

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <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> |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| Código – Versión | PL-23-CMCH Versión 05 |
| Vigente desde | Julio del 2025 |
| Próxima Revisión | Sujeto a cambios de acuerdo con las necesidades de la Dirección de CMCH |
| POLÍTICA DE COMUNICACIONES | |
| PL-23-CMCH | |
| APROBACIÓN N° Sesión y fecha en que se aprueba | |
| Sesión Ordinaria Directorio N° 193, 29 de julio del 2025. Sesión Ordinaria CARS N° 125, 24 de julio del 2025. | |



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, la política establece las condiciones a tener presentes para manejar las comunicaciones ante situaciones 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 mantener y mejorar 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.

3.1. Comunicación frente a crisis.

Entendiendo que una crisis es toda situación derivada de un riesgo (visualizado o no) que altera el funcionamiento regular de la empresa que puede impactar en la continuidad operacional del negocio y/o la reputación de Casa de Moneda, y que desde la perspectiva comunicacional y relacionamiento humano pueden provocar sobrecarga y/o ambigüedad de información, tensiones y fatiga en las personas, y equipos de trabajo, entre otras consecuencias.

Es por ello que, la presente política aborda las directrices comunicacionales internas y externas, las cuales deben ser veraces y oportunas, pudiendo utilizar los medios y plataformas tecnológicas formales disponibles, y ser conocidas por las personas debidamente para realizarlas.



4. Contenido de la Política.

La comunicación es un factor estratégico y fundamental para el logro de los objetivos institucionales. Una comunicación interna clara, oportuna y efectiva fortalece la cultura organizacional y mejora la coordinación entre las áreas de la empresa. En ese ámbito, se establece la conformación de un **Subcomité de Comunicaciones y de Gestión de Crisis**, cuyo propósito será planificar, coordinar y supervisar las acciones y estrategias que fomenten una comunicación fluida dentro de la organización, asegurando la participación de los trabajadores y las trabajadoras, y el alineamiento con los valores institucionales. Asimismo, gestionarán la comunicación frente a una crisis.

4.1. Roles y responsabilidades del Subcomité de Comunicaciones y de Gestión de Crisis:

a. Presidente o líder del Subcomité

Ejercido por Gerente(a) General.

Tendrá la responsabilidad de dirigir la ejecución de las estrategias de la comunicación y alinear las acciones de comunicación con la visión y la cultura empresarial.

Debe encabezar el subcomité y estar permanentemente informado sobre lo que acontece respecto de la crisis y gestionarla adecuadamente. Además, deberá asesorar al Directorio antes de intervenciones públicas en los medios de comunicación.

b. Representante de las Personas

Ejercido por Gerente(a) de Personas y Sostenibilidad.

Aporta perspectiva sobre la comunicación interna, cultura organizacional y manejo del clima laboral.

c. Representantes del Relacionamento con otras Instituciones

Ejercido por Gerente(a) Comercial con el apoyo del(la) jefe(a) de Marketing y Comunicaciones.

Manejan las relaciones con los medios, stakeholders (grupos de interés) y gestionan la imagen pública de la empresa. Manteniendo un buen relacionamiento con los actores del entorno para gestionar la crisis.

d. Representantes Funcionales de las Unidades Clave del Negocio

Ejercido por Gerente(a) de Operaciones.

Asegurar que los mensajes sean relevantes para cada área de la empresa y recoger las necesidades específicas de comunicación.

Conocer el desarrollo del acontecimiento y trabajar en conjunto con sus equipos a cargo para entregar una adecuada lectura sobre el desarrollo de la crisis.



**POLÍTICA DE COMUNICACIONES
PL-23-CMCH**

CASA DE MONEDA DE CHILE S.A.

DOCUMENTO OFICIAL

e. Representante de Seguridad Patrimonial

Ejercido por jefe(a) de Departamento de Seguridad Patrimonial.

Asegurar que las estrategias y mensajes comunicacionales no comprometan la seguridad física, digital ni operativa de la organización. Además, deberá planificar, coordinar todas acciones relacionadas con la seguridad física y operativa de la empresa frente a situaciones de crisis.

f. Representante del Área Legal

Ejercido por abogado(a) de la empresa.

Revisar la propuesta de mensajes internos y externos, como también las comunicaciones sensibles. Así como también verificar la legalidad de los actos y sus posibles consecuencias jurídicas.

4.2. **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.
- 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.

4.3. **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.



**POLÍTICA DE COMUNICACIONES
PL-23-CMCH**

CASA DE MONEDA DE CHILE S.A.

