

POLÍTICAS

Política de Marketing y Publicidad Responsable

RESPONSABLE:
DIRECCIÓN DE
MARKETING
Y CANAL DIGITAL



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Contexto	4
1.2. Marco Normativo	4
1.3. Documentación relacionada.....	4

2. POLÍTICA DE MARKETING Y PUBLICIDAD RESPONSABLE 4

2.1. Objetivo de la política	4
2.2. Ámbito de aplicación de la política	4
2.3. Principios básicos.....	4
2.4. Compromiso con los grupos de interés.....	5
2.5 Difusión, conociemito y utilización	6
2.6 Responsable de la política.....	6

3. APROBACIÓN 6

Control de Versiones

VERSIÓN	CAUSA DEL CAMBIO	RESPONSABLE	FECHA DEL CAMBIO	FECHA APROBACIÓN ÓRGANO DE GOBIERNO
1	CREACIÓN	DIRECCIÓN DE MARKETING Y CANAL DIGITAL	18/02/2026	24/03/2026

1. INTRODUCCIÓN.

1.1. Contexto.

Mutualidad desarrolla su actividad en un entorno en el que **la transparencia, la claridad y la responsabilidad en la comunicación** son cada vez más relevantes. La forma en que una organización se comunica con sus públicos de interés influye directamente en la percepción de su credibilidad y en la confianza que genera.

En coherencia con su propósito y valores corporativos, Mutualidad entiende que la **actividad de marketing y publicidad** debe alinearse con los principios que rigen el conjunto de su actuación. Por ello, resulta conveniente contar con un marco común que oriente estas actuaciones y garantice criterios homogéneos y de responsabilidad en las comunicaciones comerciales.

1.2. Marco normativo.

La normativa que ha servido de base para el desarrollo de esta política es la siguiente:

- Ley 34/1988, General de Publicidad.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.
- Directiva (UE) 2024/825.
- B Lab Standards V2.1.

1.3. Documentación relacionada.

- Código Ético y de Conducta.
- Política de Sostenibilidad.
- Política de Derechos Humanos.
- Manual de procedimiento para la generación y envío de campañas comerciales.
- Guía de elaboración de políticas comerciales.
- Decálogo contra el Greenwashing.

2. POLÍTICA DE MARKETING Y PUBLICIDAD RESPONSABLE.

2.1. Objetivo de la política.

El propósito de esta política es formalizar el compromiso de la organización con una comunicación comercial responsable, asegurando que todas las acciones de marketing y publicidad se desarrollen con criterios de **veracidad, claridad, proporcionalidad y ética**.

A través de su aplicación, se busca fortalecer la confianza de los mutualistas y de la sociedad en general, al tiempo que se establece un marco de referencia que oriente el diseño y la ejecución de campañas publicitarias responsables, alineadas con los valores corporativos.

2.2. Ámbito de aplicación de la política.

Esta política se aplica a toda la **comunicación comercial, publicitaria y de relaciones públicas de la organización**. Incluye campañas publicitarias en medios, redes sociales, materiales promocionales, mensajes comerciales a mutualistas y público en general, así como cualquier otra acción de marketing que pueda influir en los grupos de interés de la entidad.

Es de cumplimiento obligatorio para todos los empleados, directivos, agencias, proveedores y colaboradores que participen en la preparación, validación o difusión de estas comunicaciones.

El cumplimiento de esta política **se verificará dentro de los procesos habituales** de aprobación de campañas, revisiones creativas y contrataciones con agencias o proveedores, **de forma ágil y proporcionada**.

2.3. Principios básicos.

Todas las acciones de marketing y relaciones públicas deberán cumplir con los siguientes principios, aplicándolos **de forma proporcional** según la naturaleza y el alcance de cada acción o canal.

Antes de difundir cualquier mensaje o material publicitario, se realizará una **revisión interna** para comprobar que cumple esta política. Esta revisión

podrá integrarse en los procesos habituales de aprobación de campañas y servirá para confirmar que los contenidos sean **veraces, respetuosos, transparentes y proporcionados**. En el caso de campañas gestionadas con agencias externas, bastará con contar con la **confirmación contractual o documental** de que conocen y cumplen esta política.

