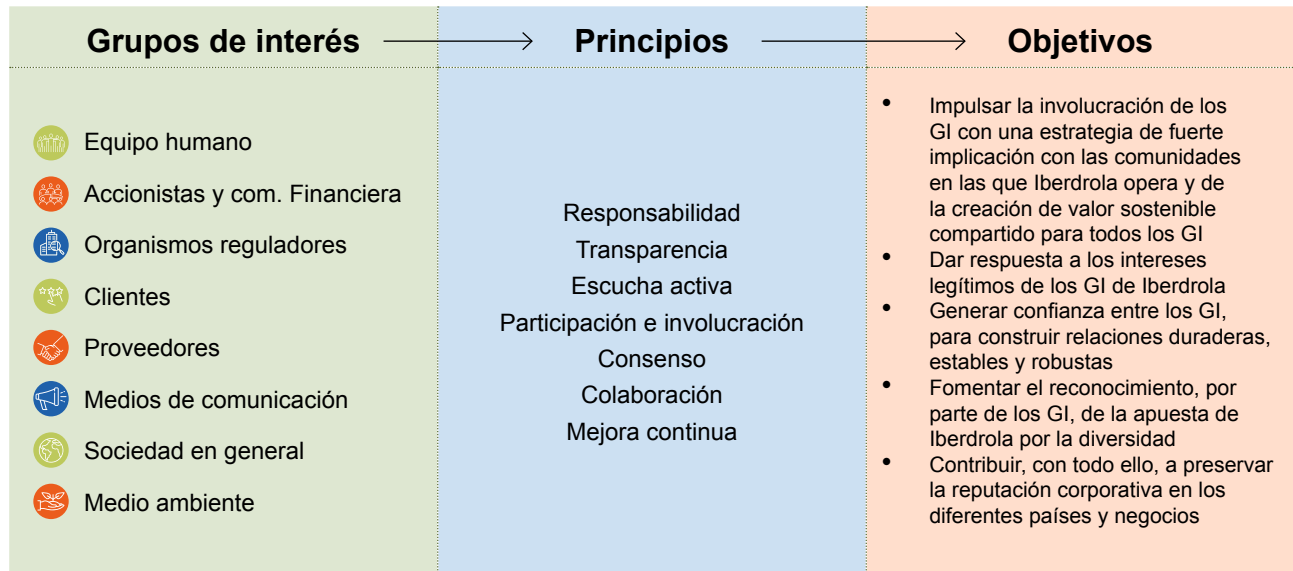




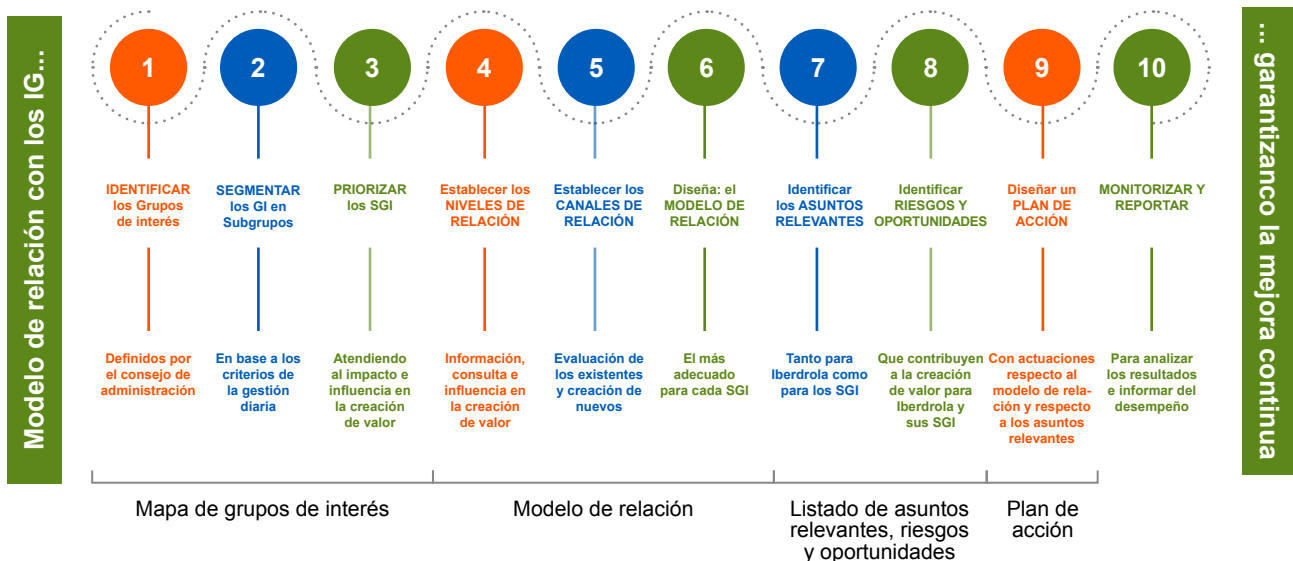
4.6 Capital social y relacional

Relación con los Grupos de interés

Iberdrola trabaja para involucrar cada vez más a sus Grupos de interés (GI) en todas las actividades y operaciones de la compañía. A lo largo de toda la cadena de valor, Iberdrola interactúa con millones de personas y miles de entidades y organizaciones que constituyen su capital social y relacional y, por tanto, un elemento fundamental del desempeño sostenible de la compañía.



Para cumplir sus objetivos en este ámbito, Iberdrola cuenta con un *Modelo global de relación con los Grupos de interés*, basado en la norma AA1000 Stakeholder Engagement Standard 2015 (AA1000SES, 2015), en la norma AA1000 AccountAbility Principles 2018 (AA1000AP, 2018), y en sus cuatro principios de inclusividad, relevancia, capacidad de respuesta e impacto. Este Modelo pretende que todas las áreas y negocios de Iberdrola conozcan en profundidad sus GI; dispongan de canales de comunicación adecuados con ellos; analicen sus expectativas (con sus riesgos y oportunidades); y establezcan planes de acción adecuados con impactos concretos asociados.



Iberdrola Stakeholders' Hub

La compañía dispone de un órgano de coordinación interna sobre Grupos de Interés, del que forman parte responsables de todos los GI y negocios de Iberdrola. Este Hub se reúne periódicamente y, en ocasiones, cuenta con presencia de expertos externos.



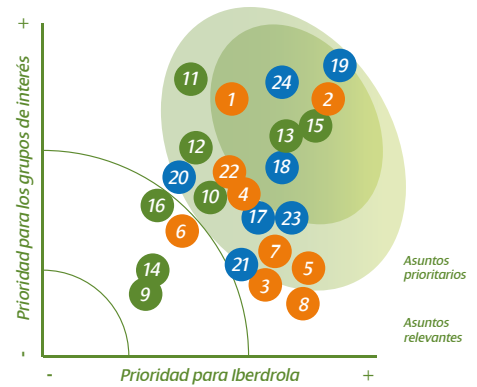
Principales magnitudes

A través de la aplicación del su *Modelo de relación con los Grupos de interés*, en 2020 Iberdrola ha identificado:

- Más de 1.200 entidades con las que se relaciona.
- Casi 6.000 canales de relación.
- Más de 3.600 asuntos relevantes.
- Alrededor de 60 tendencias emergentes.

