

NUEVA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA, NO FINANCIERA Y CORPORATIVA (RECOMENDACIÓN 4 CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO)

La modificación limitada del Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas, aprobada el pasado junio de 2020, implicó la reforma de una serie de Recomendaciones, entre otras la número 4, cuyo tenor literal es el que sigue:

“Que la sociedad defina y promueva una política relativa a la comunicación y contactos con accionistas e inversores institucionales en el marco de su implicación en la sociedad, así como con los asesores de voto que sea plenamente respetuosa con las normas contra el abuso de mercado y dé un trato semejante a los accionistas que se encuentren en la misma posición. Y que la sociedad haga pública dicha política a través de su página web, incluyendo información relativa a la forma en que la misma se ha puesto en práctica e identificando a los interlocutores o responsables de llevarla a cabo.

Y que, sin perjuicio de las obligaciones legales de difusión de información privilegiada y otro tipo de información regulada, la sociedad cuente también con una política general relativa a la comunicación de información económico-financiera, no financiera y corporativa a través de los canales que considere adecuados (medios de comunicación, redes sociales u otras vías) que contribuya a maximizar la difusión y la calidad de la información a disposición del mercado, de los inversores y demás grupos de interés.”

Por lo tanto, a la ya existente “política de comunicación y contactos con accionistas e inversores institucionales” se añade la recomendación de que las compañías cuenten con una específica “política de comunicación de información económico-financiera, no financiera y corporativa”.

La primera cuestión que surge, en relación con la nueva política de comunicación, es si integrarla en la ya existente o, por el contrario, crear dos políticas distintas. Después de indagar entre nuestros asociados, estas son las conclusiones a las que se ha llegado, a este respecto:

1.- La mayoría de las compañías van a **integrar ambas políticas de comunicación**, ya que el contenido de ambas es muy similar y redactar una nueva política de comunicación económico-financiera, no financiera y corporativa podría replicar, en su gran mayoría, varios de los puntos contenidos en la política de comunicación y contactos con accionistas e inversores institucionales. Por otra parte, el hecho de que esta última deba hacerse pública, no se considera un impedimento.

2.- Sin embargo, algunas compañías, principalmente entidades financieras, van a considerar la aprobación de **dos políticas de comunicación diferenciadas** (incluso tres, de tal forma que la política general relativa a la comunicación de información

económico-financiera, no financiera y corporativa se desglose asimismo en dos: (i) una política, relativa a la comunicación de información económico-financiera y (ii) otra política, relativa a la comunicación de información no financiera y corporativa). La razón de la separación en varias políticas es doble. De un lado, la claridad y comprensión, dado que internamente los distintos departamentos/unidades acuden a las políticas para multitud de cuestiones del funcionamiento diario y cuanto más sencilla y directa sea la política, más sencillo les resulta hallar la información que buscan. Por el contrario, consideran que, si juntan materias, aunque tengan en común que son objeto de comunicación, puede provocar una confusión sobre los sujetos a los que va destinada y, en ocasiones, dificulta la elaboración, por la complejidad y extensión del texto de una única política. Por otro lado, separar ambas políticas permite darles un distinto tratamiento de publicidad y también de tramitación.

Una vez elegida la modalidad integrada o separada, la siguiente cuestión que surge es cuál debe ser el contenido de esta nueva política de comunicación. En estos momentos, todas las compañías se hallan en vías de elaboración de dicho contenido, pero las **líneas fundamentales** serían las siguientes: (i) comunicación externa; (ii) comunicación interna; (iii) sostenibilidad y responsabilidad corporativa; (iv) utilización de canales digitales; (v) registro y archivo de comunicaciones; (vi) uso de redes sociales y, en particular, (vii) las nuevas consideraciones de la CNMV sobre publicación de Información Privilegiada.

A continuación, se ha elaborado un esquema de los **puntos generales** que debería contener la nueva política de información económico-financiera, no financiera y corporativa, que habría que adaptar a la modalidad elegida por la compañía, bien integrada bien separada de la política de comunicación ya existente:

INTRODUCCIÓN

El Consejo de Administración de [*nombre de la compañía*](en adelante “**el Consejo**”), en el marco de su competencia indelegable para determinar las políticas y estrategias de la Sociedad, para dar cumplimiento a lo establecido en Recomendación 4 del Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas, aprobado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores en 2015 y actualizado en junio de 2020, aprueba la presente “Política General de comunicación de información económico-financiera, no financiera y corporativa a través de medios de comunicación, redes sociales u otros canales” (en adelante “**la Política**”).

OBJETO

El objeto de la presente Política es establecer el marco de actuación y definir los principios generales que regirán la comunicación de información económico-financiera, no financiera y corporativa a través de medios de comunicación, redes sociales u otros canales, con la finalidad de asegurar la protección de los inversores y el ordenado funcionamiento del mercado.