- **Veracidad y precisión:** todas las afirmaciones sobre la empresa, sus productos o servicios deberán basarse en información objetiva, datos contrastables o fuentes fiables. Las afirmaciones sobre el impacto social, ambiental o de buena gobernanza de Mutualidad deben basarse en información objetiva y respaldada por datos fiables o científicos de fuentes reconocidas internas o externas.
- **Proporcionalidad:** los mensajes reflejarán de forma adecuada el alcance real de nuestras acciones e impactos, evitando exageraciones o promesas que no podamos sostener.
- **Transparencia:** las comunicaciones mostrarán con claridad los beneficios y limitaciones relevantes de los productos y servicios. Si existieran posibles impactos negativos, se informará de forma comprensible.
- **Ética y respeto:** no se usarán mensajes que resulten discriminatorios, ofensivos o que perpetúen estereotipos negativos por razón de género, edad, cultura, religión, orientación sexual, condición física o cualquier otra característica personal o social. Se asegurará una comunicación accesible, respetuosa y transparente, especialmente con públicos vulnerables, evitando prácticas manipuladoras, engañosas o invasivas.
- **Lenguaje claro y accesible:** la información se presentará de manera simple y comprensible, adaptada al nivel general de conocimiento del público y en el idioma que corresponda.
- **Cumplimiento normativo:** todas las prácticas publicitarias se ajustarán a la legislación vigente en materia de consumo, competencia, publicidad y protección de datos.

2.4 Compromisos con los grupos de interés.

Con los mutualistas.

- Garantizar que la información sobre productos y servicios sea clara, comprensible y verificable.
- Evitar mensajes engañosos, incompletos o que puedan inducir a error.
- Basar todas las afirmaciones en datos objetivos o fuentes contrastables, evitando exageraciones.

Con los empleados.

- Promover la formación y sensibilización del personal implicado en marketing y comunicación, para asegurar una aplicación coherente de esta política.
- Fomentar una cultura de responsabilidad y transparencia en la elaboración y difusión de contenidos hacia los grupos de interés.

Con los proveedores y agencias.

- Exigir y verificar el cumplimiento de esta política prestando especial atención al desempeño ambiental, social y de buen gobierno (ESG).
- Colaborar preferentemente con agencias y socios que acrediten buenas prácticas en materia ambiental, social y de buen gobierno.
- Compartir esta política con todos los proveedores y agencias desde el inicio de cada colaboración, integrando su aceptación en los contratos, acuerdos marco u otras comunicaciones, según el caso.

Con la sociedad.

- Promover mensajes que fomenten comportamientos responsables y sostenibles, siempre que sea pertinente y posible.
- Evitar campañas que refuercen estereotipos negativos o fomenten consumos irresponsables.
- Reflejar con proporcionalidad el alcance real de nuestras iniciativas y compromisos.
- Incorporar, siempre que sea viable, criterios de sostenibilidad en la organización de eventos corporativos.

2.5 Difusión, conocimiento y utilización.

La presente política se publicará en la intranet corporativa como normativa interna vigente y será comunicada de forma específica a las **áreas de Marketing, Comunicación & Sostenibilidad y Negocio** tras su aprobación o actualización. Asimismo, se pondrá a disposición de las agencias y proveedores habituales, incorporando su referencia en los contratos o acuerdos marco cuando resulte procedente.

Su aplicación deberá integrarse en los circuitos habituales de diseño, revisión y aprobación de campañas y piezas comerciales. Adicionalmente, estará disponible para el público en general en la página web de la Mutualidad.

La Dirección de Marketing y Canal Digital será responsable de velar por su correcta aplicación en el día a día, en coordinación con Cumplimiento y, cuando corresponda, con Asesoría Jurídica y Comunicación & Sostenibilidad.

2.6 Responsable de la política.

La **Dirección de Marketing y Canal Digital** es responsable de la aplicación y seguimiento de esta política, contando con la experiencia necesaria en materia de marketing y publicidad responsable. Entre sus funciones principales se encuentran:

- Revisar periódicamente y, como mínimo, anualmente, la política y proponer sus actualizaciones a la **Junta de Gobierno** para su aprobación.
- Mantenerla actualizada y asegurar su adecuada comunicación dentro de la organización.
- Supervisar su cumplimiento e integrar **sus principios en los procesos y campañas de marketing y publicidad.**
- La Junta de Gobierno de Mutualidad mantiene la responsabilidad última sobre esta política.

3. APROBACIÓN.

La presente política ha sido aprobada por la Junta de Gobierno de Mutualidad con fecha 24 de marzo de 2026.