Las principales tendencias y asuntos relevantes guían a la compañía en sus decisiones y, muchos de ellos, forman parte del *Plan de Desarrollo Sostenible de Iberdrola 2020-2022*. Además están alineados con el último *Estudio de materialidad* realizado por una firma independiente a partir de fuentes de información externas.

Matriz de materialidad 2020



● Dimensión ambiental ● Dimensión económica ● Dimensión social

Asuntos relevantes

- 11 Innovación y Nuevos modelos de negocio
- 22 Clientes vulnerables
- 4 Ética e Integridad (Anticorrupción, libre competencia)
- 17 Satisfacción del cliente
- 23 Atracción, Desarrollo y Retención del capital Humano
- 12 Integración de las energías renovables en el sistema eléctrico
- 20 Impacto sobre las comunidades locales

- 10 Economía circular
- 7 Redes inteligentes y calidad del suministro
- 5 Cadena de suministro responsable
- 21 Derechos humanos
- 3 Transparencia
- 8 Financiación verde

Otros asuntos materiales

- 16 Disponibilidad y gestión del agua
- 6 Política pública
- 14 Gestión de la biodiversidad
- 9 Gestión del capital natural

Buenas prácticas

Para mitigar los efectos de la pandemia de la COVID-19, Iberdrola ha llevado a cabo numerosas buenas prácticas para cada GI. Algunas de ellas se recogen a continuación:

- **Equipo humano:** Realización de test serológicos a la plantilla.
- **Accionistas y comunidad financiera:** Celebración de la Junta General de Accionistas de forma telemática.
- **Organismos reguladores:** Donación de material sanitario y de prevención.
- **Clientes:** Protección clientes vulnerables y suspensión de cortes de servicio.
- **Proveedores:** 14.000 M€ en pedidos adjudicados en 2020.
- **Medios de comunicación:** Refuerzo de la información sobre el coronavirus en las webs corporativas.
- **Sociedad en general:** Refuerzo del servicio y establecimiento de canales de atención prioritaria para hospitales, centros sanitarios y otras infraestructuras esenciales.
- **Medio ambiente:** Impulso al Manifiesto por una recuperación verde (*Green Deal*).