Consideraciones respecto a los objetivos de la política y alcance de contenidos:

Los objetivos pueden concretarse por tipología de información, si bien siempre estarán alineados con la misión, visión y estrategias de la compañía:

a) **Objetivos de información económico-financiera, no financiera y corporativa externa:** Los objetivos son dobles en función del sentido en el que se produce:

- **Saliente:**

- i. Proporcionar información adecuada, confiable y puntual a los accionistas, acreedores, proveedores de capital, reguladores y demás grupos de interés, con impacto en el logro y mantenimiento de una buena reputación corporativa.
- ii. Dar a conocer los valores y cultura de la compañía, la información sobre el código de conducta y las responsabilidades relacionadas con su cumplimiento.
- iii. Mostrar la existencia de líneas abiertas de comunicación o canales éticos.

- **Entrante:**

- i. Obtener o recibir información de los grupos de interés externos para identificar tendencias, eventos o circunstancias que puedan afectar al logro de los objetivos de la compañía.
- ii. Nuevamente las líneas anónimas o confidenciales a disposición de clientes, proveedores en general y de servicios externalizados, en particular, pueden asegurar la transmisión de determinada información de interés para la compañía.

a.1.) Contenido de la información económico-financiera externa:

Conviene que incluya y desarrolle el concepto de materialidad de la información cuantitativa y de relevancia para la cualitativa, haga referencia a la aplicación del marco normativo o principios contables de la información financiera y mencione el sistema de control de la misma, en especial para evitar omisiones, errores o falsedades en la información financiera externa y, en particular, el que resulta de aplicación a las estimaciones subjetivas y transacciones complejas.

a.2.) Contenido de la información no financiera y corporativa externa:

Alcanza a los requerimientos de información no financiera establecidos por regulaciones y normas sobre información de gestión, relacionada muchas veces con la eficacia del control interno sobre la información financiera.

a.2.1) *Environmental, Social and Governance (ESG)*

Para contribuir al crecimiento sostenible y fomentar la transparencia y visión a largo plazo de la actividad de la compañía, los objetivos de la política de la divulgación de información relativa a cuestiones ESG incluyen:

- Establecer el alcance de información a divulgar en materia de ESG sobre los productos o servicios de la compañía.
- Comunicar las líneas generales sobre cómo la compañía integra los riesgos ESG (derivados del cambio climático, el agotamiento de recursos, la degradación medioambiental o los problemas sociales) en sus políticas y procesos.
- Cuando la normativa externa lo requiere, incluir medidas de divulgación de los análisis de las potenciales incidencias en materia ESG de sus procesos y productos.
- Mostrar cómo la compañía incorpora factores ambientales, sociales y de gobierno:
 - A nivel de entidad: en la toma de decisiones (por ejemplo, en las de inversión y financiación), en sus políticas de remuneración, en sus comunicaciones y campañas publicitarias.
 - A nivel de producto o servicio: en la información precontractual, en las metodologías utilizadas para determinar las características ESG, que definen al producto o servicio como sostenible, y en su publicidad.

b) **Objetivos de la información económico-financiera, no financiera y corporativa interna:** Con alcance a toda la entidad, apoyan el logro de los objetivos específicos de la compañía de conformidad con sus políticas internas y con las leyes y normas externas y son dobles en función del sentido en que fluye, por los niveles en que se genera y transmite:

- Ascendente: apoyar la gestión de la compañía y la toma de decisiones de la Dirección y el Consejo de Administración, y la supervisión y evaluación de las actividades y el desempeño en general.
- Descendente: trasladar las expectativas del Consejo e instrucciones de la Dirección. Por ejemplo, autorizar a sus empleados el acceso a foros públicos para debatir las actividades, negocios y controles y definir las líneas generales para utilizar estos foros de forma adecuada evitando riesgos para la compañía.

PRINCIPIOS GENERALES

Corresponde al Consejo de Administración/Comisiones la más alta supervisión de la información suministrada a los accionistas, a los inversores institucionales y a los mercados en general, así como de la actividad de contacto y comunicación con los

mismos, tutelando, protegiendo y facilitando el ejercicio de sus derechos e intereses en el marco de la defensa del interés social, todo ello de conformidad con los siguientes principios generales:

- a) Transparencia, veracidad, inmediatez, relevancia, integridad, consistencia, trazabilidad, simetría y respeto del principio de igualdad en la difusión de la información, tanto preceptiva como voluntaria: la información difundida por la sociedad deberá ser completa, clara, objetiva, correcta, veraz, homogénea y simultánea, sin que pueda inducir a error o confusión. Por ello, la sociedad debe canalizar toda la información que puede ser de interés para los accionistas e inversores, favoreciendo la inmediatez de su publicación y la posibilidad de acceso posterior a través de su página web, con objeto de que la transparencia sea el valor prioritario que configura las relaciones de la sociedad con los mercados.

El análisis y entendimiento previo de qué información es necesaria y relevante permitirá acertar respecto a sus fuentes, que deben ser relevantes y de confianza, y respecto a la cantidad y nivel de detalle de la información a divulgar.

- b) Actualización: como el entorno, la regulación y la propia compañía, las necesidades de información también son cambiantes, obligando a su reevaluación y mantenimiento actualizado.

