



SISTEMA DE GESTIÓN DE COMPLIANCE (SGC)

Política de Uso de Redes Sociales

ELABORADO POR	
Comité de Cumplimiento	03/2024
REVISADO POR	
Comité de Cumplimiento	03/2024
APROBADO POR	
Consejo de Administración	
VERSIÓN	V. 01
CÓDIGO	PO – 06

VERSIÓN	V.01
CÓDIGO	PO – 06

ÍNDICE

1. DEFINICIONES.....	3
2. INTRODUCCIÓN, FINALIDAD Y OBJETIVOS	3
3. ÁMBITO DE APLICACIÓN	3
4. REGULACIÓN	4
5. NORMAS DE USO.....	4
6. INFORMACIÓN QUE NUNCA DEBE COMPARTIRSE	6
7. FORMACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN	6
8. DILIGENCIA DEBIDA RELATIVA A LOS PROFESIONALES DE NUEVA INCORPORACIÓN.	7
9. APROBACIÓN	7
10. COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN	7
11. ENTRADA EN VIGOR Y VIGENCIA	7
12. COMUNICACIÓN DE DUDAS E INCUMPLIMIENTOS.....	7
13. INCUMPLIMIENTO DE LA PRESENTE NORMA	7
14. CONTROL DE VERSIONES	9

VERSIÓN	V.01
CÓDIGO	PO – 06

1. DEFINICIONES

Canal Ético/Canal de Denuncias: Cauce mediante el cual, tanto los Profesionales de la Organización como otros terceros que se relacionen con la misma, podrán comunicar sospechas de conductas contrarias, irregulares, no alineadas o que impliquen una violación, infracción o incumplimiento de la legalidad vigente, del Código Ético o de la normativa interna de la Organización.

Colaborador: persona que sin ostentar la condición de persona trabajadora o, de algún modo, sin formar parte de la plantilla de la Organización, obra o tiene virtud de obrar en nombre de esta. A modo enunciativo, pero no limitativo: agentes, distribuidores, asesores externos o socios de negocios.

Organización: ENERGÍA INNOVACIÓN Y DESARROLLO FOTOVOLTAICO S.A. (EIDF SOLAR)

Profesionales: Son todos los miembros de la Organización, desde la Dirección y el Órgano de Administración, hasta las personas trabajadoras, pasando por los mandos intermedios y los cuerpos de gerencia.

Stakeholders: También denominados como “partes interesadas”, los *stakeholders* son todas aquellas personas u organizaciones que constituyen el público de interés para la Organización, es decir, que se relacionan con las actividades y decisiones de la misma, tales como personas trabajadoras, personal directivo, propietarios, accionistas, clientela, proveedores, acreedores, competidores, bancos y entidades financieras, medios de comunicación, Gobierno, organismos y Administraciones Públicas, ONGs, sindicatos, colaboradores, *partners*, socios de negocio, etc. Siguiendo la terminología de las Normas UNE/EN/ISO, son las personas u organizaciones, externas o internas, que puedan afectar, verse afectadas o percibirse como afectadas por una decisión o actividad de la Organización.

2. INTRODUCCIÓN, FINALIDAD Y OBJETIVOS

La presente “Política de uso de RRSS” se configura como la norma fundamental de la Organización en materia de gestión y control de contenidos en Redes Sociales.

Esta norma ha sido aprobada en consonancia con los principios, valores y normas de conducta recogidos en el Código Ético.

El objeto de la presente Política es el establecimiento de las pautas de comportamiento y actuación en el uso de las distintas herramientas de comunicación digital disponibles.

3. ÁMBITO DE APLICACIÓN

La presente norma resulta de aplicación y obligado cumplimiento para todos los Profesionales de la Organización o colaboradores que creen o contribuyan en blogs, wikis, Redes Sociales, foros o cualquier otro tipo de comunidad o foro digital, con independencia de:

- Su ubicación geográfica.
- Las funciones realizadas.
- El rol o posición jerárquica ostentada en el seno de la Organización.

VERSIÓN	V.01
CÓDIGO	PO – 06

4. REGULACIÓN

Las redes sociales han cambiado durante la última década la forma en que nos comunicamos. La Organización se ha adaptado a estos canales digitales abriendo páginas y cuentas desde las que difunden su propio contenido, establecen contacto con usuarios y mantienen su relación con clientela y empresas proveedoras.

Para conseguir mayor audiencia y prestigio de marca, es necesario que sean relevantes y tengan una gran cantidad de seguidores. Su éxito depende en gran medida de todos los que forman parte de la Organización, ya sea siguiendo las cuentas de la empresa, enviando a las personas responsables de comunicación información interesante para compartir o promoviendo interacciones en las publicaciones.

