

responsabilidad  
social  
corporativa 07

CRECIENDO **CONTIGO**



caixa**nova**

The logo for caixanova features the word "caixa" in a white, sans-serif font, followed by "nova" in a green, bold, sans-serif font. To the right of the text is a circular graphic composed of three segments: a green segment at the top, a yellow segment in the middle, and a blue segment at the bottom.



<b>1. Presentación del Presidente y del Director General</b>	<b>3</b>
<b>2. Así es Caixanova</b>	<b>7</b>
2.1. Las bases de Caixanova	9
2.2. Misión, visión y valores	10
2.3. Principales magnitudes	11
2.4. Red comercial	12
2.5. Hechos principales del ejercicio	13
<b>3. Gestión responsable</b>	<b>15</b>
3.1. Gestión de la responsabilidad social corporativa (RSC)	17
3.2. Gestión del diálogo de Caixanova con sus grupos de interés	20
3.3. Gestión sostenible	24
3.4. Gobierno corporativo	26
3.5. Estructura y organigrama	28
3.6. Gestión del riesgo	29
3.7. Premios y reconocimientos a la gestión responsable	29
<b>4. Creciendo con nuestros clientes</b>	<b>31</b>
4.1. Gestión de clientes	34
4.1. Accesibilidad	35
4.2. Productos y servicios con perfil social	38
4.3. Educación financiera	44
4.4. Consideración del impacto ambiental indirecto en productos y servicios	44
4.5. Calidad en el servicio	45
4.6. Escuchando al cliente	48
4.7. Responsabilidad en nuestros productos	50



<b>5. Creciendo con nuestros empleados</b>	<b>55</b>
5.1. Gestión del talento.	58
5.2. Igualdad y diversidad	60
5.3. Selección, formación y desarrollo profesional	61
5.4. Compensación y beneficios sociales	67
5.5. Relaciones laborales	70
5.6. Seguridad y salud laboral	71
<b>6. Creciendo con nuestros proveedores</b>	<b>73</b>
6.1. Gestión de compras	76
6.2. Homologación y evaluación de proveedores	78
<b>7. Creciendo con nuestro entorno</b>	<b>79</b>
9.1. Impacto económico indirecto en la sociedad	82
9.2. Acción social	83
<b>8. Anexos</b>	<b>91</b>
Anexo I: Criterios de la Memoria	92
Anexo II: Compromisos	94
Anexo III: Gestión Ambiental	98
Anexo IV: Indicadores GRI	99
Anexo V: Evaluación GRI	109
Anexo VI: Tu opinión nos ayuda a crecer	110



# Presentación del Presidente y del Director General

1



**Julio Fernández Gayoso**  
Presidente



**José Luís Pego Alonso**  
Director General

# PRESENTACIÓN DEL 1 PRESIDENTE Y DEL DIRECTOR GENERAL



(1.1)

Para todos los que formamos parte del proyecto Caixanova, constituye una gran satisfacción presentar nuestra segunda memoria de responsabilidad social corporativa. Un informe que viene a consolidar la línea de comunicación con los grupos de interés que iniciamos hace un año y con la que queremos poner en valor la estrategia y los compromisos de acción adquiridos por nuestra entidad con el desarrollo sostenible de la sociedad en la que actuamos. Es, en definitiva, una muestra más de la política de proximidad y transparencia que entendemos debe de presidir nuestro modelo de gestión.

En 2007, y tras haber adelantado en un año el cumplimiento de los objetivos planteados en el plan estratégico 2005-2008, Caixanova presentó su nueva planificación con un horizonte trienal, 2008-2010, sobre la base de los principios de crecimiento y alto rendimiento de la organización, como garantes de la evolución sostenible del negocio y de la prestación del mejor servicio al cliente y a la sociedad.

El plan de expansión se tradujo en la apertura de 39 nuevas sucursales, lo que ha constituido el mayor crecimiento anual de la red comercial en toda la historia de la entidad, que, al cierre del ejercicio, estaba integrada por 541 oficinas. Continuando con el plan de internacionalización, que nos ha llevado a estar presentes en nueve países, en 2007 inició su actividad la oficina de representación en Londres.

El fuerte ritmo de expansión de la red comercial ha supuesto un paralelo esfuerzo de captación de talento. A lo largo del ejercicio se han producido 351 nuevas incorporaciones a la plantilla, prácticamente una diaria, afianzando en todo momento los valores y principios de la marca y una gestión del capital humano basada en la igualdad de oportunidades, la diversidad, el fomento del desarrollo profesional y la conciliación de la vida familiar y laboral. Asimismo, esta expansión ha hecho necesario el refuerzo de la estructura organizativa y ha supuesto un reto fundamental en lo que respecta a la difusión interna de la cultura corporativa.

Por lo que respecta a la evolución del negocio, el beneficio neto de la entidad alcanzó los 178 millones de euros, un 34,3% más que en el ejercicio anterior, lo que nos ha permitido dotar 50 millones de euros al fondo de la obra social, galardonada por diversas instituciones, asociaciones y grupos de opinión, por el impacto que produce en el desarrollo socioeconómico y cultural de su entorno, y de la que se han beneficiado a lo largo del año más de dos millones y medio de personas.



No obstante los resultados de cierre, somos conscientes de que 2007 ha marcado el inicio de un cambio de ciclo. En un contexto económico global en clara desaceleración, Caixanova se mantiene fiel a su compromiso con las familias y con el desarrollo del tejido productivo, afrontando el nuevo escenario con las garantías que nos proporciona el adecuado funcionamiento de nuestros sistemas de gestión y control de riesgos, una comparativamente fuerte posición de liquidez, una reducida tasa de morosidad de partida y un elevado grado de cobertura de insolvencias. Lo que nos permite definirnos como una caja fuerte en la que se mantienen a salvo la confianza y la credibilidad que desde nuestros inicios la sociedad ha depositado en nosotros.

Tras un largo período de crecimiento económico, el punto de inflexión que vivimos no solo impondrá nuevos y rigurosos modelos de gestión, sino que marcará un nuevo paradigma organizacional, en el que será tan determinante la buena gestión de la actividad como la sensibilidad que muestren las corporaciones ante las demandas sociales y su capacidad de anticipación en relación a las nuevas prioridades que planteen sus grupos de interés.

En este contexto, y desde un modelo de gestión que hace de Caixanova una entidad comprometida, solvente, rentable y próxima, que garantiza el equilibrio sostenible entre el crecimiento del negocio y el de su entorno, definimos nuestra estrategia en el ámbito de la responsabilidad social en torno a los ejes de desarrollo socioeconómico del entorno, la inclusión social, el comportamiento ético y transparente, el respeto medioambiental y la difusión de una cultura socialmente responsable, asumiendo el papel de verdadero motor de cambio cultural en nuestra área de influencia.

