



Política de redes sociales

Fecha / Versión: Mayo 2025 / 2.1

Proceso: Cumplimiento general

Editor: Director de Cumplimiento Normativo

P1 | 5

Política de redes sociales

Válida a partir de septiembre de 2021

Hilti Group ("Hilti") promueve el comportamiento ético como parte de nuestra cultura corporativa. Esta política detalla las secciones del Código de Conducta de Hilti relativas a la Integridad.

La Política de Medios Sociales debe cumplirse cuando los empleados contribuyen a las Plataformas de Medios Sociales en relación con Hilti, mientras que no cubre el uso privado de las Plataformas de Medios Sociales no relacionadas con Hilti. Las plataformas de medios sociales incluyen herramientas en línea externas e internas como blogs y microblogs (por ejemplo, X, Viva Engage, YouTube, wikis (por ejemplo, Wikipedia), redes sociales (por ejemplo, Facebook, Instagram, REDi), redes profesionales (por ejemplo, LinkedIn) y sitios de creación de comunidades utilizados para compartir voluntariamente contenidos, opiniones, puntos de vista, experiencias y perspectivas para facilitar las conversaciones y la interacción entre las personas. El uso adecuado de las plataformas de medios sociales asume la autorresponsabilidad y está en consonancia con los valores de Hilti y el principio de capacitación de los empleados. Se aplican normas especiales a los miembros del equipo que se comunican en los canales oficiales de Hilti.

Esta política se aplica a (i) Hilti Corporation, (ii) cada una de las filiales en las que Hilti Corporation posea legalmente, de forma directa o indirecta, más de la mitad del capital (social) emitido o que esté controlada de otro modo por Hilti Corporation (a través de la capacidad de dirigir sus asuntos y/o de controlar la composición de su consejo de administración u órgano equivalente) y (iii) todos los empleados de las anteriores, incluidos los consejeros, directivos y gerentes, becarios y trabajadores temporales. Los terceros representantes de Hilti también deben observar las disposiciones de esta Política y fomentarán la adhesión a los principios de la misma, dentro del ámbito de sus competencias y responsabilidades.



Reglas básicas

Debes

- 1. Seguir el Código de Conducta también online.**
- 2. Identificarte e identificar tu función/relación con Hilti.**
- 3. Mantener la confidencialidad de la información empresarial.**
- 4. Respetar los derechos personales y proteger los datos personales.**
- 5. Escribir sólo sobre temas que conozcas bien.**
- 6. Comparte sólo fotos/vídeos de productos Hilti que se estén utilizando según el manual de instrucciones, y el usuario lleve puesto el equipo de protección individual (EPI) necesario.**

Debes:

- **Actuar como un modelo a seguir y ser auténtico**
- **Mantener la sencillez.**
- **Asume que todo lo que escribas en Internet se hará público y sé prudente.**
- **Decir lo correcto en el momento adecuado.**
- **Dar prioridad a la calidad sobre la cantidad.**

Para más detalles, consulte el glosario.

Si reaccionas:

Puedes responder a

- un comentario positivo o neutro
- un comentario o pregunta que pertenezca a tu campo de experiencia;
- preguntas generales sobre Hilti.

Ten cuidado si respondes a

- bromas o chistes sobre los productos y servicios de Hilti o sobre Hilti como empresa,
- comentarios o preguntas negativas u ofensivas - mejor ponte en contacto con tu responsable local de redes sociales para alinear la respuesta.

Si posteas o publicas

Antes de compartir cualquier información, comprueba que esté actualizada y sea correcta, y válida y cita la fuente.

Cuando incorpores imágenes a tu post, asegúrate de que no revelan información confidencial, por ejemplo, en el fondo.

La comunicación oficial con el público, los periodistas y los medios de comunicación se realiza exclusivamente a través de la dirección, las comunicaciones corporativas o empleados claramente autorizados.

Los responsables de las redes sociales, los equipos de comunicación corporativa, de employer branding y de brand & digital marketing -o los grupos de comunicación especialmente habilitados a través de los canales oficiales de Hilti¹ - deben respetar las directrices legales adicionales.

No

- no escribas tus propios posts sobre temas estratégicos (sostenibilidad, productividad, seguridad, Spec2Site), sino que reenvía únicamente contenido oficial de Hilti sobre estos temas.
- dirigirse a nuestros competidores por su nombre o por otros identificadores de marca, como el color o el eslogan,
- no hacer comparaciones con la competencia - centrarse en nuestros puntos fuertes sin mencionar a la competencia ni utilizar sus logotipos
- utilizar insultos étnicos, insultos personales, obscenidades, publicar/compartir material delictivo, discriminatorio, que incite al odio o al acoso,
- vincular a Hilti con contenidos negativos o controvertidos,
- utilizar tu dirección de correo electrónico de Hilti para registrarte en plataformas de medios sociales ajenas a Hilti
- responder a preguntas fuera de tu campo de especialización
- participar por tu cuenta en situaciones de crisis

Hilti cuenta con equipos que supervisan las redes sociales y están formados para responder a discusiones en línea difíciles o situaciones de crisis (potenciales). Ponte en contacto con ellos para obtener ayuda. Para soporte global, contacta con [el Equipo Global de Plataformas Sociales](#).

Protección de los derechos personales y de terceros

En relación con el uso de los medios sociales, deben respetarse los derechos de las personas y de terceros (por ejemplo, derechos personales, derechos de autor, marcas registradas o activos/localizaciones de terceros). Esto no sólo afecta a los contenidos creados por tí, sino también por terceros.