5. NORMAS DE USO

Con el objetivo de hacer más efectiva la política de comunicación y proteger la reputación de la compañía y de todas las personas que trabajan en ella, la Organización establece las siguientes normas de uso, divididas en dos áreas:

- Cuentas oficiales de la empresa

Es responsabilidad de la persona responsable del departamento de Comunicación crear, analizar, entender y direccionar contenido de calidad y relevante para el público objetivo. En consecuencia, se debe contactar con esta para **aportar contenido**. Si se tiene alguna información, fotos o vídeos que se pueda considerar interesante difundir, se deben enviar a la persona responsable del departamento Comunicación para que valoren su publicación en la página oficial de la Organización.

- Cuentas personales de persona trabajadoras

En la Organización respetamos y garantizamos el derecho a la libertad de expresión de todas nuestras personas trabajadoras, por lo que no interferiremos en modo alguno en las manifestaciones que se realicen desde cuentas que no tengan carácter profesional.

En todo caso, la participación del personal de la Organización desde sus redes sociales puede tener un gran impacto en el buen nombre de esta e influir de manera negativa, aunque también positiva, en el éxito de las páginas oficiales y de las propias empresas que conforman la Organización.

Así pues, las manifestaciones que se realicen desde esas cuentas no deberán constituir un perjuicio para la credibilidad, el buen nombre o la reputación de la Organización por lo que recomendamos actuar de conformidad con las siguientes directrices:

1. Actuar responsablemente

Las redes sociales deben usarse con prudencia y no tener un impacto significativo durante la jornada de trabajo.

VERSIÓN	V.01
CÓDIGO	PO – 06

2. Respeto a la audiencia

No se deben realizar comentarios que atenten contra la dignidad de las personas, su etnia, creencia religiosa, ideología política, raza, nacionalidad, orientación sexual o cualquier otra particularidad que pueda considerarse discriminatoria en forma alguna.

3. Los comentarios y publicaciones son a título individual

Los comentarios u opiniones que se publiquen serán de carácter individual. Si se escribe sobre la Organización, un competidor o temas relacionados con nuestro sector, se debe usar el nombre real y ser honesto al respecto de la actividad profesional desarrollada.

En el supuesto de opiniones de tipo ideológico, político, religioso o de similar índole, debe de quedar absolutamente claro en cada momento que esas alegaciones pertenecen a la persona que las realiza, sin que puedan vincularse directa o indirectamente, en modo alguno, con la organización.

4. Ser respetuoso

Usar el sentido común y aplicar las mismas reglas de cortesía y comportamiento del mundo *offline* al mundo *online*. Adoptar siempre una actitud respetuosa, tranquila y cordial con todos los usuarios, evitando comentarios negativos, comunicaciones comerciales no solicitadas (*spam*) y observaciones que puedan resultar ofensivas o no estén directamente relacionadas con la publicación original.

5. Respetar los derechos de terceros

Los contenidos que se publiquen deben respetar de forma escrupulosa los derechos de propiedad intelectual, imagen, intimidad y derecho al honor de terceros con especial mención a los contenidos audiovisuales.

6. No difundir nunca información incorrecta o engañosa

Pedir permiso para compartir conversaciones e imágenes de otras personas y asegurarse que la información que se va a difundir no es confidencial. Antes de publicar sobre los competidores, asegurarse de conocer en detalle los hechos, tener el permiso del superior jerárquico y que el comentario sigue el resto de las pautas recogidas en este documento.

7. Uso de logotipos

Las imágenes, diseños y logotipos asociados a la Organización, representan los valores fundamentales de la empresa y deben usarse sólo cuando se disponga de autorización expresa y que conste por escrito.

8. Protegerse a uno mismo y a la empresa

Lo que se publica *online* no tiene fecha de caducidad. Se debe ser cuidadoso respecto a lo que se comparte u opina. El entorno digital genera una falsa sensación de anonimato e invulnerabilidad. Muchas personas usuarias usan estos canales digitales para canalizar su odio

VERSIÓN	V.01
CÓDIGO	PO – 06

y frustración. Por estos motivos, es muy difícil respetar estas pautas al participar de una discusión *online* polémica con opiniones polarizadas. En la medida de lo posible, evitar intervenir en este tipo de debates.