El hecho de que la esencia de la responsabilidad social esté integrada en nuestras bases fundacionales facilita la constante adaptación de las directrices y criterios de gestión a las cambiantes necesidades de nuestros grupos de interés, del entorno y de la sociedad en general. Por eso, nuestro compromiso de gestión responsable se renueva día a día, a través de la revisión permanente de nuestro impacto en el entorno y el consiguiente planteamiento de iniciativas que mejoren dicha relación y añadan valor a la herencia generacional de quienes nos sucedan. Buena muestra de ello es la decisión de Caixanova de adherirse al Pacto Mundial de Naciones Unidas, formalizándose de esta manera sus diez principios en materia de derechos humanos, relaciones laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, presentes en nuestra estrategia empresarial, y reafirmando el compromiso de velar por su observancia en nuestras relaciones internas y externas.

Por todo ello, hemos querido renovar en este segundo informe de responsabilidad social de Caixanova el mensaje de crecimiento compartido con los diferentes grupos que participan de algún modo en la cadena de valor de la entidad, desde el convencimiento de que es la única forma viable y sostenible de avanzar en la constante construcción de un proyecto financiero y social del que nos sentimos orgullosos.



Julio Fernández Gayoso  
Presidente



José Luís Pego Alonso  
Director General

2



Así es Caixanova





## 2.1. Las bases de Caixanova

(2.1) (2.3) (2.4) (2.6) (3.6) (3.7) (3.8) (SO1)

La Caixa de Aforros de Vigo, Ourense e Pontevedra (en adelante Caixanova o la caja), constituida como tal el 17 de julio de 2000 en virtud del acuerdo de fusión de Caixavigo e Ourense y Caixa de Pontevedra, es una institución financiera privada, de naturaleza fundacional, con carácter benéfico social, ajena al afán de lucro mercantil y completamente independiente de toda corporación, entidad o empresa, con personalidad propia y funcionamiento autónomo.

Con objeto de diversificar ingresos y participar en el desarrollo de empresas que ofrezcan servicios básicos para la sociedad, Caixanova dispone de una cartera de participaciones en empresas<sup>1</sup> pertenecientes a diversos sectores. Dentro de este grupo de sociedades destaca la presencia en sectores estratégicos y de elevado valor añadido como las energías renovables, las tecnologías de la comunicación, la gestión inmobiliaria, la alimentación o los servicios financieros, entre otros.

Caixanova junto con el Banco Gallego, S.A.<sup>2</sup>, del que posee el 49,78% de su capital social, conforman la primera plataforma financiera gallega integrada por una caja de ahorros y un banco, que cuenta con 737 oficinas (541 de Caixanova y 196 del Banco Gallego), lo que la convierte en la mayor red de ventas del sector en Galicia, y 4.078 empleados (3.084 de Caixanova y 994 del Banco Gallego), con un volumen de negocio en torno a los 47.000 millones de euros.

El equipo humano de la entidad y la amplia gama de productos y servicios que ofrece constituyen los elementos básicos para el mejor fomento, gestión y mantenimiento de la financiación a los distintos agentes económicos y sociales, que se sustentan en los principios de plena identificación y compromiso con el desarrollo socioeconómico de su ámbito de actuación.

El domicilio social de Caixanova se encuentra situado en Vigo, Avda. García Barbón, 1 y 3. Tanto en la página web oficial de la entidad ([www.caixanova.com](http://www.caixanova.com)), como en su sede social, pueden consultarse los estatutos y otra información pública sobre los mismos.

<sup>1</sup> Puede consultarse más información sobre la composición del Grupo Caixanova en el Informe Anual o en el Informe Anual de Gobierno Corporativo, disponibles en [www.caixanova.es](http://www.caixanova.es), "Información para inversores".

<sup>2</sup> El Banco Gallego, constituido en 1991 como consecuencia de la fusión entre Banco 21, S.A. y Banco Gallego, S.A., es una institución privada de crédito y ahorro, sujeta a la normativa y regulaciones de las entidades bancarias operantes en España.

## 2.2. Misión, visión y valores

(4.8)

### Misión

Caixanova contribuye al desarrollo de las áreas en las que está presente, mediante la oferta de una amplia gama de productos y servicios financieros de elevada calidad, así como a través del destino de la totalidad de sus excedentes de libre disposición, no aplicados a fortalecer la solvencia de la entidad, a acciones de carácter social, con una gestión basada en los principios de sostenibilidad del negocio y de su entorno, compromiso social y transparencia.

### Visión

Caixanova apuesta por el desarrollo de una organización de alto rendimiento orientada a la satisfacción del cliente para generar un crecimiento intenso, rentable, sostenido y equilibrado, sobre la base de una cultura cuyo valor básico reside en la consideración de las personas como principal activo y que se transmite al exterior a través de un avanzado modelo de caja de ahorros.

### Valores corporativos

Caixanova clasifica sus valores corporativos en base a su relación con la percepción de marca, con la gestión de la actividad y con el desempeño profesional de las personas que integran su proyecto.

Como caja de ahorros estrechamente ligada a su territorio de origen, la marca Caixanova se reconoce por su fuerte imbricación en el tejido social y productivo de su entorno, ofreciendo un servicio de banca próximo a las familias y a las empresas, generando un favorable clima de confianza mutua y estabilidad en su toma de decisiones y asunción de compromisos.



Su gestión está presidida por el principio de eficiencia, en el marco de un organización que busca optimizar el rendimiento de sus recursos para alcanzar la máxima satisfacción de sus clientes, empleados y aliados empresariales, así como de los beneficiarios de su acción social, renovando cada día su compromiso con el desarrollo de su área de influencia desde criterios de responsabilidad en la valoración del impacto social y medioambiental de su actividad. Todo ello, desde una permanente actitud de servicio y un continuo afán de superación que permita la proactiva adaptación a las demandas de sus grupos de interés, sólo posible en un ambiente interno de colaboración y metas compartidas en la construcción de una caja en la que el valor de las personas es entendido como el pilar de su cultura organizativa y el mayor activo de una sociedad.

## 2.3. Principales magnitudes

(2.8) (EC1)

Principales magnitudes de Caixanova	2007	2006	Variación 2007-2006
<b>Dimensión (miles de euros)</b>			
Balance total	23.308.077	18.737.440	24,39%
Recursos de clientes	22.037.472	18.896.622	16,62%
Crédito a la clientela	16.258.142	13.203.224	23,14%
<b>Solvencia (miles de euros)</b>			
Recursos propios computables	2.624.744	2.426.987	8,15%
Coeficiente de solvencia	11,40%	12,80%	-1,4
<b>Resultados (miles de euros)</b>			
Margen de explotación	306.376	242.327	26,43%
Beneficio antes de impuestos	212.327	181.453	17,01%
Beneficio después de impuestos	178.005	132.520	34,32%
<b>Medios operativos (miles de euros)</b>			
Empleados	3.084	2.821	9,32%
Oficinas	541	502	7,77%
Cajeros automáticos	530	483	9,73%
T.P.V.	17.660	16.919	4,38%
Total tarjetas activas en circulación	569.546	552.796	3,03%
<b>Datos del grupo consolidado (miles de euros)</b>			
Balance total	27.508.437	22.509.005	22,21%
Beneficio neto atribuido al grupo	182.069	132.441	37,47%
Oficinas	737	676	9,02%
<b>Valor económico directo generado (miles de euros)</b>	<b>608.924</b>	<b>501.200</b>	<b>21,49%</b>
Margen de intermediación	350.345	300.472	16,60%
Comisiones netas	76.710	70.299	9,12%
Resultados de operaciones financieras (netas)	164.525	120.318	36,74%
Diferencias de cambio	150	510	-70,59%
Otros productos de explotación	12.160	11.276	7,84%
Otras ganancias	5.034	-1.675	-
<b>Valor económico distribuido (miles de euros)</b>	<b>363.110</b>	<b>347.947</b>	<b>4,36%</b>
Otros gastos generales de administración, excluidos tributos	86.196	72.211	19,37%
Otras cargas de explotación	4.711	4.164	13,14%
Impuestos y tributos (*)	37.207	51.334	-27,52%
Sociedad	50.000	55.000	-9,09%
Gastos de personal (**)	184.996	165.238	11,96%
<b>Valor Económico retenido (miles de euros)</b>	<b>245.814</b>	<b>153.253</b>	<b>60,40%</b>

