

# Política de relaciones con los Grupos de interés

19 de diciembre de 2017

## ■ Índice

<b>1. Finalidad</b>	<b>2</b>
<b>2. Principios básicos de las relaciones con los Grupos de interés</b>	<b>2</b>
<b>3. Vías de diálogo de la Sociedad con los Grupos de interés</b>	<b>3</b>
<b>4. Asuntos relevantes</b>	<b>3</b>
<b>5. Otros procesos y/o instrumentos para la gestión de las relaciones con los Grupos de interés</b>	<b>4</b>

El Consejo de Administración de IBERDROLA, S.A. (la “**Sociedad**”) tiene atribuida la competencia de diseñar, evaluar y revisar con carácter permanente el Sistema de gobierno corporativo de la Sociedad y aprobar las *Políticas corporativas* que desarrollan los principios reflejados en dicho conjunto normativo y que contienen las pautas que rigen la actuación de la Sociedad y de las sociedades integradas en el grupo cuya entidad dominante, en el sentido establecido por la ley, es la Sociedad (el “**Grupo**”), así como de sus administradores, directivos y empleados.

Entre las *Políticas corporativas*, las de responsabilidad social corporativa tienen por objetivo favorecer una cultura de responsabilidad social en el Grupo, con carácter global, que contribuya a mejorar el bienestar de las personas, impulsar el desarrollo económico y social de las comunidades en que está presente y crear valor sostenible para los accionistas e inversores, empleados, clientes, proveedores y los otros grupos de interés de la Sociedad.

De conformidad con lo dispuesto en sus Estatutos Sociales, la Sociedad persigue la consecución del interés social, entendido como el interés común a todos los accionistas de una sociedad anónima independiente orientada a la creación de valor sostenible mediante el desarrollo de las actividades incluidas en su objeto social, tomando en consideración los demás grupos de interés relacionados con su actividad empresarial y su realidad institucional y, especialmente, los intereses legítimos de las diferentes comunidades y territorios en los que actúa y los de sus trabajadores.

En particular, en el desarrollo de todas sus actividades, la Sociedad promueve la maximización del dividendo social, concebido como la creación de valor de forma sostenible para todos los grupos de interés que se ven afectados por las actividades del Grupo mediante el desarrollo de sus negocios, a través de una estrategia de responsabilidad social orientada al impulso de las comunidades empresariales en las que la Sociedad participa y lidera, tanto desde el punto de vista económico como desde la perspectiva de la ética empresarial, la promoción de la igualdad y la justicia, el fomento de la innovación y el cuidado del medio ambiente, así como mediante la generación de empleo de calidad, su estrategia de responsabilidad social y su esfuerzo en la lucha contra el cambio climático.

En este sentido, la Sociedad considera relevante su relación con aquellos colectivos que pueden influir en, o a los que afectan, las decisiones o el valor de la Sociedad y el Grupo.

La cadena de valor configurada por los negocios del Grupo hace que estos colectivos sean muy numerosos. A los efectos de esta *Política de relaciones con los Grupos de interés*, dichos colectivos se agrupan en las siguientes categorías (los “**Grupos de interés**”):

- a) Equipo humano
- b) Accionistas y comunidad financiera
- c) Organismos reguladores
- d) Clientes
- e) Proveedores
- f) Medios de comunicación
- g) Sociedad en general
- h) Medio ambiente

Esta *Política de relaciones con los Grupos de interés* regirá, de forma general, las relaciones del Grupo con los colectivos anteriormente identificados, asegurando la actuación coordinada de todas las sociedades que forman parte de él y, en particular, a nivel país, a través de las sociedades *subholding*, y en relación con cada uno de los negocios del Grupo.

Lo anterior se entenderá sin perjuicio de la aprobación por el Consejo de Administración de otras *Políticas corporativas* dirigidas a Grupos de interés específicos, como por ejemplo las aprobadas en relación con los accionistas, los empleados o el medio ambiente, que recogen los principios generales que regirán la actuación de la Sociedad en cada ámbito específico.

Dada la amplitud de colectivos o de intereses que se pueden considerar incluidos en cada una de las categorías de Grupos de interés identificadas, y con el fin de gestionarlas adecuadamente, la Sociedad podrá identificar subcategorías para promover aspectos concretos de estas relaciones, enfocadas a las expectativas de organizaciones o colectivos más específicos.