DOCUMENTO OFICIAL

- d. Adoptaremos y usaremos canales de comunicación efectivos de acuerdo con los distintos grupos de interés.

4.4. **Colaborar activamente en la generación de la cultura organizacional**, estamos conscientes que las comunicaciones internas 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.

4.5. **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.

4.6. **Directrices de comunicación frente a crisis.**

- a. Como directriz general, las comunicaciones frente a incidentes disruptivos que generen una crisis, se debe mantener la premisa de contención interna.
- b. Para los casos de ciberataques e incidentes de ciberseguridad que tengan un efecto significativo se debe cumplir con la obligación de reportar al **Equipo Nacional de Respuesta a Incidentes de Seguridad Informática de Chile** en un plazo máximo de tres horas contado desde que se tiene conocimiento del incidente, en un esquema progresivo donde **los servicios tendrán 72 horas** para enviar una descripción más detallada del incidente, y luego 15 días corridos para enviar un informe completo del incidente. (responsable: Oficial de Seguridad de la Información).



**POLÍTICA DE COMUNICACIONES
PL-23-CMCH**

CASA DE MONEDA DE CHILE S.A.

DOCUMENTO OFICIAL

- c. En el flujo comunicacional para el transcurso del incidente en los equipos directivos y de respuesta (ver Plan de Continuidad de Negocio) deben disponer de elementos de enlaces de comunicación (por ejemplo, matriz de contacto con grupos de interés externo, grupos de mensajería interna).
- d. Las comunicaciones deben considerar aspectos claves de acuerdo al grupo de interés interno o externo, tales como:
 - Tipo de mensaje para cada audiencia (las cuales deben ser verificadas antes de ser emitidas de forma concreta).
 - Canales de comunicación (predefinidas).
 - Responsables de la Vocería frente a la empresa (ver punto 7); esto es independiente del flujo de comunicación que se genera internamente en el Equipo de Respuesta frente al evento disruptivo.
 - Frecuencia de la comunicación.
 - Evaluación y seguimiento.

5. Gestión de la comunicación frente a la crisis

La gestión adecuada de situaciones críticas es esencial para garantizar la continuidad operativa y la protección reputacional de la empresa. En el Código del SEP, capítulo 17 de “Gestión de Crisis”, se menciona la importancia de conformar un equipo o comité de Gestión de Crisis con un mínimo de seis integrantes para asegurar una toma de decisiones efectiva y representativa en momentos de crisis. Para este efecto, se ha establecido en la presente política la conformación del Subcomité de Comunicaciones y de Gestión de Crisis responsable de coordinar acciones preventivas y reactivas ante eventos que puedan afectar significativamente a la organización.

El Subcomité de Comunicaciones y Gestión de Crisis, cuyos roles y responsabilidades de establecieron en el punto cuatro del presente documento. Será asesorado por un responsable de la Agencia de Comunicaciones, quien actuará como Analista de Información. Lo anterior, siempre y cuando se mantenga un contrato vigente con una de estas agencias. Con el objetivo de analizar todas las fuentes de información tanto abiertas como cerradas y generar un reporte consistente entre lo que está sucediendo, y lo que se prevé de manera real para ayudar a la toma de decisiones de dicho comité.

6. 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.



**POLÍTICA DE COMUNICACIONES
PL-23-CMCH**

CASA DE MONEDA DE CHILE S.A.

DOCUMENTO OFICIAL

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.

7. Vocería.

En el caso de crisis, la vocería oficial externa de CMCH la efectuará la o el presidente del Directorio de la Empresa, siendo reemplazado en casos especiales por el Vicepresidente(a) o bien el Gerente(a) General. La vocería interna la ejercerá el Gerente(a) General o Gerente(a) de Personas y Sostenibilidad, en caso de no estar ninguno de los dos, alguien que haya sido capacitado formalmente para realizar vocerías.

8. 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.

9. 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), y la segunda debe ratificarse por parte del Directorio de Casa de Moneda de Chile S.A.



**POLÍTICA DE COMUNICACIONES
PL-23-CMCH**

CASA DE MONEDA DE CHILE S.A.

DOCUMENTO OFICIAL

10. 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 |
| 5 | José Francisco Novoa Jefe de Desarrollo Organizacional | Julio-2025 | Susana Alcaíno Gerente Personas y Sostenibilidad Carlos Tolosa Gerente General | 2026 | Conforma el Subcomité de comunicaciones y gestión de crisis. |