(\*) Tributos y gasto contable por el impuesto sobre beneficios.

(\*\*) Incluye las cuotas de la Seguridad social y las dotaciones a los planes de pensiones

## 2.4. Red comercial

(2.5) (2.6) (2.7) (2.9)

Caixanova continúa inmersa en el plan de expansión de su red comercial, alcanzando al cierre de 2007 un total de 541 oficinas. La aspiración de la caja es liderar el mercado gallego, dimensionarse en el conjunto de España y seguir creciendo en nuevos países.

Así, Caixanova en los últimos años ha pasado de ser una entidad regional a estar presente en todas las comunidades autónomas españolas y en países como Portugal (Lisboa, Oporto y Braga), Francia, Alemania, Suiza, Brasil, México, Venezuela, Reino Unido y Estados Unidos, donde cuenta con una oficina operativa en Miami que sirve de cabecera para toda América.

RED DE OFICINAS		2007
<b>Oficinas operativas</b>		<b>533</b>
España		529
Europa		3
América		1
<b>Oficinas de representación</b>		<b>8</b>
España		-
Europa		5
América		3
<b>Total</b>		<b>541</b>



RED DE DISTRIBUCIÓN	2007	2006	2005
<b>Oficinas operativas</b>	<b>533</b>	<b>495</b>	<b>463</b>
Galicia	410	409	404
Pontevedra	210	210	207
Orense	113	112	112
A Coruña	68	68	66
Lugo	19	19	19
Resto de España	119	82	55
<b>Total España</b>	<b>529</b>	<b>491</b>	<b>459</b>
Portugal	3	3	3
EE.UU. (Miami)	1	1	1
<b>Oficinas de representación</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>6</b>
Alemania (Francfort)	1	1	1
Brasil (Sao Paulo)	1	1	0
Francia (París)	1	1	1
México (México D.F.)	1	1	1
Reino Unido (Londres)	1	-	-
Suiza (Ginebra y Zúrich)	2	2	2
Venezuela (Caracas)	1	1	1
<b>Total</b>	<b>541</b>	<b>502</b>	<b>469</b>

## 2.5. Hechos principales del ejercicio

(2.6) (2.9)

- Continuando con su plan de expansión, al cierre de año la red comercial de Caixanova alcanzó las 541 oficinas, tras el mayor crecimiento anual registrado en toda la historia de la entidad, reduciendo de 11 a 9 días el tiempo medio de apertura de una nueva unidad.
- Desde 2007 Caixanova está presente en la totalidad de las comunidades autónomas españolas.
- La red internacional reforzó su estructura con la puesta en marcha de la oficina de representación de Londres y la aprobación de la próxima ampliación de su presencia en América.
- Se mantiene la tendencia en la generación de empleo estable, incrementándose la plantilla homogénea en 263 personas, cifra equivalente a una tasa anual del 9,3%, lo que implica un crecimiento neto de plantilla del 34% desde el año 2000.
- Caixanova publicó su primera Memoria de Responsabilidad Social Corporativa, abriendo-se una nueva vía de comunicación en línea con la política de transparencia de la entidad.