## **1. Finalidad**

El Consejo de Administración ha aprobado esta *Política de relaciones con los Grupos de interés* con la finalidad de impulsar un marco de relaciones basado en la comunicación bidireccional, la involucración y la colaboración, así como en los principios de transparencia, de escucha activa y de igualdad de trato, que permita tomar en consideración todos sus intereses legítimos y divulgar de forma eficaz la información acerca de las actividades y los negocios del Grupo, construyendo relaciones de confianza de forma continuada.

## **2. Principios básicos de las relaciones con los Grupos de interés**

En sus relaciones con los Grupos de interés, el Grupo asume y promueve los siguientes principios básicos:

- a) El desarrollo de un modelo de negocio responsable, con el objetivo de ser una empresa innovadora, transparente, integradora, abierta y comprometida, capaz de crear valor sostenible para todos los Grupos de interés, de forma compartida con ellos.
- b) El mantenimiento de una estrategia de fuerte implicación con las comunidades en las que opera.
- c) La dedicación de recursos necesarios al establecimiento proactivo, permanente y sistemático de vías fluidas de diálogo con los Grupos de interés, con el objetivo de establecer relaciones de equilibrio entre los valores empresariales y las expectativas sociales, tomando en consideración sus intereses, inquietudes y necesidades.
- d) El desarrollo y mantenimiento de una estructura organizativa dinámica que permita impulsar y coordinar las actuaciones responsables con los Grupos de interés y usar diversos instrumentos para favorecer la comunicación y el diálogo con aque-

llos, en constante proceso de adaptación a sus necesidades, expectativas e intereses: el contacto directo, la página web corporativa de la Sociedad, las de las distintas sociedades del Grupo y la presencia proactiva del Grupo en las redes sociales. La finalidad última de estas herramientas es fomentar la involucración de todos los Grupos de interés en la Sociedad, reforzar su sentimiento de pertenencia, potenciar la marca IBERDROLA, favorecer el desarrollo de los negocios del Grupo, poner en valor su vertiente social y avanzar en la transformación digital de la Sociedad.

- e) El compromiso del Grupo en materia de ética empresarial y responsabilidad social corporativa y, en particular, los principios de honestidad y transparencia empresarial como generadores de credibilidad y confianza mutua son los ejes alrededor de los cuales el Grupo construye sus relaciones con los Grupos de interés.
- f) Como parte de los procesos de toma de decisiones con potenciales impactos sobre la población local, se identifican y se toman en consideración los puntos de vista y las expectativas de las comunidades afectadas. Estas acciones se llevan a cabo a través de procesos de consulta, los cuales varían en función del país y la actividad y, en consecuencia, de la ley aplicable en cada caso. Estos procesos pueden completarse, además, con otros llevados a cabo de forma voluntaria, cuando se considere conveniente.
- g) La atribución a la Sociedad de la función de diseñar, aprobar y supervisar la estrategia de relaciones con los Grupos de interés, velando por su adecuada coordinación a nivel Grupo, sin perjuicio de que la implementación de dicha estrategia se rija por el principio de subsidiariedad, de forma que sea la sociedad del Grupo más próxima al Grupo de interés la encargada principal de mantener la interlocución en cada caso.
- h) La elaboración y divulgación de información periódica financiera y no financiera relevante y fiable sobre el desempeño y actividades del Grupo, sometida, cuando proceda, a verificación externa independiente.

### **3. Vías de diálogo de la Sociedad con los Grupos de interés**

La Sociedad establece vías de diálogo con los Grupos de interés, con objeto de dar respuesta a sus necesidades y expectativas. Estas vías están en permanente evolución para adaptarse a las necesidades de cada momento y a las distintas formas y usos comúnmente empleados en cada uno de los canales de comunicación, en función de su idoneidad y procurando maximizar su eficacia.

Además de la página web corporativa, de las diferentes web del Grupo y de las redes sociales, que constituyen los principales cauces para canalizar las relaciones de la Sociedad con los Grupos de interés, esta cuenta con otras vías de diálogo, entre las que cabe destacar:

- a) Equipo humano: las subcomisiones mixtas y comités con los trabajadores, las encuestas de opinión, el Buzón ético y los buzones de sugerencias, la Oficina global del empleado y el portal del empleado en la intranet. Además, el Grupo cuenta con el Campus Iberdrola y una Escuela de Dirección propias.
- b) Accionistas y comunidad financiera: el contacto personal con inversores de renta fija y renta variable, así como agencias de calificación crediticia y accionistas, la Oficina del accionista, el Club del accionista, la aplicación multidispositivo denominada "Relación con Inversores", los folletos y boletines informativos periódicos, la página web corporativa y, en particular, el canal específico de comunicación con accionistas (OLA).
- c) Organismos reguladores: las consultas y reuniones periódicas con los organismos reguladores, tanto a través de contactos directos como a través de organizaciones sectoriales.
- d) Clientes: se han instaurado canales presenciales y no presenciales de atención directa a los clientes (incluyendo los canales online, como la propia página web, la presencia en las redes sociales y diversas aplicaciones para dispositivos móviles), sistemas para mejorar la atención y tramitación de quejas y reclamaciones, así como encuestas de satisfacción del cliente, promoviendo igualmente otras vías de relación con las asociaciones de consumidores y las instituciones de consumo.
- e) Proveedores: el Buzón ético de los proveedores, el portal del proveedor en la página web corporativa, el Centro de Atención al Suministrador y las encuestas de satisfacción del proveedor, manteniendo, además, procesos de registro y clasificación de proveedores, campañas de tracción a proveedores, encuentros con suministradores y un buzón de correo exclusivo en la página web.
- f) Medios de comunicación: notas de prensa, reuniones individuales y colectivas con medios de comunicación, organización de visitas a las instalaciones del Grupo, mantenimiento de una sala de prensa virtual y de un buzón de consultas en la página web corporativa, así como la presencia activa en múltiples redes sociales.
- g) Sociedad en general: a través de la página web corporativa, de la participación en las redes sociales y en canales de comunicación convencionales, manteniendo relaciones directas con las instituciones del Estado y con responsables de las distintas administraciones. Además, el Grupo participa activamente en numerosas organizaciones empresariales y sectoriales, colabora con instituciones académicas y educativas, así como con organizaciones vinculadas con la innovación, participa en proyectos de colaboración con instituciones y organizaciones sociales, culturales y deportivas, mantiene relaciones directas con colectivos sociales del entorno de las instalaciones y participa en foros, seminarios y jornadas de divulgación.
- h) Medio ambiente: la existencia de un buzón específico en la página web corporativa y la divulgación de información medioambiental a través de las redes sociales, así como la instauración de cuestionarios a proveedores, los procesos de evaluación del impacto ambiental y consulta pública en el desarrollo de nuevas instalaciones, así como la adopción de iniciativas concretas como el vehículo eléctrico para los profesionales del Grupo y la colaboración con instituciones académicas.

### **4. Asuntos relevantes**

La Sociedad se ha dotado de herramientas apropiadas en la identificación de aquellos asuntos de su actividad empresarial que son considerados como relevantes a nivel global, entre los que destacan:

- a) En relación con el equipo humano: las condiciones laborales en general y, en particular, las condiciones de seguridad y salud laboral, la formación, la gestión de los procesos de recursos humanos y la información publicada.
- b) En relación con los accionistas y la comunidad financiera: la situación financiera y económica de la Sociedad, la remuneración al accionista, su atención y la participación en la Junta General de Accionistas, así como la estrategia a largo plazo de la Sociedad, aspectos de sostenibilidad y de responsabilidad social corporativa, información sobre los mercados en los que el Grupo opera y su regulación.
- c) En relación con los organismos reguladores: la seguridad del suministro, los aspectos económicos del suministro (precios y competitividad) y la sostenibilidad ambiental.
- d) En relación con los clientes: la transparencia en los procesos de cobro y facturación, de sugerencias y reclamaciones, así como la determinación de las tarifas y el acceso a la energía por parte de clientes vulnerables.
- e) En relación con los proveedores: su relación con el Área de Compras, procesos de registro y clasificación, el respeto a los Derechos Humanos y a los principios éticos en el desarrollo de su actividad, la responsabilidad medioambiental, el respeto de las normas de seguridad y salud en el trabajo así como las compras a proveedores locales.
- f) En relación con los medios de comunicación: la comunicación de hechos relevantes enviados a la Comisión Nacional del Mercado de Valores, los asuntos relacionados con la regulación eléctrica, en los países en los que el Grupo está presente, su estrategia global y su posicionamiento internacional, el gobierno corporativo y la estrategia de responsabilidad social de la Sociedad.
- g) En relación con la sociedad en general: los asuntos relacionados con la regulación eléctrica así como la innovación y el cuidado del medio ambiente, el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible auspiciados por la Organización de las Naciones Unidas, la promoción de la universalización de la energía, así como la contribución del Grupo a las comunidades en las que está presente en campos como el emprendimiento, la educación, el arte o la cultura.
- h) En relación con el medio ambiente: la lucha contra el cambio climático, el fomento de la biodiversidad, la eficiencia energética y la gestión del agua, el fomento de la movilidad sostenible, el modelo de gestión ambiental del Grupo así como sus huellas de carbono y ambiental.

