



## **POLÍTICA DE RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS**

---

**Política de Relaciones con los Grupos de Interés en Alberta Norweg 2.0.**

**MAYO/2020**

La Dirección de Alberta Norweg tiene atribuida la competencia de diseñar, evaluar y revisar con carácter permanente aprobar y actualizar las políticas corporativas, que desarrollan los principios reflejados en el Propósito y Valores de Alberta Norweg y las demás normas.

El Propósito y Valores de Alberta Norweg y las distintas políticas corporativas –en especial las de desarrollo sostenible– expresan la orientación de la organización a la **creación de valor sostenible para los Grupos de interés** relacionados con su actividad empresarial y su realidad institucional con arreglo a los compromisos asumidos en el Código ético.

La Sociedad considera que no es posible alcanzar el interés social y desarrollar un modelo de negocio responsable y sostenible, **sin una fuerte involucración de sus Grupos de interés**, que se definen como aquellos colectivos y entidades que, con sus decisiones y opiniones, influyen en Alberta Norweg y, al mismo tiempo, se ven afectados por las actividades que la organización desarrolla.

La organización asume el compromiso de hacer partícipes a todos sus Grupos de interés los resultados debidos a sus actividades, entendido este como la **aportación de valor de forma sostenible**, incluyendo el impulso de las comunidades empresariales en las que Alberta Norweg participa, tanto desde el punto de vista económico como desde la perspectiva de la ética empresarial, la promoción de la igualdad y la justicia, el fomento de la innovación y el cuidado del medioambiente, así como mediante la generación de empleo de calidad y el liderazgo en la lucha contra el cambio climático.

Alberta Norweg contribuye directamente con aportaciones a Voluntariados y Organismos Solidarios, aportando y compartiendo a todos los Grupos de interés, en los ámbitos económico, social y medioambiental y, en particular, su contribución a la consecución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (“ODS”) aprobados por la Organización de las Naciones Unidas.

Asimismo, los Grupos de interés tienen un papel protagonista en la reputación corporativa, dado que esta se entiende como el conjunto de percepciones que tienen sobre la empresa los diversos Grupos de interés. Estas percepciones son muy relevantes ya que determinan las decisiones de inversión, contratación o recomendación por parte de los Grupos de interés, lo cual **afecta directamente a la sostenibilidad a largo plazo de una empresa**.

En línea con lo anterior, uno de los principios básicos de la Política marco de riesgo reputacional es gestionar proactivamente los Grupos de interés con el objetivo de integrar sus expectativas en la gestión del Grupo y mitigar los riesgos asociados, todo ello a través del Modelo global de relación con los Grupos de interés de Alberta Norweg (el “Modelo”) descrito en el punto 5 de esta Política.

Además, una gestión adecuada de los Grupos de interés contribuye decisivamente a la consecución de la finalidad de la Política de respeto de los derechos humanos, consistente en formalizar el compromiso del Grupo con los derechos humanos y laborales reconocidos en la legislación nacional e internacional, así como definir los principios generales que aplicará la organización para la debida diligencia en materia de derechos humanos.

## 1. Finalidad

Esta Política de relaciones con los Grupos de interés (la “Política”) regirá, de forma general, las relaciones de la organización con sus Grupos de interés en todas sus actividades y operaciones, con el fin de:

- a. Seguir impulsando la involucración de los Grupos de interés en el proyecto empresarial de Alberta Norweg, a través de una estrategia de **fuerte implicación con las comunidades en las que opera** y de la creación de valor sostenible para todos ellos.

- b. Seguir **dando respuesta** a los intereses legítimos de los Grupos de interés con los que la empresa interactúa.
- c. Seguir generando confianza entre los Grupos de interés, para construir **relaciones duraderas, estables y robustas**.
- d. Contribuir con todo ello a preservar la reputación corporativa en los diferentes países y negocios en los que Alberta Norweg desarrolla su actividad. No obstante lo anterior, la Dirección podrá aprobar otras políticas corporativas dirigidas a Grupos de interés específicos.

## 2. Grupos de interés de Alberta Norweg

La cadena de valor configurada por las actividades desarrolladas por Alberta Norweg hace que los Grupos de interés sean muy numerosos. Por ello, a los efectos de esta Política, los Grupos de interés se agrupan en las siguientes categorías:

- a. Equipo humano: personas
- b. Comunidad financiera.
- c. Organismos reguladores.
- d. Clientes.
- e. Proveedores.
- f. Medios de comunicación.
- g. Sociedad en general.
- h. Medioambiente.

Estos Grupos de interés se subdividen, a su vez, en otras categorías, los Subgrupos de interés, integradas por distintos colectivos y entidades, lo que permite adaptar la gestión de las relaciones a realidades, necesidades y expectativas específicas y locales.

## 3. Responsabilidades en la gestión de las relaciones con los Grupos de interés

Desde el punto de vista de gobierno corporativo, la Dirección tiene atribuida la competencia de aprobar y aplicar esta Política y de diseñar, aprobar y supervisar la estrategia general de relaciones con los Grupos de interés, velando por su adecuada coordinación.

Para ello, la Dirección promueve las mejores prácticas en esta materia.

Conforme a la estructura organizativa, las personas son las responsables de implementar la estrategia relativa a las relaciones con sus Grupos de interés y al Modelo, así como de mantener el trato e interlocución directa con sus diferentes Grupos de interés.

## 4. Principios básicos

Alberta Norweg asume y promueve los siguientes principios básicos para involucrar y establecer relaciones de confianza con sus Grupos de interés:

- a. **Responsabilidad:** Actuar con responsabilidad y construir relaciones basadas en la ética, la integridad, el desarrollo sostenible, el respeto a los derechos humanos y a las comunidades afectadas por las distintas actividades de la organización.