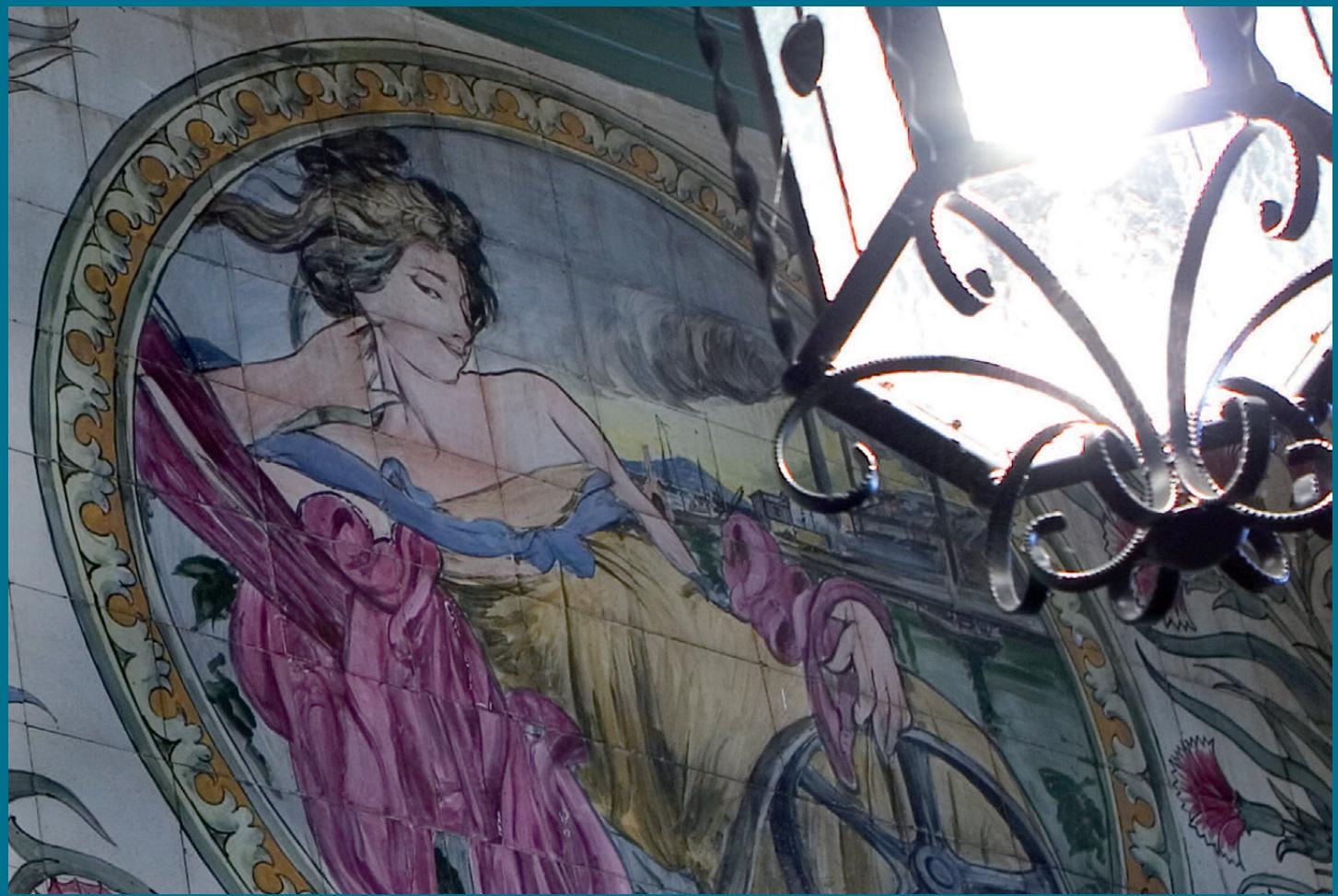


- En el mes de octubre se creó la Unidad de Responsabilidad y Reputación Corporativa, como catalizadora e impulsora de la tradicional actuación de la entidad en el ámbito de la responsabilidad social.
- El 27 de noviembre se celebraron elecciones sindicales para designar a los representantes de los empleados en los comités de empresa.
- Caixanova adquirió una participación del 5% del capital social del Banco Pastor.
- El Centro de Acogida de Inmigrantes Caixanova en la ciudad de Ourense inició su actividad, dentro de un proyecto global de integración social de población extranjera en grave riesgo de exclusión.
- Caixanova participa, como una de las tres entidades europeas tomadas como referencia, en un estudio sobre Dividendo Social auspiciado por el Instituto Mundial de Cajas de Ahorros.
- Como futura sede financiera y social de la entidad en Madrid, Caixanova adquirió un edificio de más de 5.000 m<sup>2</sup> en el centro financiero de la ciudad.
- Caixanova es miembro integrante, desde su creación, del Comité Sectorial de Responsabilidad Social Corporativa, impulsado por la Confederación Española de Cajas de Ahorros.
- En la sesión del mes de diciembre, el Consejo de Administración de Caixanova acordó la adhesión de la entidad al Pacto Mundial de Naciones Unidas y el ingreso en la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM).
- Obtención de la calificación de International Branch para la oficina de Miami, Estados Unidos, convirtiéndose en la primera caja de ahorros española en obtenerla. Esto permite una total operatividad con los depósitos de residentes.

3



Gestión responsable





### 3.1. Gestión de la responsabilidad social corporativa (RSC)

(3.5) (4.13) (4.14) (4.15) (HR6) (HR7)

La responsabilidad social corporativa (RSC) está integrada en las bases fundacionales de Caixanova, lo que facilita la constante adaptación de sus directrices y criterios de gestión a las cambiantes demandas de sus grupos de interés, de su entorno y de la sociedad en general.

Un compromiso de gestión responsable que se renueva día a día con la revisión permanente de su impacto en el entorno y el consiguiente planteamiento de iniciativas que mejoren dicha relación. En este sentido, en 2007 destacaron los acuerdos adoptados por el Consejo de Administración de Caixanova, en su reunión del mes de diciembre, de adhesión de la entidad al Pacto Mundial de Naciones Unidas y el ingreso en la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM), formalizando la observancia de sus diez principios en materia de derechos humanos, relaciones laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, presentes desde siempre en el ideario empresarial de la entidad.

Caixanova comprende su política de RSC como el equilibrio deseable entre la evolución solvente y rentable del negocio y el paralelo desarrollo sostenible de la sociedad en la que actúa. Caixanova está inmersa en un proceso de expansión que considera que ha de reflejarse en el crecimiento parejo de los grupos de interés con los que interactúa. Un crecimiento común en base a una serie de principios de actuación compartidos de los que manan los ejes estratégicos de la política de la caja en el ámbito de la responsabilidad social, como verdadero motor de cambio cultural en su área de influencia.

ORGANIZACIÓN DE ALTO RENDIMIENTO					
COMPROMETIDA		SOLVENTE	RENTABLE	PRÓXIMA	
QUE GARANTICE	CRECIMIENTO SOSTENIBLE DEL NEGOCIO	PRINCIPIOS COMPARTIDOS EJES ESTRATÉGICOS RSC	DESARROLLO SOCIOECONÓMICO		
			INCLUSIÓN SOCIAL		
	CRECIMIENTO SOSTENIBLE DEL ENTORNO		COMPORTAMIENTO ÉTICO Y TRANSPARENTE		
			RESPETO MEDIOAMBIENTAL		
			DIFUSIÓN DE CULTURA SOCIALMENTE RESPONSABLE		
			CAIXANOVA COMO MOTOR DE CAMBIO		



Las actuaciones en el ámbito de la RSC de una organización se deben basar en el diálogo efectivo con sus diferentes grupos de interés y en la satisfacción de las expectativas que manifiesten. Caixanova considera a sus principales grupos de interés como aquellas personas, organizaciones o entornos que puedan resultar afectados significativamente por su actividad o que puedan incidir en ésta. Los principales grupos de interés identificados por Caixanova son los siguientes:

- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Entorno

Asimismo, el medio ambiente es considerado como uno de los grandes temas de interés para la sociedad. Por este motivo, el medio ambiente se trata de forma transversal en cada uno de los capítulos de la presente memoria, con objeto de comunicar mejor cada una de las actuaciones que desarrolla la organización en este ámbito.

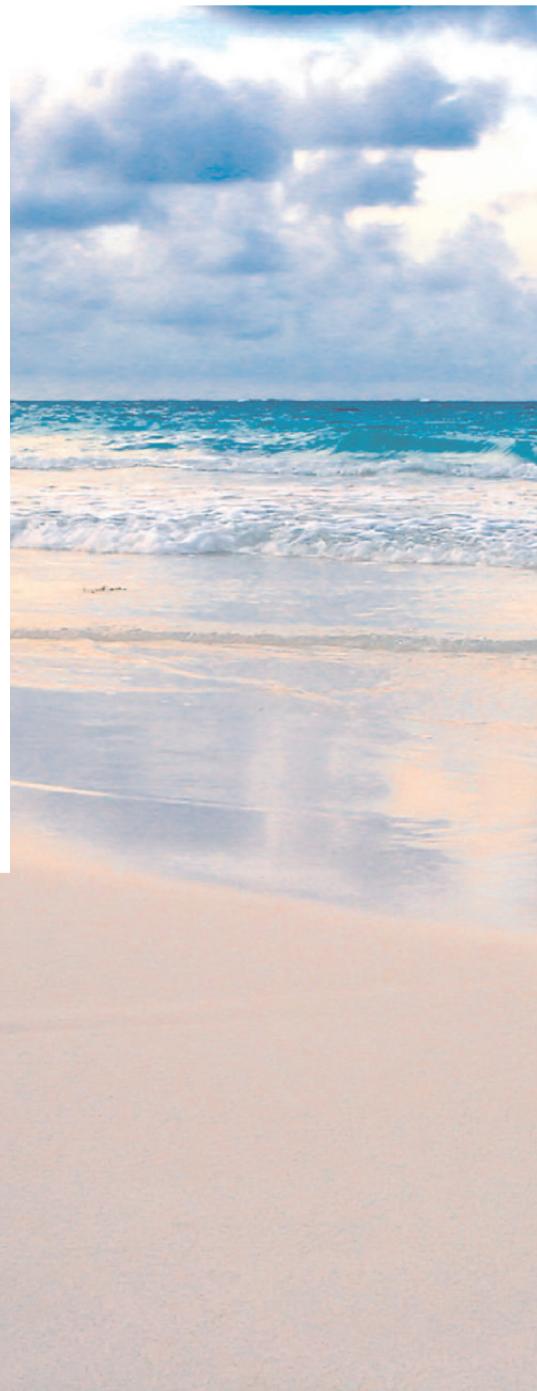
Los ejes estratégicos de RSC, derivados de los principios compartidos con la sociedad, se alinean en Caixanova con el modelo de gestión de la entidad, que la define como una organización de alto rendimiento, comprometida con el desarrollo de su entorno, solvente, rentable y próxima, a través de líneas básicas de actuación, entre las que destacan las siguientes:

<b>Organización de alto rendimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tecnología: seguridad, confianza, flexibilidad, nuevos canales, sistemas de información y aportación de valor al cliente</li><li>• Gestión y control: orientación al crecimiento solvente y rentable</li><li>• Recursos humanos: planes de formación, desarrollo profesional, gestión del talento y adopción de medidas preventivas que garanticen la seguridad y salud de los empleados</li><li>• Desarrollo organizativo: máxima eficiencia</li><li>• Desarrollo orgánico: desarrollo de nuevos negocios, alianzas para el crecimiento y planes de contingencia/continuidad de la actividad</li></ul>
<b>Comprometida y arrraigada</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Red de centros sociales</li><li>• Obra social adecuada a las nuevas tendencias</li><li>• Código ético, definición de valores corporativos y formalización de política de RSC</li><li>• Apoyo a sectores productivos clave y a iniciativas empresariales</li></ul>
<b>Solvente y rentable</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Refuerzo del posicionamiento en Galicia</li><li>• Potenciación de la expansión en el resto de España</li><li>• Mercados exteriores: oportunidad de la internacionalización en Portugal, resto de Europa y América</li><li>• Mercados financieros: sostenibilidad de la aportación</li></ul>
<b>Próxima al cliente</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Generación de nuevos productos</li><li>• Comunicación eficaz y asesoramiento responsable</li><li>• Personalización de la oferta</li><li>• Eficiencia funcional y comercial</li><li>• Fomento de la innovación y la calidad de servicio</li></ul>

### 3. Gestión responsable

Por otra parte, la actuación en el ámbito de la RSC se complementa con una serie de compromisos asumidos por la caja con sus grupos de interés:

- Compromiso de neutralidad: diseñar diferentes mecanismos que ayudan a la toma de decisiones objetivas y a evitar conflictos de intereses.
- Compromiso de liderazgo en RSC: asumir un papel dinamizador para impulsar la responsabilidad social en Galicia, como referente en la comunidad gallega.
- Compromiso de transparencia en RSC: proporcionar información en el ámbito de la RSC según las recomendaciones de Global Reporting Initiative (GRI).
- Compromiso medioambiental: gestionar adecuadamente los aspectos medioambientales, contribuir a la sensibilización medioambiental y financiar proyectos relacionados con la protección del medio ambiente.
- Compromiso con los proveedores: garantizar la optimización de la calidad y el precio, respetando los compromisos adquiridos con los proveedores y estableciendo relaciones de confianza mutua.
- Compromiso de globalidad: consolidar la posición de referente social capaz de implicar a todos sus grupos de interés.





## 3.2. Gestión del diálogo de Caixanova con sus grupos de interés

(1.2) (3.5) (4.4) (4.15) (4.16) (4.17)

Las relaciones de Caixanova con sus grupos de interés se basan en un diálogo permanente a través de diferentes canales de comunicación que le permiten identificar, dentro del marco de la RSC, sus aspectos materiales y los riesgos y oportunidades asociados. De esta manera, la entidad se asegura de que las líneas de actuación en RSC de la organización estén alineadas con las expectativas de sus grupos de interés.

Los principales **canales de diálogo** de la entidad con sus grupos de interés se pueden resumir en:

<b>Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Red de oficinas</li><li>• Servicio de atención al cliente</li><li>• Página web corporativa (<a href="http://www.caixanova.es">www.caixanova.es</a>)</li><li>• Servicio de banca electrónica: Enova, Mnova y Vnova</li><li>• Portal nx para jóvenes</li><li>• Encuestas de satisfacción a clientes</li><li>• Publicaciones</li><li>• Mailings</li><li>• Publicidad</li><li>• SMS a móviles</li><li>• Prescriptores</li><li>• Cajeros automáticos</li><li>• Servicio de atención telefónica (SAT)</li></ul>
<b>Empleados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reunión informativa anual</li><li>• Reuniones con áreas y departamentos</li><li>• Sistemas de evaluación de empleados</li><li>• Reuniones con representantes sindicales</li><li>• Intranet. Portal del empleado</li><li>• Buzón de sugerencias</li></ul>
<b>Proveedores</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistemas de homologación y evaluación de proveedores</li><li>• Reuniones con proveedores</li><li>• Contacto directo con proveedores de servicios</li></ul>
<b>Entorno social</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Participación en jornadas, seminarios, ponencias y eventos</li><li>• Reuniones con organismos públicos</li><li>• Colaboración con agentes sociales, universidades y ONGs</li><li>• Reuniones de los órganos de gobierno</li><li>• Página web corporativa (<a href="http://www.caixanova.es">www.caixanova.es</a>)</li><li>• Publicaciones</li><li>• Informe Anual, Informe de Gobierno Corporativo y Memoria de RSC</li><li>• Centros sociales</li><li>• Centros de formación</li></ul>

### 3. Gestión responsable

Algunos de estos canales de comunicación se describirán con mayor detalle en el capítulo correspondiente.

Los aspectos identificados como materiales dentro del marco de la RSC (aspectos relevantes que podrían influir significativamente en la toma de decisiones de los grupos de interés de Caixanova en sus relaciones con la entidad) se determinan a partir de los diferentes canales de comunicación que la organización tiene establecidos habitualmente con sus grupos de interés (mencionados anteriormente).