La identificación y valoración de la relevancia de los asuntos a tener en cuenta es dinámica y se evalúa de forma adecuada en cada una de las actividades y negocios del Grupo, de forma que a partir de estas se puedan diseñar respuestas adecuadas articuladas a través de su gestión diaria.

## **5. Otros procesos y/o instrumentos para la gestión de las relaciones con los Grupos de interés**

El diseño, la aprobación y la supervisión de la estrategia de relaciones con los Grupos de interés y las directrices generales que el Grupo debe seguir en esta materia corresponde al Consejo de Administración de la Sociedad y a su presidente y consejero delegado, sin perjuicio de las facultades de desarrollo y ejecución de los consejos de administración de las sociedades subholding y cabecera en sus respectivos ámbitos de competencia.

Esta estrategia se implementa con arreglo al Modelo de relación con los Grupos de interés, que concreta y desarrolla lo dispuesto en esta Política de relaciones con los Grupos de interés.

En concreto, el Modelo de relación con los Grupos de interés recoge los principios y directrices que deben regir las relaciones entre las sociedades del Grupo y los Grupos de interés, tomando en consideración las particularidades y singularidades de cada país y negocio. Dicho modelo parte de los colectivos que establece esta *Política de relaciones con los Grupos de interés* y favorece su segmentación y priorización, en función del impacto y la capacidad de influencia que pudieran tener en las sociedades del Grupo, así como del impacto y la capacidad de influencia de las sociedades del Grupo en estos subgrupos.

El Modelo de relación con los Grupos de interés recoge las pautas para diseñar el tipo de modelo de relación con cada subgrupo de interés, identificando a tal efecto los responsables de las relaciones, así como los canales y la frecuencia de los contactos para gestionarlas adecuadamente. Asimismo, identifica los asuntos relevantes para cada Grupo de interés, así como los riesgos y las oportunidades asociadas en cada caso, y contiene las principales directrices para diseñar planes de acción que, por un lado, den respuesta a las expectativas de los Grupos de interés, y, por otro, mejoren los flujos de reporte de las relaciones con los Grupos de interés.

La implementación del Modelo de relación con los Grupos de interés, así como los resultados de dicho proceso, son evaluados por el grupo de trabajo denominado *Iberdrola Stakeholders' Hub* y por el Comité Corporativo de Responsabilidad Social Corporativa y Reputación. Asimismo, tanto el *Informe de sostenibilidad* como el *Informe integrado* recogen información actualizada de las relaciones de la Sociedad con sus Grupos de interés.

La supervisión y coordinación del desarrollo de la estrategia de relaciones entre las sociedades del Grupo y los Grupos de interés corresponde, en última instancia, al Comité Corporativo de Responsabilidad Social Corporativa y Reputación y a los Comités de Responsabilidad Social Corporativa y Reputación constituidos en cada una de las sociedades subholding.

Como complemento a las vías de diálogo establecidas para mantener las relaciones con los Grupos de interés, la Sociedad dispone de los siguientes procesos y/o instrumentos:

- a) Adopción de normas o estándares: dada la importancia que la relación con los Grupos de interés tiene en la responsabilidad social del Grupo y en la percepción externa por parte del entorno social, se examinan y adoptan las normas o estándares internacionalmente reconocidos en la materia, de interés para la Sociedad.
- b) Elaboración de planes de actuación: con el fin de mejorar la relación de la Sociedad con los Grupos de interés y dar respuesta a sus inquietudes, se establecen planes de actuación, como parte de los planes plurianuales de responsabilidad social

corporativa, que tienen en cuenta las características específicas de dichos Grupos de interés y el ámbito geográfico en el que operan.

- c) Participación de los Grupos de interés en la planificación y desarrollo de proyectos energéticos del Grupo: en el marco de los principios recogidos en esta Política de relaciones con los Grupos de interés, en la planificación y desarrollo de sus proyectos energéticos, la Sociedad procura tener en cuenta los puntos de vista de las comunidades afectadas.

Esta *Política de relaciones con los Grupos de interés* fue aprobada inicialmente por el Consejo de Administración el 17 de febrero de 2015 y modificada por última vez el 19 de diciembre de 2017.