



# Ibermática

## Política de Marketing y Comunicación responsable

SGQ-RSC-MKTCOM





## Control de la documentación

La última versión de este documento está disponible en la Intranet. Si utiliza el documento impreso (documento no controlado) **asegúrese que es la versión vigente y que está completo consultando la lista de documentos vigentes del Sistema de Gestión de la Calidad integrado publicada en la Intranet**

## Participantes

Responsabilidad	Nombre / función
Propietario:	Ibermática S.A.
Desarrollado por:	Oscar Alvaro Méndez / Marketing y Comunicación
Revisado por:	César Saiz Sanz / Asesoría Jurídica Jesús Martín González / Responsable de Calidad y Privacidad. Delegado de Protección de Datos Laura Arranz Rodríguez / Dirección de Marketing y Comunicación
Aprobado por:	Juan Ignacio Sanz / Consejero Delegado

## Memoria

Versión	Fecha aprobación	Cambio producido
01	10/02/2021	Primera versión.



## Contenidos

<b>1. Política de Marketing y Comunicación responsable.....</b>	<b>1</b>
1.1. Alcance.....	1
1.2. Documentos relacionados .....	1
<b>2. Pautas de actuación .....</b>	<b>2</b>
2.1. Alineamiento con los objetivos estratégicos .....	2
2.2. Estilo .....	2
2.3. Veracidad y transparencia .....	2
2.4. Implicación de la plantilla .....	2
2.5. Confidencialidad .....	2
2.6. Cumplimiento normativo .....	2
2.7. Reconocimiento del valor corporativo .....	2
<b>3. Control de aplicación de nuestros compromisos .....</b>	<b>3</b>

## 1. Política de Marketing y Comunicación responsable

En completo alineamiento con nuestros objetivos estratégicos como compañía y con la “conciencia humanista” expresada en uno de nuestros valores, prestamos especial atención y cuidado en garantizar un comportamiento ético y socialmente responsable en todas las actividades de marketing, publicidad y comunicación que desarrollamos.

Dada la gran variedad de públicos a los que nos dirigimos, plantilla nacional e internacional de Ibermática, otras organizaciones de nuestra cadena de valor (clientes, partners o proveedores), mercados, administraciones públicas, medios de comunicación y resto de grupos de interés, observamos y nos comprometemos con unos principios de actuación que nos ayudan en el cumplimiento de esta premisa:

- Estilo responsable.
- Veracidad y transparencia.
- Confidencialidad y protección de datos personales.
- Cumplimiento de la legislación.
- Generación de valor compartido.

Estas pautas se aplican a la totalidad de las actividades, canales y soportes utilizados por Ibermática, tales como intranet, páginas web, publicidad, campañas externas e internas, notas de prensa, publicaciones en redes sociales, documentación comercial, de atención al cliente, comunicados, elementos y materiales de marketing y desarrollo de eventos..

### 1.1. Alcance

Esta política es de aplicación a Ibermática S.A. y a todas las sociedades del Grupo Ibermática (en adelante Ibermática).

### 1.2. Documentos relacionados

- [Listado de Requisitos legales y reglamentarios](#)
- [Norma SGE 21 de Forética](#). Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable.
- Código de Conducta de Ibermática.
- [Guía corporativa de buenas prácticas en el uso de las redes y medios sociales](#).



## 2. Pautas de actuación

### 2.1. Alineamiento con los objetivos estratégicos

Toda la actividad del departamento se alinea con la estrategia corporativa general, buscando facilitar la consecución de los objetivos planteados y la creación de valor para sus grupos de interés, especialmente plantilla, accionistas y sociedad en general.

### 2.2. Estilo

Todas nuestras acciones de marketing, comunicación y publicidad, así como los elementos y materiales empleados, persiguen una adecuada representación de la diversidad, actuando de forma consciente para evitar discriminaciones objetivas desde cualquier perspectiva, abogando por la igualdad de trato y oportunidades para cualquier persona o colectivo, así como por la protección de públicos vulnerables.