Complementariamente, se han considerado también otras fuentes de información, entre las que destacan las siguientes: memorias de RSC de otras entidades financieras, foros de RSC para detectar nuevas expectativas de los grupos de interés, medios de comunicación y opiniones de expertos. Como consecuencia, se han identificado los siguientes **aspectos materiales**:

<b>Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Solvencia</li><li>• Satisfacción con el servicio</li><li>• Servicio personalizado</li><li>• Productos adaptados a las necesidades de los clientes</li><li>• Transparencia</li><li>• Política de precios</li><li>• Rapidez en las gestiones y consultas</li><li>• Asesoramiento</li><li>• Confidencialidad</li><li>• Seguridad y fiabilidad</li><li>• Incremento de la funcionalidad en los servicios</li><li>• Comunicación fluida respecto a novedades en productos y servicios</li><li>• Sistema de atención a reclamaciones rápido y eficiente</li><li>• Reconocimiento de la entidad</li></ul>
<b>Empleados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Retribución</li><li>• Desarrollo profesional</li><li>• Clima laboral</li><li>• Formación</li><li>• Conciliación vida laboral y personal</li><li>• Comunicación fluida</li><li>• Información sobre noticias de actualidad en Caixanova</li><li>• Reconocimiento de la entidad</li></ul>
<b>Proveedores</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Confianza y satisfacción mutua</li><li>• Cumplimiento de las condiciones acordadas</li><li>• Buen nivel de interlocución</li></ul>
<b>Entorno social</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diálogo</li><li>• Imagen de marca</li><li>• Fomento del empleo</li><li>• Participación activa en el desarrollo social</li><li>• Asistencia a los sectores más desfavorecidos</li><li>• Impactos directos e indirectos de las actividades</li><li>• Participación en proyectos éticos e innovadores</li></ul>



Las principales **respuestas de CaixaNova** para satisfacer adecuadamente las expectativas de sus grupos de interés en relación a los aspectos que éstos consideran materiales se pueden resumir en la siguiente tabla.

PRINCIPIOS COMPARTIDOS	GRUPOS DE INTERÉS			
	Clientes	Empleados	Proveedores	Entorno
<b>Desarrollo socioeconómico</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Apoyo al tejido empresarial</li><li>• Desarrollo del plan de expansión</li><li>• Generación de nuevos productos</li><li>• Innovación y adaptación a las nuevas tecnologías</li><li>• Sostenibilidad en los mercados financieros</li><li>• Desarrollo de nuevos negocios</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Generación de empleo estable</li><li>• Formación y desarrollo profesional</li><li>• Compensación y beneficios sociales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Búsqueda de relaciones estables y el beneficio mutuo</li><li>• Existencia de sistemas de homologación y evaluación de proveedores</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Apoyo al desarrollo económico, cultural y relacional del entorno</li></ul>
<b>Inclusión social</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Adaptabilidad y accesibilidad geográfica, física y operativa</li><li>• Oferta de productos y servicios con perfil social</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fomento de la integración y de la conciliación de la vida familiar y laboral</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ayuda a iniciativas de integración de personas con discapacidades</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Integración de grupos sociales en riesgo de exclusión</li></ul>
<b>Comportamiento ético y transparente</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Innovación y calidad en el servicio</li><li>• Comunicación con el cliente</li><li>• Seguridad en los datos de clientes</li><li>• Adopción de medidas para evitar el fraude</li><li>• Cumplimiento normativo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fomento de la igualdad y diversidad</li><li>• Comunicación transparente con los empleados</li><li>• Seguridad y salud laboral</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Garantía de transparencia y estricto cumplimiento de las condiciones contractuales.</li><li>• Comunicación efectiva con los proveedores</li><li>• Existencia de sistemas de homologación y evaluación de proveedores</li><li>• Evaluación positiva de criterios de responsabilidad social</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Establecimiento de criterios responsables en las decisiones de acción social</li></ul>
<b>Respeto medioambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consideración del impacto ambiental en productos y servicios</li><li>• Oferta de fondos de inversión socialmente responsable</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fomento de buenas prácticas en la gestión de recursos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fomento de una gestión medioambiental adecuada</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sensibilización medioambiental</li></ul>
<b>Difusión de cultura socialmente responsable</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollo de iniciativas de educación financiera</li><li>• Garantía de seguridad en el tráfico financiero</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Interiorización de la RSC en la cultura corporativa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Traslado del compromiso responsable a la cadena de suministro</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fomento de la cultura de la colaboración y la participación social</li><li>• Red de centros sociales</li></ul>

### 3. Gestión responsable

Finalmente, la caja ha analizado los **riesgos y oportunidades** ligados a las expectativas de sus grupos de interés y su posible evolución en el tiempo, ya que estos aspectos están directamente relacionados con la potencial implantación de acciones de mejora.

El análisis de dichos riesgos y oportunidades conduce a la identificación de una serie de aspectos sensibles o ámbitos de riesgo para la entidad, y de las respectivas oportunidades de mejora o líneas generales de acción que les pueden dar respuesta:

<b>Aspectos sensibles (ámbitos de riesgo)</b>	<b>Líneas generales de acción (oportunidades de mejora)</b>
<b>Confianza de los clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gestión personalizada</li><li>• Profundización en la política de transparencia</li><li>• Refuerzo de la credibilidad y la fidelización</li><li>• Aumento de la satisfacción y la calidad del servicio</li><li>• Garantía de seguridad en los servicios telemáticos</li><li>• Mejora de los canales de comunicación</li><li>• Celeridad en respuesta ante quejas y reclamaciones</li></ul>
<b>Adecuación a las nuevas exigencias</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diseño y lanzamiento de productos innovadores adaptados a las necesidades de los clientes</li><li>• Crecimiento sostenido (cuantitativo y cualitativo)</li><li>• Refuerzo de los sistemas de gestión de riesgos</li><li>• Avance en políticas socialmente responsables</li></ul>
<b>Satisfacción de los empleados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incorporación de los mejores profesionales</li><li>• Identificación y retención del talento</li><li>• Formación y desarrollo profesional</li><li>• Conciliación vida laboral y profesional</li><li>• Diálogo fluido con los empleados</li></ul>
<b>Inclusión financiera y social</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Apoyo a la igualdad y la diversidad</li><li>• Desarrollo social del entorno</li><li>• Atención a la accesibilidad a productos y servicios de colectivos en riesgo de exclusión</li></ul>
<b>Acción social eficiente</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enfoque de las actuaciones de la obra social hacia las demandas de los grupos de interés y el entorno social</li><li>• Visibilidad de la obra social</li></ul>
<b>Prevención de fraude y corrupción</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Refuerzo del gobierno corporativo</li><li>• Avance en medidas de control interno</li><li>• Inversión y mejora continua en tecnología</li></ul>
<b>Impactos indirectos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consideración del impacto ambiental en el diseño de productos y servicios</li><li>• Participación en proyectos relacionados con la minoración de impactos en el cambio climático y la generación de energías limpias</li><li>• Sistematización de la gestión medioambiental</li><li>• Apoyo a las iniciativas de desarrollo social, cultural y económico del área de influencia de la entidad</li></ul>



### 3.3. Gestión sostenible

(4.11) (4.12) (EN1) (EN2) (EN3) (EN4) (EN8) (EN16) (EN17) (EN19) (EN26)

Caixanova no sólo defiende y protege el medioambiente a través de iniciativas encuadradas en su obra social, sino que, además, tiene como objetivo minimizar los impactos medioambientales derivados de su actividad administrativa y financiera.

Los aspectos medioambientales directos asociados a Caixanova son los propios de las actividades de gestión y de servicio al público, llevadas a cabo en edificios y oficinas, como el consumo de recursos naturales (materias primas y energía) y la generación de residuos (principalmente asimilables a urbanos).

