

Política de Marketing y Comunicación Responsable

DATOS DEL DOCUMENTO

Título	Política de Marketing y Comunicación Responsable
Entidad	4MeStar S.L. — Grupo SLEEP'N
Fecha de aprobación	Julio 2026
Responsable	Dirección 4MeStar S.L. (aprobación) — Guest Relations SLEEP STAR ONE S.L. (aplicación)
Marco de referencia	B Corp Standards V2.2 — PSG4.1 Sistema de Gestión de Sostenibilidad (SMS) — 4MeStar S.L.
Próxima revisión	Marzo 2027

1. Objeto y alcance

Esta política establece los principios que rigen las prácticas de marketing, comunicación y relaciones públicas de 4MeStar S.L. y de su entidad operativa, SLEEP STAR ONE S.L. (marca SLEEP'N), en todo lo relativo a afirmaciones de carácter social y ambiental.

Aplica a toda comunicación externa e interna con contenido social o ambiental: web corporativa (sleepn.eco, sleepnatocha.com), redes sociales, materiales impresos, comunicados de prensa, informes de sostenibilidad y cualquier otro canal de relaciones públicas, con independencia de quién la elabore (equipo interno, agencia externa o colaborador puntual).

Esta política nace para cerrar una brecha identificada durante la auditoría B Corp V2.2 (hallazgo PSG4.1): la empresa no contaba hasta ahora con principios documentados que rigieran específicamente sus afirmaciones de marketing y comunicación en materia social y ambiental, más allá de las guías de uso de redes sociales ya existentes.

2. Principios

2.1 Precisión, verificabilidad y respaldo en datos

Toda afirmación social o ambiental que 4MeStar / SLEEP'N comunique públicamente debe cumplir tres condiciones:

- Ser precisa: no se generaliza ni se exagera un resultado puntual como si fuera una tendencia consolidada.
- Ser verificable: debe poder respaldarse con un dato, informe o certificación concreta (por ejemplo, el Informe de Emisiones anual, la Memoria de Sostenibilidad o una certificación de tercero como Travelife o Great Place to Work).
- Estar sustentada en datos fiables: procedentes de fuentes internas auditables (Ecodes, gestión, sistemas de reserva) o de organismos y estándares reconocidos, nunca en estimaciones sin base documentada.

Antes de publicar cualquier cifra o afirmación de impacto (por ejemplo, "hotel neutro en emisiones", "proveedores 100% locales" o "reducción de residuos del X%"), la persona responsable de la comunicación debe localizar el documento fuente que la sustenta. Si no existe ese documento, la afirmación no se publica.

2.2 Transparencia y rendición de cuentas

SLEEP'N se compromete a comunicar tanto sus logros como sus limitaciones en materia social y ambiental. La comunicación no debe generar una impresión más favorable de la que reflejan los datos reales disponibles (evitar el llamado greenwashing).

- Cuando se comunique un objetivo (por ejemplo, el Plan de Acción Climática 2026–2030), se indicará también el estado real de avance, no solo la meta.
- Cuando un dato empeore respecto al año anterior (por ejemplo, un incremento en el consumo de agua o en la brecha salarial), se comunicará igualmente en la Memoria de Sostenibilidad, junto con el plan para revertirlo.
- No se atribuirán a SLEEP'N certificaciones, sellos o reconocimientos que no se posean, ni se dará a entender una condición (por ejemplo, "empresa B Corp") antes de que la certificación esté formalmente concedida por B Lab.

2.3 Uso ético de canales sensibles

Se consideran canales o prácticas sensibles aquellas que pueden influir de forma desproporcionada en la percepción de huéspedes, plantilla o comunidad: publicidad pagada, colaboraciones con influencers, encuestas de opinión y comunicados sobre incidentes (por ejemplo, una queja grave o un incidente ambiental).

- No se utilizarán imágenes, testimonios o menciones de personas (empleados, huéspedes, proveedores) sin su consentimiento explícito.
- Cualquier colaboración remunerada con terceros para promocionar SLEEP'N debe declararse como tal, conforme a la normativa de publicidad vigente.
- Ante un incidente con impacto social o ambiental, la comunicación pública se revisará con Dirección antes de su publicación, priorizando la transparencia sobre la gestión de imagen.

3. Relación con otras políticas y documentos

Esta política complementa, y no sustituye, al Manual de Redes Sociales SLEEP'N 2025, que regula el uso operativo del día a día de los canales sociales por parte de la plantilla. Mientras el Manual cubre el "cómo" (tono, frecuencia, formatos), esta política cubre el "qué se puede afirmar" y bajo qué respaldo.

Esta política se apoya también en los datos y compromisos recogidos en el Plan de Acción Climática 2026-2030, la Política JEDI, el Compromiso DDHH y la Memoria de Sostenibilidad anual, que constituyen las fuentes primarias de cualquier afirmación social o ambiental que se comunique.

4. Comunicación a la plantilla

Esta política se pone a disposición de toda la plantilla a través de los siguientes canales:

- Publicación en la sección B Corp de sleepn.eco, de acceso público.

- Entrega e incorporación al Manual de Bienvenida en el proceso de onboarding de nuevas incorporaciones.
- Comunicación directa al equipo de Guest Relations y a cualquier persona que participe en la elaboración de contenido de marketing o comunicación externa.

Cualquier persona de la plantilla que participe en la creación de contenido de marketing, redes sociales o comunicación externa recibe una copia de esta política y confirma su lectura como parte del proceso de incorporación o, para el personal ya incorporado, en la siguiente revisión anual del Manual de Bienvenida.

5. Responsabilidad y revisión

La Dirección de 4MeStar S.L. es responsable última de esta política. Guest Relations, como área que gestiona la comunicación externa y las redes sociales de SLEEP'N, es responsable de su aplicación en el día a día y de verificar el respaldo documental de cada afirmación antes de su publicación.

Esta política se revisa anualmente, en el primer trimestre del año, junto con el resto de políticas del Sistema de Gestión de Sostenibilidad (SMS).

6. Aprobación

Esta política ha sido aprobada por la Dirección de 4MeStar S.L. y es de aplicación en todo el Grupo SLEEP'N.

Firma — Dirección 4MeStar S.L.

Nombre: Gonzalo de la Mata Gurriarán

Cargo: Administrador Único

Fecha: Julio 2026

Próxima revisión: Marzo 2027

Versión: 1.0 | Clasificación: Uso interno — disponible para auditoría B Corp V2.2

50855356X
GONZALO PABLO
DE LA MATA (R:
B86617297)

Firmado digitalmente
por 50855356X
GONZALO PABLO DE LA
MATA (R: B86617297)
Fecha: 2026.07.26
15:50:47 +02'00'

Anexo — Índice de evidencias para auditoría B Corp V2.2

Criterio	Requisito	Cómo lo cubre esta política
PSG4.1.1(a)	Principios de precisión, verificabilidad y datos fiables	Sección 2.1
PSG4.1.1(b)	Comunicación transparente sobre impactos positivos y negativos	Sección 2.2
PSG4.1.1(c)	Directrices éticas para canales sensibles	Sección 2.3
PSG4.1.2	Comunicación de los principios a la plantilla	Sección 4