Campaña global de comunicación interna: Los principios de las relaciones con nuestros GI





Programas de apoyo a la comunidad y acceso a la electricidad

Principales programas

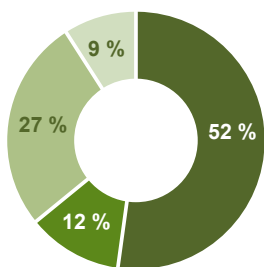
Actividades 2020

- Contribución de más de 83 M€ a la comunidad, según el estándar internacional de medida *London Benchmarking Group* (LBG), en los países donde opera Iberdrola.
- Actividades de voluntariado. En total, más de 10.000 voluntarios han participado en actividades de voluntariado, principalmente centradas en este año en acciones de apoyo a colectivos afectados por la COVID-19.
- Apoyo a emprendedores: 91 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 específicas para colectivos vulnerables en España, el Reino Unido, los Estados Unidos y Brasil.
- Programas de electrificación rural en Brasil, a los que se han aportado cerca de 42 M€.
- Programas desarrollados por las fundaciones constituidas por Iberdrola en los principales países donde opera.
- Desarrollo del programa *Electricidad para todos*.

Electricidad para todos

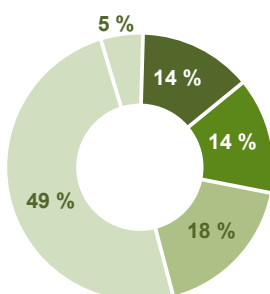
- Los ODS reconocen a la energía como motor del desarrollo sostenible.
- El programa *Electricidad para todos* es la respuesta de Iberdrola a la demanda de extender el acceso universal a formas modernas de energía, con modelos ambientalmente sostenibles, económicamente asumibles y socialmente inclusivos. Esta iniciativa se centra en acciones de electrificación sostenibles en países emergentes y en vías de desarrollo.
- Iberdrola se marca como objetivo alcanzar en 2030 la cifra de 16 millones de beneficiarios de este programa. Al cierre de 2020, el programa ha alcanzado el número de 8,2 millones de usuarios.

Programas 2020 de las fundaciones



Contribución por regiones (%)

- España
- Reino Unido
- Estados Unidos
- México y Brasil



Contribución por áreas (%)

- Formación e investigación
- Arte y cultura
- Colaboración institucional
- Biodiversidad y cambio climático
- Acción social

Fundaciones del grupo Iberdrola

Actividades 2020

- Iberdrola ha consolidado el funcionamiento de su actividad fundacional en España, el Reino Unido, los Estados Unidos, Brasil y México.
- La inversión global dedicada a las actividades en todos los países en 2020 ha ascendido a un total de **11,9 M€**.
- En el área de **Formación e investigación**, se potencia la promoción de la igualdad de oportunidades a través del *Programa de Ayudas a la Investigación* y la incorporación de becas STEM, haciendo un énfasis especial en el colectivo femenino. Destacan también las becas de movilidad internacional (Fundación Carolina, *Fulbright*).
- En **Arte y Cultura** el objetivo es **proteger y salvaguardar el patrimonio artístico y cultural**, promoviendo la conservación y restauración e impulsando el desarrollo local. Las principales iluminaciones han sido la del Monasterio de Guadalupe y el Tribunal Supremo en España y la de la fachada de Cámara Cascudo en Brasil. Respecto a las exposiciones, destaca *El Prado en las Calles* y, por último, la restauración de la estatua de Nathan Hale en Estados Unidos.
- En **Biodiversidad y cambio climático** se busca apoyar la **protección del medio ambiente y la mejora de la biodiversidad** para contribuir activamente a la **lucha contra el cambio climático**. Destaca la reforestación de campos en Chinchilla y Valladolid de 43 hectáreas con más de 25.000 árboles autóctonos dentro del plan *Bosque Defensa-Iberdrola* y el programa MIGRA en España, *Swift City* en el Reino Unido, proyectos en colaboración con *National Fish and Wildlife Foundation* (NFWF) en los Estados Unidos, el proyecto de conservación del Cañón de Fernández en México y el proyecto CORALIZAR en Brasil.
- En el área de **Acción Social**, se contribuye al **desarrollo humano sostenible, apoyando a las personas y colectivos más vulnerables**. Se han concretado más de 100 alianzas en los cinco países con un impacto sobre más de 100.000 personas.
- **Lucha contra el COVID-19**: Desde España, se han invertido 840.000 euros con la elaboración de 112.000 menús solidarios en Madrid y Bizkaia, la donación de 15 ordenadores portátiles y 57 tablets y de mascarillas accesibles para personas con discapacidad. En los Estados Unidos se ha donado un millón de dólares, asociándose con organizaciones nacionales y redes de operación locales y filiales en todo el territorio, así como *American Red Cross*, *Feeding America* y *Americares*. En México, se han donado 1,8 millones de unidades de material sanitario en 19 estados del país, y más de 11.000 paquetes con alimentos y productos de limpieza en 75 comunidades. En Brasil, por su parte, se han invertido 2 millones de reales brasileños para recaudar recursos (alimentos, material de limpieza, etc.) que puedan ayudar a más de 100.000 familias.