La Fundación Caixanova tiene previsto implantar a lo largo de 2008 un sistema de gestión medioambiental certificable según las normas UNE-EN ISO 14001 y EMAS, para las actividades de gestión de eventos de los centros sociales de Vigo y Pontevedra. Así, se quiere formalizar y sistematizar la identificación de sus diferentes aspectos ambientales de forma que en todo momento se asegure el cumplimiento de la normativa aplicable y se fomente la mejora continua. No obstante, desde hace tiempo, en Caixanova se están promoviendo buenas prácticas ambientales respecto a la optimización en el consumo de recursos y la adecuada gestión de los residuos generados.

#### **Uso eficiente de los recursos naturales**

Los principales recursos consumidos por la caja en el desarrollo de sus actividades son papel, agua, electricidad y combustibles. Una de las principales líneas de actuación medioambiental de Caixanova se basa en el uso eficiente de estos recursos, por lo que se están poniendo en marcha diferentes actuaciones para la medición, optimización y reducción de sus consumos. En el anexo III se recogen los consumos correspondientes a papel, agua y energía, así como las emisiones a la atmósfera derivadas de la actividad de la caja.

#### **Consumo de papel**

En relación al consumo de papel, se atiende principalmente a criterios de calidad sin olvidar aspectos medioambientales. Actualmente, no está formalmente implantado el uso de papel reciclado, no obstante, el papel consumido en las oficinas es papel libre de cloro elemental (ECF), que cuenta asimismo con otras certificaciones a nivel de producción, entre las que destacaron el Certificado de la Cadena Custodia FSC (Forest Stewardship Council) y PEFC (Programme for Endorsement of Forest Certification).

#### **Consumo de agua**

El agua consumida procede de la red municipal y es empleada principalmente para uso sanitario. En las nuevas oficinas, así como en los edificios rehabilitados, se están instalando sistemas de ahorro de agua en griferías y cisternas.

### 3. Gestión responsable

Asimismo, los edificios y oficinas de la caja disponen de los medios adecuados para la canalización de las aguas residuales generadas a las redes de alcantarillado.

#### Consumo de energía

Se debe principalmente a la iluminación, a la climatización de edificios y oficinas y al uso de equipos informáticos. Desde hace años, en las nuevas oficinas y en los edificios rehabilitados se promueve el ahorro energético con medidas como:

- Instalación de “tubos solares”.
- Sustitución por bombillas de bajo consumo.
- Temporizadores para el apagado de equipos eléctricos.
- Aislamientos térmicos para evitar pérdidas de calor o frío.

En cuanto al consumo de gasóleo, está siendo reducido progresivamente a medida que se sustituyen las calderas antiguas en los edificios principales de la entidad, así como en grandes oficinas que cuentan con caldera propia. El resto de oficinas utilizan bombas de calor, que reducen considerablemente el consumo directo de energía primaria.

#### Control de emisiones

Las emisiones generadas por la caja no son relevantes, dada la actividad desarrollada. Las emisiones de gases de efecto invernadero de Caixanova son generadas principalmente por el consumo de energía eléctrica y, en menor medida, por el consumo de combustibles de calefacción y de automoción.

Cabe señalar que Caixanova no dispone de equipos que emitan sustancias destructoras de la capa de ozono ya que sus equipos de aire acondicionado cuentan con un circuito cerrado de refrigerante que, en cualquier caso, se están sustituyendo por refrigerantes que no dañan la capa de ozono.

En cuanto a las medidas tomadas para la reducción de las emisiones, destacan las siguientes:

- Sustitución de calderas de gasóleo por bombas de calor.
- Utilización de refrigerantes homologados carentes de sustancias destructoras de la capa de ozono.
- Fomento de la formación on-line, en lugar de la formación presencial, para evitar desplazamientos no estrictamente necesarios.

### 3.4. Gobierno corporativo

(4.1) (4.3) (4.4) (4.5) (4.6) (4.9) (4.10) (LA13) (SO5)

Caixanova goza de una serie de características reseñables en sus órganos de gobierno, asociadas a su naturaleza de caja de ahorros, que garantizan la pluralidad e integridad:

- Gran representación social en los órganos de gobierno, a través de los grupos de impositores, entidades fundadoras, corporaciones locales, personal y entidades no fundadoras - representativas de la sociedad civil-, de carácter cultural, científico, benéfico, cívico, económico y profesional.
- Renovación bienal y por mitades de los grupos de representación de los órganos de gobierno, así como limitación temporal de mandatos.
- Regulación de incompatibilidades y estricto control de conflictos de intereses.
- Establecimiento de un doble mecanismo de supervisión y control de la gestión, mediante las funciones del Consejo de Administración y la Comisión de Control.

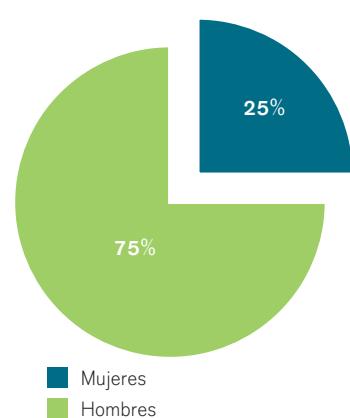
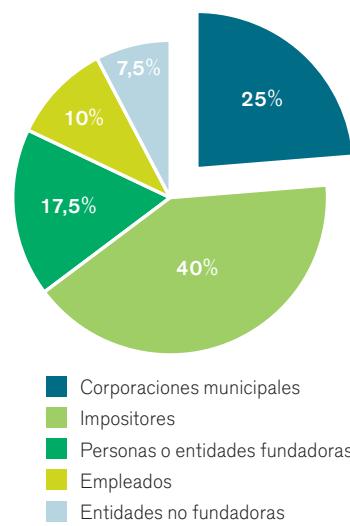
Persistiendo en el ánimo de actuación ética, íntegra y responsable, en los estatutos de la caja y en el Informe Anual de Gobierno Corporativo se recogen las incompatibilidades de los miembros de los órganos de gobierno. Asimismo, a pesar de que la caja no cuenta con una política específica en relación a la participación en el desarrollo de políticas públicas o actividades de lobbying, en los documentos anteriormente citados, se asigna al Consejo de Administración la aprobación de las líneas de actuación para canalizar adecuadamente la posición de la entidad en las políticas públicas.

A lo largo del ejercicio 2007 no se produjeron renovaciones en los órganos de gobierno de Caixanova ni, por tanto, en la Comisión Delegada del Consejo de Administración ni en las creadas en su seno como apoyo a su labor.

El máximo órgano de gobierno es la **Asamblea General**, compuesta por 160 consejeros generales independientes, si bien al cierre de 2007 contaba con 156 miembros, encargada de la supervisión de la gestión de la entidad, además de la aprobación de sus líneas generales de actuación.

