

# 4.6 Capital social y relacional

## Relación con los Grupos de interés

Iberdrola desarrolla un modelo de negocio responsable y sostenible, que sitúa a los Grupos de interés (GI) en el centro de las decisiones. El propósito de la compañía es construir relaciones de confianza con sus distintos GI, así como profundizar en su involucración y sentimiento de pertenencia a Iberdrola. Tanto los *Estatutos Sociales*, como la *Misión, Visión y Valores* de Iberdrola y su *Política de relaciones con los Grupos de interés* expresan claramente este propósito.

### Grupos de interés de Iberdrola. Principios y objetivos de las relaciones

Equipo humano		Proveedores	
Accionistas y comunidad financiera		Medios de comunicación	
Organismos reguladores		Sociedad en general	
Clientes		Medio ambiente	
<b>Principios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación bidireccional</li> <li>• Transparencia</li> <li>• Escucha activa</li> <li>• Igualdad de trato</li> </ul>		<b>Objetivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar en consideración los intereses legítimos de los GI.</li> <li>• Divulgar, de forma eficaz, la información acerca de las actividades y los negocios del grupo.</li> <li>• Contribuir a mejorar la reputación de la compañía.</li> </ul>

### Modelo global de gestión de las relaciones con los Grupos de interés

Iberdrola cuenta con un nuevo *Modelo global de relación con los Grupos de interés*, que comenzó a implementarse en 2017. Este Modelo está basado en la norma AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) 2015 y en sus tres requisitos de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta, así como en los más exigentes estándares internacionales en esta materia.

El Modelo constituye en sí mismo un proceso de mejora continua estructurado en las siguientes diez fases:



Iberdrola implementa este Modelo en la gestión con sus ocho Grupos de interés, en sus cinco países de referencia, en las instalaciones de Generación y Renovables y en las distintas áreas geográficas del Negocio de Redes.

## Iberdrola Stakeholders' Hub



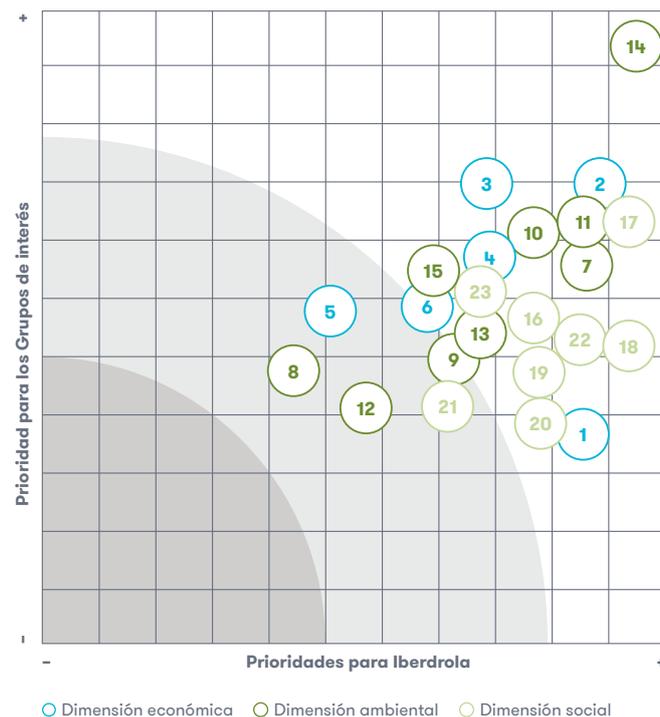
Para facilitar la implementación del Modelo global de relación con los Grupos de interés, Iberdrola cuenta con un órgano de coordinación interno, el Iberdrola Stakeholders' Hub, que, creado en 2017, cuenta con la participación de las áreas responsables de la gestión de los ocho GI. Progresivamente, están incorporándose representantes de los distintos países.

## Canales de comunicación con los Grupos de interés

Iberdrola dispone de numerosos canales de comunicación con sus GI: desde canales convencionales y accesibles para todos (teléfono, buzones de correo electrónico, comunicaciones...), hasta otros más específicos (muchos de ellos digitales) que atienden a las singularidades de cada Grupo de interés. Además, las webs de Iberdrola y las redes sociales constituyen medios de interacción esenciales. Los más importantes canales de comunicación pueden consultarse en el Informe de sostenibilidad 2017.

