Política de reputación corporativa

25 de marzo de 2025

1. Ámbito de aplicación 2
2. Finalidad 2
3. Principios básicos de actuación 3
4. Gestión y medición de la reputación corporativa 3
5. Coordinación a nivel del Grupo 4
6. Implementación y seguimiento 5

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 gobernanza y sostenibilidad de la Sociedad y, específicamente, de aprobar y actualizar las políticas, las cuales contienen las pautas que rigen la actuación de la Sociedad y, además, en lo que sea de aplicación, informan las políticas que, en ejercicio de su autonomía de la voluntad, decidan aprobar las sociedades integradas en el grupo cuya entidad dominante es, en el sentido establecido por la ley, la Sociedad (el "**Grupo**").

En el ejercicio de estas competencias, en el marco de la normativa legal, de los Estatutos Sociales y del Propósito y Valores del Grupo Iberdrola y consciente de que la reputación corporativa es uno de los activos intangibles estratégicos de las sociedades del Grupo, el Consejo de Administración aprueba esta Política de reputación corporativa (la "**Política**") que respeta, desarrolla y adapta, en relación con la Sociedad, los Principios éticos y básicos de gobernanza y de sostenibilidad del Grupo Iberdrola.

La Sociedad considera la reputación como un activo intangible, que engloba el conjunto de percepciones que sus diversos Grupos de interés tienen sobre ella, abarcando no solo aspectos relativos a la operativa de los negocios o financieros, sino también cuestiones relacionadas con la ética empresarial y el comportamiento responsable, los derechos humanos, las relaciones profesionales, la atracción y la fidelización de talento, la seguridad y salud de las personas que se relacionan con la Sociedad y el capital natural.

Esta Política complementa y desarrolla la Política de relaciones con los Grupos de interés.

1. Ámbito de aplicación

Esta Política es de aplicación a la Sociedad. Sin perjuicio de lo cual, incluye principios básicos que complementan, en materia de reputación, los contenidos en los Principios éticos y básicos de gobernanza y de sostenibilidad del Grupo Iberdrola y, en esta medida, deben informar la actuación y los desarrollos normativos que, en el ejercicio de sus competencias y al amparo de su autonomía de la voluntad, lleven a cabo las demás sociedades del Grupo en esta materia.

En la medida en que formen parte del Grupo sociedades *subholding* cotizadas, ellas y sus filiales, al amparo de su propio marco especial de autonomía reforzada, podrán establecer principios y normas que deberán tener un contenido conforme a los principios de esta Política.

Estos principios deberán informar también, en lo que proceda, la actuación de las entidades de naturaleza fundacional vinculadas al Grupo.

La Sociedad promoverá, igualmente, en aquellas otras compañías en las que participe y que no formen parte del Grupo, así como en las joint ventures, uniones temporales de empresas y otras entidades en las que asuma la gestión, el alineamiento de su normativa con los principios básicos en materia de reputación contenidos en esta Política.

2. Finalidad

La finalidad de esta Política es establecer los principios básicos de actuación que deben regir la medición y la gestión de la reputación corporativa, con el objetivo de identificar y de considerar las percepciones y las expectativas legítimas de los Grupos de interés de la Sociedad, integrándolas en su estrategia.

La gestión de la reputación corporativa de la Sociedad relacionada con la minimización y la mitigación del riesgo reputacional inherente a la actividad que desarrolla se establece en las Directrices y límites de riesgo reputacional, aprobadas por el Consejo de Administración, que fijan un marco de referencia para el control y la gestión del riesgo reputacional, dentro de las directrices generales establecidas en las Bases generales de control y gestión de riesgos del Grupo Iberdrola.

3. Principios básicos de actuación

La Sociedad asume y promueve los siguientes principios básicos de actuación en relación con la medición y gestión de la reputación corporativa que se prevé en esta Política:

a. Difundir e interiorizar que la reputación del conjunto de compañías del Grupo constituye un componente fundamental para la creación y la protección de valor, tanto de la Sociedad como de las demás compañías del Grupo.

b. Involucrar a sus profesionales en la gestión de la reputación, dado que ellos establecen relaciones con grupos de interés, toman decisiones, realizan actividades de negocio, y comunican la cultura, las opiniones y decisiones de la Sociedad y, en su caso, de las demás compañías del Grupo.

c. Impulsar una cultura preventiva con el objeto, por un lado, de obtener niveles estables o crecientes de reputación y, por otro, de mitigar, en lo posible, la aparición y el desarrollo de situaciones que supongan caídas relevantes y bruscas de los niveles de reputación.

d. Definir modelos y herramientas de medición de la reputación, segmentados por grupos de interés, que permitan evaluar y monitorizar los niveles de reputación a través de indicadores de distinta naturaleza, tanto cualitativos como cuantitativos.

e. Evaluar periódicamente la gestión de la reputación corporativa.

f. Promover la aplicación de los principios de ética empresarial y de comportamiento responsable de sus profesionales, para evitar conductas irregulares y actos ilícitos o contrarios al Sistema de gobernanza y sostenibilidad.

g. Gestionar proactivamente a sus Grupos de interés con el objetivo de integrar sus expectativas y desplegar medidas y acciones de mejora.