9. Manejar las crisis con la persona responsable del departamento de Comunicación

Si otras personas usuarias o la empresa son atacadas, uno no se debe poner a la defensiva durante una conversación ni abandonarla abruptamente. Antes de responder, se debe contactar con la persona responsable del departamento de Comunicación para informarle, quien proporcionará asesoramiento sobre el asunto y/o cerrará la conversación de forma educada para proteger la reputación de la persona trabajadora y la de la Organización.

6. INFORMACIÓN QUE NUNCA DEBE COMPARTIRSE

- **Datos, cifras del negocio o cualquier otra información que pueda ser considerada como secreto empresarial.**

Información financiera, estrategias empresariales, proveedores, previsiones y cualquier otro dato o cifra de negocio que no se haya hecho pública por otra vía.

- **Información personal**

Nunca se debe compartir *online* la información personal de otras personas trabajadoras, empresas proveedoras, clientela o competencia.

- **Contenidos propiedad de otra persona**

No publicar contenido de terceros sin su autorización. Esto incluye música, documentos, fotografías o diseños con derechos de autor, pero también cualquier otro contenido recibido de otra persona a través de una forma de comunicación privada.

7. FORMACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Los principios y reglas recogidos en la presente norma serán incluidos dentro de los contenidos de los planes formativos que se lleven a cabo en el seno de la organización.

Estas acciones tendrán la finalidad de formar, concienciar y sensibilizar a los Profesionales, con el objetivo de impulsar a nivel interno una cultura de respeto a la legalidad vigente, al Código Ético y a la normativa interna de la Organización.

En última instancia, esto redundará de manera muy positiva en el funcionamiento interno de la propia Organización, en el correcto desarrollo de los procesos, en la mejora de la competitividad, en el aumento de la transparencia y, especialmente, en el mantenimiento, consolidación y fortalecimiento de la imagen, marca y reputación corporativas, garantizando la confianza de los Profesionales, empresas proveedoras, clientela y demás *stakeholders*.

VERSIÓN	V.01
CÓDIGO	PO – 06

Además de las actividades formativas mencionadas, la Organización podrá emprender otras acciones de formación, concienciación y sensibilización, tales como publicaciones en la Web, emisión de comunicados internos, incorporación en el tablón de anuncios, etc.

8. DILIGENCIA DEBIDA RELATIVA A LOS PROFESIONALES DE NUEVA INCORPORACIÓN

En aplicación de la presente norma, la Organización asume el compromiso de informar al personal de nueva incorporación de la existencia de la misma, de su contenido y de la obligatoriedad de su cumplimiento.

9. APROBACIÓN

La presente norma es aprobada por el Consejo de Administración de **ENERGÍA INNOVACIÓN Y DESARROLLO FOTOVOLTAICO S.A. (EIDF SOLAR)**.

10. COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

Sin perjuicio de lo establecido anteriormente para los Profesionales de nueva incorporación, la presente norma se comunicará y difundirá con carácter anual a los Profesionales de la Organización, mediante su distribución digital o física (envío por correo electrónico, emisión de comunicados internos, incorporación en el tablón de anuncios, etc.).

11. ENTRADA EN VIGOR Y VIGENCIA

La presente norma entra en vigor y está vigente desde el día siguiente al de su comunicación y difusión a los Profesionales de la Organización, de acuerdo con lo previsto en el apartado anterior.

12. COMUNICACIÓN DE DUDAS E INCUMPLIMIENTOS

Los Profesionales de la Organización deberán comunicar a través del Canal Ético (<https://centinela.lefebvre.es/public/concept/2110719?access=yC%2fGv7KhLTU782MNb%2bQDsayT01BODJ273DUKwhCo1Yc%3d>) cualquier violación, infracción o incumplimiento de la presente norma, lo que dará lugar a la incoación de un expediente de investigación, destinado al esclarecimiento de los hechos.

Asimismo, los Profesionales de la Organización también podrán hacer uso de este Canal para plantear cualquier tipo de duda o cuestión relativa a la aplicación o al contenido de la presente norma.

VERSIÓN	V.01
CÓDIGO	PO – 06

13. INCUMPLIMIENTO DE LA PRESENTE NORMA

La violación, infracción o incumplimiento de la presente norma dará lugar a la aplicación del Régimen Disciplinario, en concordancia con lo establecido en el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores y en el Convenio Colectivo aplicable.

Lo anterior se entiende sin perjuicio de las posibles responsabilidades civiles o penales que pudieren derivarse.

VERSIÓN	V.01
CÓDIGO	PO – 06

14. CONTROL DE VERSIONES

VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
1.0	18/03/2024	VERSIÓN INICIAL