



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN E IMAGEN DE MARCA

DOC Nº: GGR-CO-POL-0002

REVISIÓN: A1

FECHA: 17/12/2024

PÚBLICO

Título	Política de Comunicación e Imagen de Marca
Ámbito de aplicación	Todas las sociedades de Grupo Gransolar, así como otras sociedades con control efectivo
Categoría	Política
Elaborado por	Responsables de Marketing y Comunicación corporativo y de PVH
Fecha de aprobación	17/12/2024
Órgano de aprobación	Consejo de Administración de Grupo Gransolar, S.L.
Versión / Documento que sustituye	N/A
Nueva versión	A1

Histórico de la revisión

Revisión	Fecha (dd-mm-aa)	Elaborado por	Cambios realizados	Revisado por
A1	17/12/2024	Responsables de Marketing y Comunicación corporativo y de PVH	Emitida para información	Dpto. Gobernanza

Aprobaciones

Este documento ha sido aprobado por

Nombre	Versión
CdA 17/12/2024	A1

Índice

- 1. Introducción3
- 2. Finalidad3
- 3. Ámbito de aplicación y alcance.4
- 4. Principios Generales.....4
- 5. Diagrama de Flujo y Responsables.....4
- 6. Comunicación y Sensibilización.....5
- 7. Proceso de revisión y actualización.....5

*El Consejo de Administración de **Grupo Gransolar, S.L.** (En adelante, “**Gransolar**”), como parte de su potestad general e indelegable de desarrollar y aprobar las políticas y estrategias generales de la sociedad, ha aprobado la presente Política (en adelante, la “**Política**”).*

1. Introducción

En Gransolar concebimos las políticas y los procedimientos como fundamentales dentro de nuestra organización, ya que aseguran el cumplimiento de las normas y regulaciones, brindan orientación clara sobre cómo llevar a cabo diferentes tareas y simplifican los procesos internos.

En Gransolar basamos nuestra gestión en la excelencia, dando respuesta a las necesidades de nuestros grupos de interés, aportando valor a la sociedad y buscando la sostenibilidad social, económica y ambiental. Como Miembros Participantes del Pacto Mundial de Naciones Unidas, promovemos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, asumiendo nuestro papel como agente del cambio en materia de sostenibilidad. Más aún, Gransolar defiende el reconocimiento de los Derechos Humanos, adoptando una posición de defensa ante posibles violaciones en los territorios donde operamos, haciendo extensible a todos nuestros Grupos de Interés nuestro Canal de Denuncias.

Más aún, Gransolar está comprometido con los más altos estándares de transparencia y rendición de cuentas, siguiendo una política de tolerancia cero hacia cualquier conducta contraria a lo recogido en nuestras Políticas Corporativas y extendiendo dichos compromisos a todos nuestros grupos de interés. Este compromiso, integrado en todas sus normas internas, se fundamenta en la base de una cultura corporativa firmemente asentada en la sostenibilidad del modelo de negocio y se extiende a todas las operaciones y a la cadena de valor del Grupo.

Gransolar está convencido de su papel como agente principal del cambio. Es por ello, que adoptamos una cultura de “early-adopters” en relación con la nueva normativa que recientemente se está aprobando por parte de la UE, así como las indicaciones, guías y recomendaciones de organismos internacionales reconocidos.

La Política de Comunicación e Imagen de Marca tiene como objetivo establecer el marco y los principios generales de actuación que rigen la comunicación, tanto interna como externa, encaminada a velar por la buena reputación y la percepción positiva de Gransolar y de las empresas que lo componen, manteniendo la coherencia entre los mensajes emitidos en cualquiera de los soportes y canales de la organización.

2. Finalidad

La Política de Comunicación de Gransolar persigue desarrollar las actuaciones de comunicación encaminadas a los siguientes principios generales:

- Fomentar la buena reputación del Grupo transmitiendo unos valores claros, identificables y que pongan en valor a Gransolar en el entorno adecuado, ante los stakeholders o grupos de interés de la empresa, que son los propios de toda la cadena de valor sectorial, manteniendo la coherencia entre los mensajes emitidos a través de todos los canales.
- Poner en valor los productos, servicios y soluciones ofrecidos por el Grupo orientados a los diferentes grupos de interés con fines transaccionales.

- Potenciar la transparencia dentro del Grupo e impulsar el sentimiento de pertenencia de los trabajadores para colaborar activamente en la generación de cultura interna.

3. Ámbito de aplicación y alcance.

La Política de Comunicación es aplicable a todas y cada una de las empresas de Gransolar, tanto en el ámbito nacional como internacional.

El deseo del Grupo de desarrollar esta Política de Comunicación implica que se considera que su cumplimiento es responsabilidad de todos los empleados.

