de lo que comunicamos y debemos seguir la línea comunicacional establecida y vigente.

b) Rol de la Gerencia General

Definir la línea comunicacional.
Contribuir a que todas las áreas estén alineadas con dicha definición.

c) Rol del área de Recursos Humanos

Diseñar el programa de comunicaciones internas para los trabajadores y trabajadoras.

d) Rol de Comunicaciones Corporativas

Diseñar el programa de comunicaciones externas a través de los diferentes medios, Gerencia Comercial.

6.- Revisión de la Política de Comunicaciones

La Política será revisada al menos una vez al año o cuando ocurran cambios significativos que requieran su revisión y/o modificación.

7. Aprobación

Al igual que todas las políticas de la empresa, existen dos instancias para la aprobación, la primera corresponde al Comité de Auditoría, Riesgo y Seguridad (CARS), aprobación que debe ratificarse por parte del Directorio de Casa de Moneda de Chile S.A.

CÓDIGO: PL-23-CMCH	VERSION 4	PÁGINA: 5 de 5
Si este documento se encuentra impreso es una copia no controlada		

8. Control de cambios y versiones:

N° Versión	Elaboró	Fecha	Revisó	Próxima Revisión	Descripción del cambio
1	Susana Alcaíno Gerente Recursos Humanos	Nov-2021	Paula Valenzuela Gerente Legal	2022	Creación
2	Susana Alcaíno Gerente Recursos Humanos	Dic-2022	Paula Valenzuela Gerente Legal	2023	Revisión Anual
3	Juan Ramirez Gerente Seguridad Integral	Jun-2023	Susana Alcaíno Gerente Recursos Paula Valenzuela Gerente Legal	Jun-2024	Mención de procedimiento de flujo comunicacional frente crisis
4		Dic-2024	Susana Alcaíno Gerente Recursos Humanos	2025	Revisión anual Sin cambios