## Asuntos más relevantes para los Grupos de interés

La implementación del Modelo global de relación con los Grupos de interés permite capturar internamente los asuntos más relevantes para estos colectivos. Tanto los temas prioritarios como la respuesta dada por Iberdrola también se recogen en el Informe de sostenibilidad 2017. El proceso de conocimiento de asuntos relevantes se completa con un Estudio de materialidad, elaborado por una firma independiente, cuya matriz de prioridades es la siguiente:



### Asuntos materiales

1. Inversión socialmente responsable
2. Desempeño económico
3. Ética e Integridad (anticorrupción, libre competencia y responsabilidad fiscal)
4. Cadena de suministro responsable
6. Infraestructura eléctrica y gasista
7. Gestión del capital natural
9. Innovación y nuevos modelos de negocio
10. Integración de las energías renovables en el sistema eléctrico
11. Cambio climático
13. Gestión de la biodiversidad
14. Transición energética
15. Disponibilidad y gestión del agua
16. Satisfacción del cliente
17. Diversidad e igualdad de oportunidades
18. Seguridad y salud laboral
19. Impacto sobre las comunidades locales
20. Derechos humanos
22. Atracción, desarrollo y retención del Capital Humano
23. Conectividad, digitalización y ciberseguridad

### Otros asuntos identificados

5. Política pública
8. Economía circular
12. Desempeño ambiental: "Ecoeficiencia"
21. Clientes vulnerables

## Ejemplos de buenas prácticas

### Paneles de stakeholders en el Reino Unido

El Negocio de Redes en el Reino Unido celebra periódicamente paneles con Grupos de interés, a los que asisten representantes de las instituciones nacionales, locales, la industria, el tercer sector, etc.

### Proyecto Customer Experience en España

El Negocio de Generación y Clientes ha lanzado en España el proyecto Customer Experience, para valorar la experiencia del cliente en todo el ciclo de relación con Iberdrola. En este marco, se desarrollan focus groups, entrevistas, paneles y encuestas.

### Premios al proveedor del año

El Área de Compras organiza premios locales y globales para promover y reconocer la excelencia, la internacionalización, la innovación o la Responsabilidad Social entre sus proveedores.

# Programas de apoyo a la comunidad y acceso a la electricidad

## Principales programas

### Actividades 2017

- Contribución de 63 M€ a la comunidad, según el estándar internacional de medida *London Benchmarking Group* (LBG), en los países donde opera Iberdrola.
- *Programa de voluntariado corporativo internacional*, en el que se han ofertado diversas oportunidades de voluntariado a empleados en España, el Reino Unido, los Estados Unidos, Brasil y México.
- Apoyo a emprendedores: más de 38 M€ en compras a empresas de menos de 5 años de vida y 70 M€ en capital riesgo para nuevas iniciativas de alto valor tecnológico.
- Programas y tarifas de ayuda a colectivos vulnerables en España, el Reino Unido, los Estados Unidos y Brasil.
- Programas de electrificación rural en Brasil, a los que se han aportado 278 M€.
- Programas desarrollados por las fundaciones creadas por Iberdrola en los principales países donde opera.
- Desarrollo del programa *Electricidad para todos*.

### Electricidad para todos

- Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2015-2030, aprobados en la Cumbre de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas han supuesto el reconocimiento de la energía como motor del desarrollo sostenible.
- El programa *Electricidad para todos* es la respuesta de Iberdrola a esta demanda de extender el acceso universal a formas modernas de energía, con modelos ambientalmente sostenibles, económicamente asumibles y socialmente inclusivos. Esta iniciativa se centra en acciones de electrificación sostenibles en países emergentes y en vías de desarrollo.
- Iberdrola se marca como objetivo alcanzar en 2020 la cifra de 4 millones de beneficiarios de este programa. Al cierre de 2017, el programa ha alcanzado el número de 3,9 millones de usuarios.

### Valor económico distribuido (M€)

Concepto	2016	2017
Compras realizadas a proveedores	7.508	8.648
Pagos a proveedores de capital	2.692	2.916
Pagos a Administraciones Públicas	2.740	2.723
Retribución a empleados	2.260	2.517