4. Principios Generales

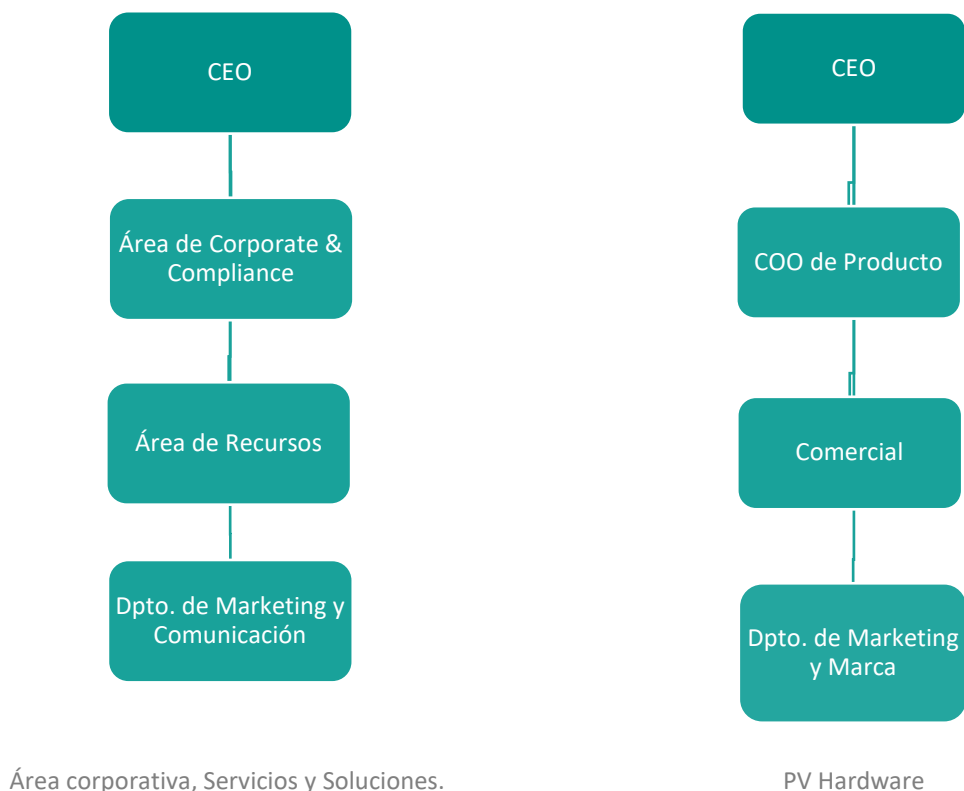
Gransolar debe proyectarse como una empresa referente en el mundo de las energías renovables difundiendo información veraz, clara y contrastable, a través de mensajes y contenidos que proyecten una imagen de honestidad, integridad, transparencia y responsabilidad, comprometida con la sostenibilidad, y alineada con los principios de ESG desarrollados por el Grupo.

Para ello se identificarán las oportunidades de comunicación, evaluando los beneficios y los riesgos de cada una de ellas antes de actuar, no asumiendo en ningún caso acciones de comunicación que pudieran suponer un aumento de su riesgo reputacional.

Internamente, Gransolar debe potenciar el orgullo de pertenencia a una empresa que hace las cosas bien, que es amigable, sana, gestionada por profesionales de prestigio y que, además de ser un referente en su sector, ha conseguido en logros sectoriales importantes.

5. Diagrama de Flujo y Responsables

Las actuaciones en materia de Comunicación e Imagen de Marca son responsabilidad de los departamentos de Marketing y Comunicación Corporativo y de PVH, con los preceptivos reportes a las áreas de las que dependen, respectivamente.



6. Comunicación y Sensibilización

La presente Política será de público acceso a través de las diferentes páginas web de Gransolar y de sus diferentes líneas de negocio. Además, estará a disposición de todos los empleados de la organización en los canales internos pertinentes.

A nuestros empleados se les hará una capacitación regular, donde brindamos formación continua sobre las políticas de comunicación e imagen a todos los empleados, especialmente a los equipos con contacto externo.

Y, por último, una supervisión activa, en la que monitoreamos la consistencia de los mensajes y materiales con la identidad de marca del grupo.

7. Proceso de revisión y actualización

La Política de Comunicación será revisada y actualizada por los responsables de las dos áreas de Comunicación y Marketing en un plazo no superior a tres años, para adaptarla a los cambios que puedan surgir en el modelo de negocio o en el contexto en el que opere la compañía, y propondrá al Consejo de Administración las modificaciones que contribuyan a su desarrollo y mejora continua.



Avda. de la Transición Española 32
Parque Empresarial Omega, Edificio A
28108 Alcobendas (Madrid)

(+34) 917 364 248 | group@gransolar.com