h. Valorar, para la adhesión y la participación en entidades externas, si estas contribuyen a la percepción que sus Grupos de interés tienen sobre las compañías del Grupo, debiendo llevar a cabo dicha adhesión y participación, en todo caso, de conformidad con el Propósito y Valores del Grupo Iberdrola, los Principios éticos y básicos de gobernanza y de sostenibilidad del Grupo Iberdrola y, en todo caso, de conformidad con lo previsto en la Política de relaciones con los Grupos de interés.

i. Proteger y contribuir al valor de la marca Iberdrola siguiendo los principios básicos de actuación establecidos en la Política de la marca Iberdrola con la finalidad de usarla como una palanca que contribuya a la reputación.

j. Promover una formación adecuada de sus profesionales y, en su caso, de los de las demás compañías del Grupo en las materias que tienen o puedan tener un impacto sobre la reputación corporativa.

k. Realizar un seguimiento de las normas y políticas del Sistema de gobernanza y sostenibilidad que contienen elementos relevantes para la reputación corporativa e identificar indicadores relacionados con las expectativas de sus Grupos de interés.

l. Integrar las últimas y más innovadoras tendencias en materia de reputación corporativa y, en particular, identificar tendencias futuras en relación con las expectativas de sus Grupos de interés, así como buenas prácticas para ser compartidas por las compañías del Grupo.

4. Gestión y medición de la reputación corporativa

La gestión de la reputación corporativa se realiza, fundamentalmente, a través de:

a. la relación con los grupos de interés, que permite conocer sus expectativas y necesidades, analizar riesgos (incluidos los reputacionales) y establecer planes de acción específicos y acciones de mejora para optimizar las expectativas de cada grupo de interés; y

b. los planes de acción, que son medidas cuyo objetivo es modificar o complementar las operaciones de las compañías del Grupo a fin de comunicar el desempeño de la Sociedad o, en su caso, satisfacer mejor las expectativas de uno o varios de sus Grupos de interés.

Lo anterior, se reporta y monitoriza mediante la implementación del Modelo global de relación con los Grupos de interés del Grupo Iberdrola, −previsto en la Política de relaciones con los Grupos de interés−, que establece los principios y proporciona las directrices para, por un lado, asegurar que las relaciones con los Grupos de interés de las compañías del Grupo se llevan a cabo de forma homogénea, respetando las singularidades de cada país, territorio y negocio y, por otro, establecer los mecanismos necesarios que fomenten que los citados Grupos de interés tienen capacidad suficiente para relacionarse con las compañías del Grupo.

El seguimiento y medición de la reputación corporativa se realiza a través de un cuadro de mando específico que incorpora, entre otros, variables procedentes de rankings reputacionales, encuestas entre grupos de interés, paneles o estudios específicos de la evolución de los niveles de reputación e índices de sostenibilidad.

Además, la Sociedad realiza análisis cuantitativos y cualitativos para evaluar la percepción de los medios de comunicación, de las redes sociales y de los creadores de opinión y, en caso necesario, desarrolla planes de comunicación específicos con el objetivo de mejorar la percepción del posicionamiento de la Sociedad y de las demás compañías del Grupo en determinados asuntos de interés en línea con las expectativas de sus respectivos Grupos de interés.

La Sociedad podrá contar con asesoramiento especializado externo para la medición e identificación del impacto de las actividades y comunicaciones de las compañías del Grupo en la reputación corporativa.

5. Coordinación a nivel del Grupo

La Dirección de Sostenibilidad Corporativa (o la dirección que, en cada momento, asuma sus facultades), a través del Comité de Sostenibilidad y Reputación (o del comité que, en cada momento, asuma sus facultades) velará por la coordinación de la supervisión y la gestión de la reputación corporativa de la Sociedad y de las demás compañías del Grupo.

Para ello, deberá: (i) definir las pautas básicas para la mejora de la reputación a nivel del Grupo; (ii) supervisar los resultados y la eficacia de las herramientas de medición existentes; (iii) aprobar y hacer seguimiento de los planes de acción; (iv) colaborar en la elaboración de la información pública que en materia de reputación corporativa divulgue la Sociedad y, en su caso, las demás compañías del Grupo; (v) establecer los mecanismos de coordinación necesarios con las direcciones corporativas y de negocio de la Sociedad, así como con los correspondientes comités de sostenibilidad y reputación de las sociedades *subholding*; y (vi) elaborar procedimientos o manuales de gestión de aspectos reputacionales en situaciones de crisis cuyas pautas de actuación deberán estar coordinados, en su caso, con los planes de resiliencia.

6. Implementación y seguimiento

Para la implementación y seguimiento de lo previsto en esta Política, el Consejo de Administración cuenta con la Dirección de Sostenibilidad Corporativa (o la dirección que, en cada momento, asuma sus facultades), a través del Comité de Sostenibilidad y Reputación (o del comité que, en cada momento, asuma sus facultades), que desarrollará los procedimientos necesarios para ello.

* * *

Esta Política fue aprobada inicialmente por el Consejo de Administración el 18 de diciembre de 2007 y modificada por última vez el 25 de marzo de 2025.