- b. **Transparencia:** Asegurar la transparencia en las relaciones, y en la comunicación financiera y no financiera, compartiendo información veraz, relevante, completa, clara y útil.
- c. **Escucha activa:** Practicar la escucha activa, impulsando la comunicación bidireccional y efectiva, y el diálogo directo, fluido, constructivo, diverso, inclusivo e intercultural.
- d. **Participación:** Favorecer la participación de los Grupos de interés en todas las actividades de Alberta Norweg, promoviendo procesos de consulta voluntarios o canales de interacción similares.
- e. **Consenso:** Trabajar orientados hacia el consenso con los Grupos de interés, especialmente con las comunidades locales y con los pueblos indígenas, tomando en consideración sus puntos de vista y expectativas.
- f. **Colaboración:** Impulsar la colaboración con los Grupos de interés, con el fin de contribuir al cumplimiento del Propósito y Valores de Alberta Norweg y a la consecución de los ODS.
- g. **Mejora continua:** Perseguir la mejora continua, revisando periódicamente los mecanismos de relación con los Grupos de interés para asegurar que responden, de la forma más eficiente posible, a las necesidades de cada momento.

## 5. Modelo global de relación con los Grupos de interés

Alberta Norweg sigue las indicaciones del estándar internacional AA1000 de AccountAbility para dar cumplimiento a esta Política. El Modelo recoge los principios y proporciona las directrices para, por un lado, asegurar que las relaciones con los Grupos de interés se llevan a cabo de forma homogénea y, por otro, para establecer los mecanismos necesarios que garanticen que los Grupos de interés tienen capacidad suficiente para relacionarse con la organización. Las principales características del Modelo son las siguientes:

- a. Sirve como guía para llevar a cabo la **segmentación de los Grupos de interés**, la identificación de Subgrupos de interés y la priorización de estos últimos, en función del impacto y la capacidad de influencia del Grupo en ellos, así como de estos en la organización.
- b. Recoge las pautas para asegurar que los Grupos de interés, tengan la capacidad suficiente para comunicarse con Alberta Norweg, a través de la evaluación periódica de **los canales disponibles** y sus características (número, tipología y frecuencia de uso) por parte de las personas responsables de los mismos. Los canales están en permanente evolución para adaptarse a las necesidades y realidades de cada momento y para maximizar su eficacia en el establecimiento de relaciones cercanas, robustas y duraderas.
- c. Proporciona las pautas para identificar y priorizar los asuntos relevantes (necesidades y expectativas) para cada Grupo de interés, así como para **identificar y gestionar los riesgos y las oportunidades** asociadas a estos asuntos relevantes, poniendo todo ello en relación con la contribución de Alberta Norweg a la consecución de los ODS. En el caso de los riesgos, la gestión depende de su valoración en términos de probabilidad, impacto y la existencia de riesgos reputacionales asociados.
- d. Contiene las principales directrices para diseñar y monitorizar los planes de acción que, por un lado, den respuesta a los asuntos relevantes para los Grupos de interés en función de la valoración de sus riesgos y oportunidades y, por otro, mejoren la comunicación y las relaciones con ellos.
- e. Permite conocer los impactos de las actuaciones en relación con los Grupos de interés, maximizando los impactos positivos y mitigando aquellos que resulten negativos.

- f. Identifica tendencias futuras en relación con las expectativas de los Grupos de interés, así como buenas prácticas para ser compartidas por toda la organización.

Para implementar el Modelo, las personas de la organización son responsables y tienen como función extender y aplicar correctamente el mismo.

Asimismo, el grupo de trabajo global denominado Alberta Norweg Stakeholders' Hub y el Comité Corporativo de Desarrollo Sostenible y Reputación de la Sociedad evalúan la implementación del Modelo y los resultados del proceso.

Por lo que se refiere al proceso de divulgación de los resultados de las relaciones de la organización con sus Grupos de interés, este se realiza, principalmente, a través de la estrategia de comunicación, de la página web corporativa-yammer y de la presencia en las redes sociales de la Sociedad, así como de los diferentes elementos de reporting, entre los que destacan el estado de información no financiera y el informe integrado.

Esta política de Relaciones con los Grupos de Interés fue aprobada en mayo 2020.

**D. Santiago José de Taranco Carvajal**, mayor de edad, que actúa en nombre de ALBERTA NORWEG, 2.0 S.L.P.U. Sociedad Colegiada en el CTAV90346 con C.I.F. B.98306012, domiciliada C/ Antigua Senda de Senent, 11 bajo izda, 46023, Valencia.

Valencia, mayo de 2020



**ALBERTA  
NORWEG 2.0, S.L.**  
C.I.F. B98306012

en representación de Alberta Norweg 2.0 S.L.P

**NOTA LEGAL:** En cumplimiento de la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI-CE), así como lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos y demás legislación concordante, le informamos de que sus datos personales figuran en un fichero automatizado cuya responsabilidad es de ALBERTA NORWEG 2.0 S.L.P.U. con dirección postal a efecto de notificación en C/ ANTIGUA SENDA SENENT Nº 11 CP46023-VALENCIA. Los datos personales que existen en nuestro poder están protegidos por nuestra Política de Privacidad y serán tratados con la finalidad de atender su solicitud de información o contacto, así como mantenerle informado de nuestros productos y servicios, actuales o futuros. Los datos no se cederán a terceros salvo en los casos en que exista una obligación legal. Para ejercer sus derechos de acceso, rectificación, oposición, limitación, supresión y/o portabilidad debe enviar un correo electrónico a [info@albertanorweg.com](mailto:info@albertanorweg.com) indicándonos la opción a realizar.