Es conveniente que la política de comunicación incluya medidas de evaluación periódica de la eficacia de la comunicación, que pueden hacerse a través de distintos procesos, por ejemplo, las evaluaciones externas e internas del desempeño, las revisiones anuales de la Dirección y otros programas de *feedback*.

- c) Protección de la información a comunicar según niveles de confidencialidad y autorizaciones de acceso aplicables a la información interna.
- d) Protección de los derechos e intereses legítimos de todos los accionistas.
- e) Implementación de una estrategia general de comunicación de la información económico-financiera, no financiera y corporativa, a través de los canales de información y comunicación previstos en esta Política, que contribuya a maximizar la difusión y la calidad de la información a disposición del mercado, de los inversores y demás grupos de interés.
- f) La difusión pública de información permitirá el acceso rápido, completo, íntegro y correcto a la información publicada.
- g) Se cumplirá con la legislación aplicable y con la normativa interna de [*nombre de la compañía*], así como con los principios de cooperación y transparencia con las autoridades, organismos reguladores y administraciones competentes.

- h) Información privilegiada y otra información relevante: en caso de que la información a publicar se considere información privilegiada u otra información relevante, será puesta en conocimiento de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, dentro de los plazos y de acuerdo con los trámites establecidos en las disposiciones vigentes y con carácter previo a su difusión por cualquier otro medio.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

En la comunicación de la información económico-financiera, no financiera y corporativa se ven implicados todos los niveles de la entidad, incluido el Consejo de Administración, sus Comités, la Dirección y el resto del personal, también por quienes desarrollan funciones de apoyo al negocio y de Auditoría Interna.

Se espera que la política defina las líneas de responsabilidad de cada función, reservando al Consejo de Administración la supervisión del sistema de divulgación y comunicación en general y, en particular, se reserva a cada comité su ámbito particular (auditoría, impacto retributivo, nombramientos, riesgos, medioambiente, sociedad y gobierno, y demás aspectos clave de la compañía) y cuando no se hayan creado estos comités, las funciones relacionadas las desarrollará el propio Consejo.

CANALES GENERALES DE INFORMACION, DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

La compañía selecciona el canal de comunicación relevante, considerando que el método utilizado para comunicarse con el exterior influye en la capacidad de obtener la información necesaria (entrante) y en la capacidad de garantizar que los principales mensajes de la compañía (salientes) son comprendidos y recibidos de forma adecuada.

Comisión Nacional del Mercado de Valores.

xxxxxx

Página web corporativa

xxxxxx

Departamento de Relación con Inversores

xxxxxx

Junta General de Accionistas

xxxxxx

Medios de Comunicación y Redes Sociales

En la difusión de información se podrán utilizar medios de comunicación y redes sociales (en adelante “RRSS”) de amplísima aceptación, distribución, presencia y seguimiento en la Unión Europea.

La difusión pública de información deberá permitir el acceso rápido, completo, íntegro y correcto a la información.

En caso de utilizarse RRSS:

-La información difundida será completa, objetiva, precisa y clara, sin que sea preciso recurrir a fuentes adicionales al mensaje original para su completa comprensión, evitando el lenguaje coloquial o la utilización de adjetivos calificativos o términos superlativos.

- La información se comunicará de modo formal y de forma precisa, no añadiendo ni matizando ninguna información en respuestas o conversaciones que sea esencial para la comprensión de la información.

-En caso de difundirse Información Privilegiada:

- El uso de las redes sociales será complementario a la preceptiva y previa comunicación que deba remitirse a la CNMV. En este sentido, la sociedad deberá tener en cuenta el comunicado difundido por el órgano supervisor el pasado 8 de octubre de 2020 e incluir en su política de comunicación lo que crea conveniente a este respecto.
- El mensaje deberá contener claramente la indicación de que se trata de “Información privilegiada” y deberá quedar separado de cualquier comunicación promocional o de marketing.
- La Información Privilegiada deberá ser remitida a medios de comunicación en los que el público confíe razonablemente, para asegurar su difusión efectiva.

CANAL ÉTICO

El Canal Ético o Canal de Denuncias podrá ser utilizado por accionistas o terceros que acrediten un interés legítimo para comunicar conductas que puedan implicar un incumplimiento del Sistema de gobierno corporativo o la comisión por algún profesional de [*nombre de la compañía*] de algún acto contrario a la legalidad o a las normas de conducta del Código ético.

Las comunicaciones dirigidas al Canal Ético podrán remitirse mediante la cumplimentación de un formulario electrónico que estará disponible en la página web corporativa de la sociedad.

SUPERVISIÓN DE LA POLÍTICA

- (i) La supervisión de la Política es competencia del Consejo, a través de su Comisión de Auditoría.

- (ii) Se establecerá el área/departamento dentro de la Sociedad que sea el responsable de revisar la documentación económico-financiera, no financiera y corporativa, antes de hacerse pública mediante publicación en página web, road-shows (en caso de información financiera), seminarios u otros medios de comunicación.

APROBACION DE LA POLITICA

La presente Política se aprueba por el Consejo de Administración de [*nombre de la compañía*] en [*lugar*], el día [*fecha*].

(20 de noviembre de 2020)