© Informe de sostenibilidad

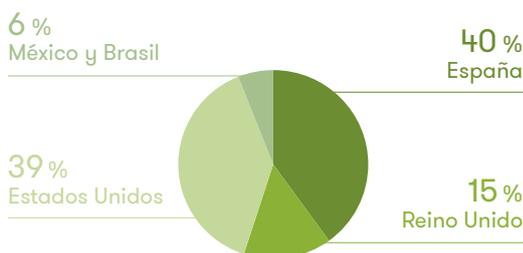
## Fundaciones del grupo Iberdrola

### Actividades 2017

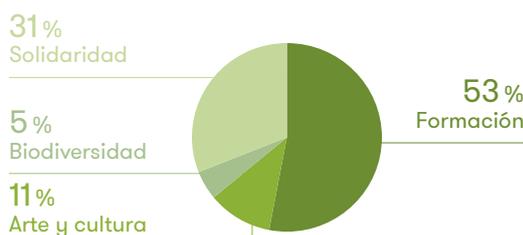
- Iberdrola ha consolidado el funcionamiento de su actividad fundacional en España, el Reino Unido, los Estados Unidos, Brasil y México.
- Se ha incrementado la inversión global dedicada a las actividades en todos los países, que asciende a un total de 13,5 M€.
- Respecto a las actividades desarrolladas, se ha impulsado en todos los países la realización de proyectos en las cuatro áreas (Formación e investigación, Arte y cultura, Sostenibilidad y biodiversidad, y Cooperación y solidaridad).
- En el área de Formación, el *Programa de becas y ayudas a la investigación* de Iberdrola ha concedido en 2017 un total de 176 becas para estudiantes de los cinco países.
- En Arte y cultura se han impulsado 313 proyectos de restauración e iluminación entre los que destacan la Capilla del Santo Cáliz de la Catedral de Valencia o el Fuerte de las Cinco Puntas en Pernambuco. Destacan las colaboraciones con el Museo de El Prado, el Museo Nacional de Escocia o el Festival Internacional de Arte de Rochester.
- En Biodiversidad y Cambio Climático destaca el programa *MIGRA*, para proteger aves en peligro de extinción, la colaboración con la Royal Society for the Protection of Birds Scotland (RSPB) y múltiples colaboraciones con centros educativos y medioambientales en los Estados Unidos.
- En el área de Cooperación y solidaridad, se consolida el programa social en España y los Estados Unidos. En el total de los cinco países hay un impacto directo sobre más de 200.000 personas.
- El Comité de Fundaciones, como órgano coordinador de todas sus actividades y los Patronatos correspondientes de cada país, han aprobado en 2017 el *Nuevo Plan Director* para el periodo 2018-2020; asumiendo el enfoque de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

### Programas 2017

#### Contribución por regiones (%)



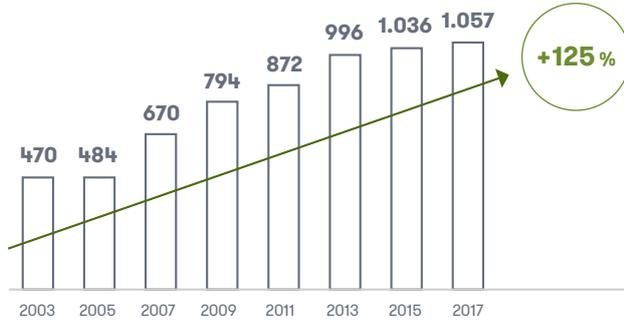
#### Contribución por programas (%)



### Solidez y fortaleza de la marca

- Gestión de la marca para que transmita los principios recogidos en la *Misión, Visión y Valores del grupo Iberdrola* y refleje la estrategia de la compañía de compromiso con el medio ambiente y la responsabilidad social.
- Consolidación de una marca internacional, reforzando la comunicación y la alineación bajo un mismo posicionamiento de marca en todos los países donde opera la compañía.

### Evolución del valor de la marca\* (M€)



\* Fuente: *Ranking Mejores Marcas Españolas de Interbrand.*

### Evolución del ecosistema digital

- Oferta de una información útil y dinámica, con mensajes adaptados a cada *stakeholder*.
- Facilitar la interacción directa con nuestros públicos de interés superando barreras y aprovechando las sinergias existentes.

Iberdrola en las redes sociales e internet:



### Reputación

- Iberdrola considera la reputación como un activo intangible de enorme valor que influye sobre aspectos tan relevantes como la atracción y retención de talento, la relación comercial con sus clientes, la valoración de la compañía en los mercados de capital, y su integración con las comunidades donde opera.
- El modelo de relación con los Grupos de interés es la herramienta fundamental que la compañía utiliza para detectar los aspectos operativos y de negocio que influyen sobre la percepción externa de la misma, y para proponer objetivos que conduzcan al fortalecimiento de la reputación y al fortalecimiento de su relación con los Grupos de interés.
- Adicionalmente tanto el estudio de las mejores prácticas externas en todos los ámbitos de negocio y relacionales como el análisis de los contenidos en los medios de comunicación, son elementos complementarios con el modelo de relación que contribuyen a la mejora continua. En el siguiente gráfico se ilustran las variables de gestión de la reputación.



- La evaluación de la reputación sigue un criterio multivariable que incorpora mediciones provenientes de distintas fuentes: encuestas e índices reputacionales, reconocimientos públicos, presencia en índices de sostenibilidad, etc.
- La integración de la estrategia y los objetivos financieros y no financieros de la compañía con la función de la comunicación externa es otro elemento fundamental para asegurar la transmisión adecuada de los valores de la compañía.