📍 Informe de sostenibilidad



Reputación corporativa

Solidez y fortaleza de la marca

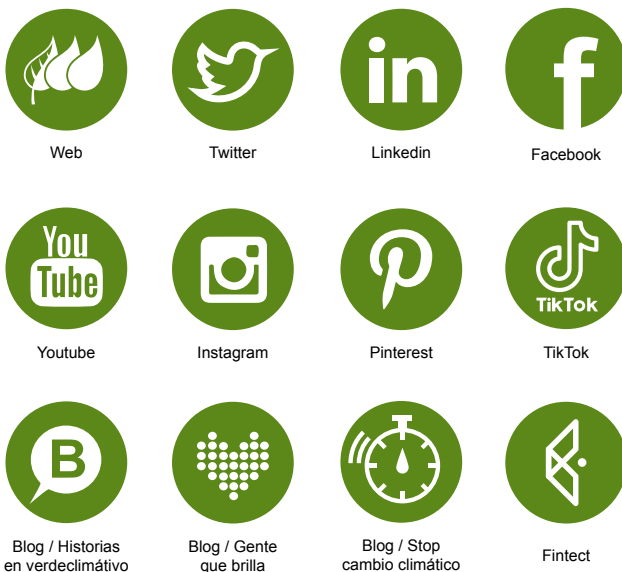
- Gestión de la marca para que transmita la esencia del Propósito del grupo Iberdrola y refleje la estrategia de la compañía de compromiso con el medio ambiente y el Desarrollo Sostenible.
- Consolidación de una marca internacional, reforzando la comunicación y la alineación bajo un mismo posicionamiento de marca en todos los países donde opera la compañía.



Evolución del 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 gran valor, que influye en aspectos tan relevantes como la atracción y retención de talento, la relación comercial con los clientes, la valoración de la compañía en los mercados de capital, la integración en las comunidades donde opera, y, por tanto, en el conjunto del desempeño de la compañía.
- Lo que Iberdrola es en la actualidad, hace, comunica o cómo involucra a sus Grupos de interés provoca en estos últimos juicios, actitudes y comportamientos, que van configurando la reputación global de la compañía, en la que también influye la percepción social del sector eléctrico.
- Por todo ello, Iberdrola gestiona y mide su reputación con un doble objetivo:



Aflorar oportunidades que provoquen comportamientos favorables de los Grupos de interés hacia la empresa.



Minimizar y mitigar los riesgos reputacionales inherentes a la actividad que desarrolla.

- Gestión: La gestión de la reputación se realiza por parte de todas las áreas y negocios de Iberdrola, destacando dos elementos importantes:
 - La gestión proactiva de los Grupos de interés a través de la aplicación del *Modelo de relación con los Grupos de interés*, que permite conocer expectativas y necesidades, analizar riesgos (incluidos los reputacionales) y establecer planes de acción específicos, según se explica al inicio de este apartado.
 - Los planes de comunicación, el *Plan de Desarrollo Sostenible* y numerosas actuaciones específicas de las áreas y negocios de Iberdrola, centradas en cada uno de los ocho GI de la compañía.
- Medición: El seguimiento y medición de la reputación se realiza, a través de: variables procedentes de rankings reputacionales, encuestas entre GI y diferentes índices de sostenibilidad, entre otros; mapas de riesgos reputacionales y la valoración del nivel de impacto del riesgo reputacional.
- Anualmente, Iberdrola revisa y actualiza su *Política marco de riesgo reputacional*, que constituye la principal referencia para el control y gestión de este riesgo. Además, la compañía cuenta con procesos internos que permiten dar respuesta a posibles crisis reputacionales.