





## OBJETO

Establecer los principios que permitan mantener una buena reputación corporativa mediante la gestión excelente de los activos y recursos intangibles y el desarrollo de las actividades de negocio del Grupo Red Eléctrica de manera responsable, fomentando el reconocimiento, el respeto y la confianza de sus grupos de interés para minimizar los riesgos reputacionales y asegurar la perdurabilidad de la compañía.

La atención y cumplimiento de los principios contenidos en esta política contribuyen a alcanzar el propósito de la organización, así como al logro de sus objetivos estratégicos, en coherencia con los valores, principios y pautas de conducta establecidos en el Código Ético y de Conducta del Grupo Red Eléctrica.

## ÁMBITO DE APLICACIÓN

Esta Política es de aplicación a todas las sociedades mayoritariamente participadas del Grupo Red Eléctrica. Es responsabilidad de todas las personas que forman parte del Grupo RE cumplir con esta Política en el ejercicio de sus funciones y responsabilidades, y en todos los ámbitos profesionales en los que representen a la organización.

En aquellas sociedades participadas en las que el Grupo Red Eléctrica no tenga el control efectivo, se promoverán principios alineados con los establecidos en esta Política.

## PRINCIPIOS

- Potenciar relaciones de confianza con los grupos de interés, incluida la sociedad en su conjunto, evidenciando el compromiso del Grupo con su contribución e impacto positivo en la sociedad y asegurando el conocimiento de sus requerimientos y expectativas para mejorar y afianzar la percepción del Grupo de las partes interesadas.
- Impulsar el progreso y bienestar en los territorios en los que la compañía opera, incrementando el impacto social positivo para el desarrollo del entorno y poniendo en valor la contribución de nuestras actividades, con el fin de aumentar la confianza en el Grupo y consolidar una reputación estable y positiva.
- Preservar la reputación del Grupo Red Eléctrica de una manera proactiva mediante la identificación, evaluación, gestión y control de los riesgos reputacionales, de acuerdo con un proceso sistemático, con criterios uniformes y dentro de los niveles de riesgo fijados por la compañía.
- Garantizar que la información proporcionada reúne los criterios más exigentes de calidad, fiabilidad, claridad e integridad, velando porque se cumplan los requisitos previstos en la



legislación aplicable y en las normas corporativas del Grupo, teniendo siempre presentes las mejores prácticas.

- Fomentar el conocimiento y la credibilidad del Grupo por parte de las Administraciones, las instituciones y el entorno social, económico y tecnológico, aplicando prácticas de transparencia, participación y escucha activa.
- Potenciar, entre los grupos de interés, el conocimiento de la actividad del Grupo y su papel clave en los sectores en los que opera, así como las principales iniciativas de distinta índole que la compañía lleva a cabo en los territorios en los que está presente
- Fomentar la transmisión de información de una manera transparente, eficaz y acorde con el interés social a través de los medios de comunicación y de los canales de los que dispone la compañía, garantizando la correcta difusión y accesibilidad a la información.
- Garantizar que todas las marcas del Grupo transmitan el propósito y los valores corporativos y visibilicen su contribución a la generación de valor, afianzando así su reputación.

Esta **Política de Reputación Corporativa** fue aprobada en su edición 1 por el Consejo de Administración el 27 de julio de 2021.