Guía Interna de Redes Sociales – Social Energy

1. Principios Generales de Uso

La gestión de las redes sociales de Social Energy se fundamenta en la comunicación responsable, transparente y alineada con los valores de sostenibilidad, ética y buen gobierno. Las plataformas digitales se emplean como canales clave para transmitir la identidad corporativa, difundir contenidos de interés y fortalecer el vínculo con los grupos de interés.

Todas las publicaciones deben seguir una línea coherente con la estrategia de marca, asegurando un tono profesional, cercano y respetuoso.

2. Frecuencia y Estilo de Comunicación

- Se prioriza la calidad sobre la cantidad, con contenidos relevantes, actualizados y alineados con los ejes ASG.

- El equipo de comunicación mantiene un seguimiento activo durante toda la semana laboral, respondiendo con empatía, claridad y en un tono humanizado.

- El contenido se enfoca principalmente en sostenibilidad, acciones sociales, novedades corporativas y cultura empresarial.

3. Tiempo de Respuesta y Atención Digital

- El tiempo medio de respuesta ante mensajes y comentarios en redes es de **24 a 48 horas laborables**.

- Se promueve una atención respetuosa, resolutiva y centrada en mejorar la experiencia del usuario.

- Las situaciones sensibles o críticas se escalan al área correspondiente, manteniendo trazabilidad y discreción.

4. Protección de Datos Personales

Social Energy aplica un **cumplimiento estricto del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)** en todos sus canales digitales:

- No se recopilan datos personales directamente en redes sociales sin consentimiento explícito.

- Toda recogida de datos se realiza mediante plataformas externas seguras, con cláusulas legales claras.

- Los sorteos, encuestas o formularios incluyen siempre políticas de privacidad visibles.

- La actividad digital está sujeta a **revisión periódica por parte del Comité de Ética** y del Responsable de Comunicación.

5. Supervisión y Buenas Prácticas

- La estrategia digital y su ejecución están supervisadas por el Departamento de Comunicación y revisadas en el marco del Comité de Sostenibilidad.

- Se promueve un uso ético y proactivo de las redes, alineado con la reputación y misión de la empresa.