Revisa los términos y condiciones

Lee los términos y condiciones de las respectivas plataformas de medios sociales y establece la configuración de privacidad de acuerdo con tu propósito.

¹ Consulta [las directrices legales](#), las instrucciones de [diseño de vídeo y movimiento](#) y las [normas de creación de contenidos con inteligencia artificial \(IA\)](#) que se aplican en todo el mundo.



Sanciones

Las actividades en redes sociales que infrinjan las normas de esta política serán sancionadas en consecuencia. Ten en cuenta que todos los requisitos de tu contrato de trabajo (por ejemplo, salvaguardar los secretos empresariales y comerciales), tus obligaciones contractuales de contraprestación, el Código de Conducta y la Política Antidiscriminación también se aplican a tu comportamiento en las plataformas de redes sociales, si está relacionado con Hilti.

Las sanciones dependen de la gravedad del caso y pueden ir desde advertencias y recordatorios hasta el despido inmediato, acciones civiles por daños y perjuicios y acciones penales de acuerdo con las leyes locales aplicables.



Glosario/ Definiciones

Sigue el Código de Conducta también en línea.

- Los mismos principios y directrices que se aplican a las actividades de los miembros del equipo Hilti en general -como el Código de Conducta y las normas de comportamiento en la competencia, las Directrices de Protección de la Información y la Política de Ciberseguridad- también se aplican a las actividades de los empleados de Hilti en las Plataformas de Medios Sociales.
- Integridad, Coraje, Trabajo en Equipo y Compromiso significa actuar como lo harías en cualquier situación y entorno social; nunca tengas miedo de hablar o de alzar la voz; sé un buen ciudadano de Internet.

Identificate.

- La transparencia es la mejor política, identifica siempre tu relación con Hilti si promocionas algún producto o servicio de Hilti online, debes escribir en primera persona. Si lo haces, utiliza tu nombre real y deja claro cuál es tu papel. Sin embargo, nunca des la impresión de que hablas oficialmente en nombre de Hilti. No crees perfiles, páginas o cuentas que utilicen el nombre Hilti o el logotipo de Hilti.
- Utiliza el "yo" en lugar del "nosotros" para comunicarte.

Mantén la confidencialidad de la información empresarial.

- Respeta la confidencialidad empresarial, por ejemplo, de futuros productos, documentos confidenciales, contratos, resultados de ventas o secretos empresariales de Hilti, nuestros clientes o contratistas.
- Esto incluye no citar ni hacer referencia a clientes, socios o proveedores de Hilti sin su aprobación. Pedir permiso para publicar o informar sobre cualquier conversación. Cumplir los requisitos de confidencialidad.

Respetar los derechos personales y proteger los datos personales.

- Las fotografías y otros registros visuales requieren el consentimiento previo del fotógrafo y/o de las personas que aparecen en el registro.
- Toda persona tiene derecho a la protección de sus datos personales; si los publicas sin consentimiento, estarás infringiendo esta política y, potencialmente, la legislación local.
- Por "datos personales" se entiende cualquier información relativa a una persona física identificada o identificable, como un nombre, un número de identificación, datos de localización, un identificador en línea o factores

específicos de la identidad económica, cultural o social de una persona física.

Escribe sólo sobre temas que conozcas bien.

- Asegúrate de escribir y publicar sobre tus áreas de experiencia, especialmente en lo relacionado con Hilti y la tecnología Hilti. Asegúrate de que cualquier recomendación u opinión que ofrezcas sobre productos o servicios Hilti sea precisa y completa.
- Sigue y participa con un propósito. Elige a quién sigues y su relevancia para la marca.
- No te salgas de tu área de experiencia y publiques o comentes un tema de actualidad que no esté relacionado con nuestra empresa.

Actúa como modelo y sé auténtico.

- El debate sano y la reacción incendiaria pueden ser cercanos. No es necesario ni conveniente responder a todas las críticas. Algunos temas, como la política o la religión, no suelen ser adecuados para las redes sociales relacionadas con la empresa. Sé prudente y considerado. Una vez que las palabras han salido a la luz, no se pueden recuperar. Y una vez que se inicia una discusión incendiaria, es difícil detenerla. Por último, sé transparente y admite cuando te equivoques en Internet.

Mantén las cosas sencillas.

- El valor de las plataformas de medios sociales se enriquece con la creatividad y la espontaneidad. Aplica una proporción de 80% informativo, educativo, entretenido y 20% promocional. Asegúrate de elegir los medios más adecuados en función del objetivo y la audiencia.
- Debes esforzarte por ayudar a nuestros clientes, socios y compañeros de trabajo. Debes invitar a la reflexión y crear un sentimiento de comunidad. Si ayudas a la gente a mejorar sus conocimientos o habilidades, a construir sus negocios, a hacer su trabajo, a resolver problemas o a entender mejor Hilti, entonces está añadiendo valor.

Asume que todo lo que escribas en línea se hará público y sé prudente.

Lo que publicas es ampliamente accesible y estará ahí durante mucho tiempo, así que considera el contenido cuidadosamente. Todas las declaraciones deben ser ciertas y no engañosas, y todas las afirmaciones deben estar fundamentadas y aprobadas. Nunca hagas comentarios sobre procedimientos legales o reclamaciones a Hilti.



Di lo correcto en el momento adecuado.

Hilti es una empresa global que defiende la diversidad, la equidad y la inclusión - sigue el compromiso del Código de Conducta relacionado.

Prioriza la calidad sobre la cantidad.

No molestes a tu audiencia con demasiado contenido. Dedicar más tiempo a generar menos contenido, pero más relevante.