### 2.3. Veracidad y transparencia

Tenemos un compromiso absoluto con la veracidad y la precisión en nuestras comunicaciones, sean comerciales o de cualquier otra índole, evitando ambigüedades, con el objetivo de construir una imagen de organización y de nuestra oferta honesta y confiable.

### 2.4. Implicación de la plantilla

La plantilla de Ibermática se compromete a actuar conforme a los valores de la compañía y, en los casos en que deba responder a interpelaciones externas, en consonancia con nuestros principios de actuación responsable. Todas las personas que forman parte de la organización deben actuar en estos casos como embajadoras de la marca y de su buena reputación, apoyándose en el Departamento de Marketing y Comunicación para sus presentaciones y/o exposiciones públicas.

### 2.5. Confidencialidad

A excepción de campañas, publicidades y, en general, todas aquellas acciones de carácter público o masivo, las comunicaciones internas y externas se entenderán como confidenciales y acotadas a sus destinatarios, observando la normativa legal aplicable y, en especial, las regulaciones de protección de datos de carácter personal y los comportamientos éticos pertinentes.

### 2.6. Cumplimiento normativo

Ibermática se compromete a respetar escrupulosamente las legislaciones de todos los mercados en los que opera. En todos los casos los datos personales de nuestros interlocutores se obtendrán y custodiarán de forma responsable, de acuerdo a la legalidad vigente en cada momento. Nunca se antepondrán compromisos o prioridades corporativas a la obligatoriedad de cumplir la legislación (estatal o local) así como la normativa internacionalmente acordada.

### 2.7. Reconocimiento del valor corporativo

La compañía es consciente de que su participación en el tejido social y económico genera un impacto del que debe hacerse responsable, por lo que toda comunicación, y en especial la ejecutada desde el campo de la publicidad y el marketing, se orientará a facilitar la máxima comprensión por parte de la ciudadanía del impacto positivo que causa su presencia en los distintos territorios en los que está presente. El objetivo debe ser actuar y presentarse como una entidad socialmente modélica, capaz de mitigar cualquier potencial impacto negativo derivado de su actividad empresarial.

### 3. Control de aplicación de nuestros compromisos

Esta política, aprobada por el Consejero Delegado de Ibermática, está bajo el marco de actuación del Código de Conducta, al que desarrolla en lo que a marketing, comunicación y publicidad se refiere. Para el uso de las redes y medios sociales, además de esta política y el mencionado código, se debe consultar la Guía corporativa de buenas prácticas en el uso de las redes y medios sociales.

La presente Política de Marketing y Comunicación responsable está disponible, tanto en la Intranet Corporativa (espacio específico para Responsabilidad Social Corporativa dentro de la página Q) como en el espacio Transparencia de la página web corporativa [www.ibermatica.com](http://www.ibermatica.com), mientras que la Guía corporativa de buenas prácticas en el uso de las redes y medios sociales se puede consultar en la Intranet Corporativa (apartado Normativa) de Ibermática.

Todas las personas que forman parte de Ibermática están obligadas al conocimiento, aceptación y cumplimiento de esta política. Para ello, se realizarán las acciones de información, formación y sensibilización internas necesarias.

La supervisión del cumplimiento corresponde al Departamento de Marketing y Comunicación, así como al resto de direcciones, quienes constituyen la primera línea de defensa y prevención del riesgo de incumplimiento de esta política. El procedimiento para la recepción, tratamiento, resolución y custodia de evidencias de posibles incumplimientos se especifica en el procedimiento general de Control de la aplicación del Código de Conducta y del Comité Compliance.

Esta política forma parte del Sistema de Gestión de Responsabilidad Social Corporativa de Ibermática, y está sometida a auditoría externa por una entidad de certificación acreditada e independiente.



Ibermática  
SOCIEDAD ANÓNIMA