La distribución de los consejeros generales en los diferentes grupos que conforman la Asamblea General, así como su distribución según el género y grupo de edad al que pertenecen a

#### ASAMBLEA GENERAL



### 3. Gestión responsable

cierre del ejercicio 2007, no ha variado respecto al ejercicio 2006, siendo dicha distribución la que se especifica a continuación:

Grupo al que pertenecen	Número	Porcentaje
Corporaciones municipales	37	23,72%
Impositores	64	41,03%
Personas o entidades fundadoras	27	17,31%
Empleados	16	10,25%
Entidades no fundadoras	12	7,69%
<b>Total Consejeros Generales</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>
Hombres > 50 años	90	76,92%
Hombres 30-50	27	23,08%
<b>Total hombres</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>
Mujeres > 50 años	22	56,41%
Mujeres 30-50	17	43,59%
<b>Total mujeres</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

El **Consejo de Administración** está formado por 19 consejeros encargados de las tareas de gobierno, gestión, administración y representación de la caja. El Consejo de Administración desciende parte de sus facultades en una Comisión Delegada, compuesta por 10 miembros. En el seno del consejo están constituidas la Comisión de Inversiones y la Comisión de Retribuciones, compuestas cada una de ellas por tres consejeros, cuyo objeto es informar a aquél sobre las inversiones estratégicas de la entidad y sobre la política general de retribuciones e incentivos para los miembros de la alta dirección, respectivamente.

Por su parte, la **Comisión de Control**, compuesta por 8 miembros, tiene por objeto supervisar la gestión del Consejo de Administración asumiendo, asimismo, las competencias del Comité de Auditoría.

En relación a la remuneración percibida por los miembros de los órganos de gobierno de Caixanova, cabe señalar que, según se establece en los estatutos de la entidad, los cargos de compromisario, consejero general, miembro del Consejo de Administración, miembro de la Comisión de Control y de Presidente de la entidad, tienen carácter gratuito y honorífico, no pudiendo percibir honorarios distintos de las dietas por asistencia y desplazamiento a las sesiones de los distintos órganos de gobierno, las cuales serán fijadas por el organismo oficial competente.

Los importes que se presentan en la siguiente tabla corresponden a la retribución percibida por los miembros del Consejo de Administración y de la Alta Dirección<sup>3</sup>, en los que se recogen todos los conceptos retributivos, fijos y variables, incluyendo la antigüedad.

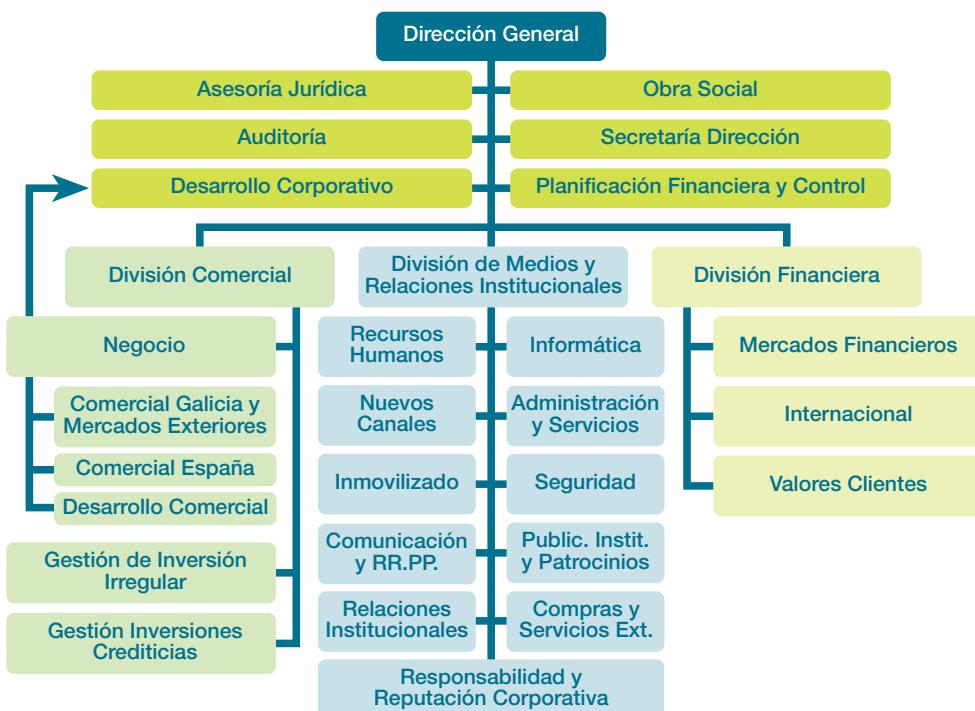
<sup>3</sup> Se considera personal clave de la dirección a los cargos de Director General, Directores Generales Adjuntos y Subdirectores Generales, integrados, al cierre del año 2007, por un total de 12 personas.

Remuneraciones (miles de euros)	Importe 2006	Importe 2007
Dietas por asistencia y otras remuneraciones análogas		
Consejo de Administración	436	483
Comisión de Control	20	26
Comisión de Retribuciones	4	8
Comisión de Inversiones	18	16
Remuneración a la alta dirección de Caixanova	4.408	4.208

### 3.5. Estructura y organigrama

(2.3) (2.9) (4.1)

El organigrama de Caixanova responde a las necesidades de adaptación de la estructura organizativa de la caja al proceso de expansión en el que está inmersa, así como al fortalecimiento de las relaciones entre las áreas de estrategia, de gestión y de control, garantizando la transparencia, la agilidad y la seguridad en todas las vertientes de actividad.





### 3.6. Gestión del riesgo

(4.11) (SO2)

Como entidad de crédito, para Caixanova la gestión del riesgo constituye un elemento clave de competitividad y eficiencia, así como la herramienta que permite optimizar la relación entre riesgo, rentabilidad y solvencia dentro del marco de una actuación socialmente responsable. Durante el ejercicio 2007, Caixanova ha continuado con los procesos necesarios para adecuarse a los requerimientos del Nuevo Acuerdo de Capital, conocido como Basilea II, que regula el nivel de solvencia en entidades de crédito con actividad internacional.

Considerando la adaptación a Basilea II una cuestión estratégica, Caixanova se ha incorporado como entidad piloto al Proyecto Sectorial de Control Global de Riesgos, desde su inicio.

Desde la implicación de todas las áreas de la organización, se mantienen unas líneas de trabajo consecuentes con las propuestas planteadas con el objetivo de realizar, tanto en el marco operativo como en el organizativo, las acciones necesarias para disponer de la estructura de gestión de riesgos más adecuada.

En el Informe Anual de Gobierno Corporativo correspondiente al ejercicio 2007 (disponible en [www.caixanova.es](http://www.caixanova.es)) se amplía y completa la información en relación al gobierno corporativo y sobre la gestión del riesgo en Caixanova.

### 3.7. Premios y reconocimientos a la gestión responsable

(2.10)

En 2007 Caixanova fue galardonada por diversas instituciones, organismos, asociaciones y grupos de opinión, en reconocimiento al acierto del diseño y enfoque de determinadas actuaciones, así como al impacto producido en el desarrollo socioeconómico de su entorno. Entre los reconocimientos más destacados, cabe resaltar los siguientes:



- Premio Computing España 2007, en la categoría de e-business: otorgado a Caixanova por la renovación de su portal corporativo e intranet.
- Primer Premio Computing año 2007, en la categoría e-business, por la integración de sistemas de gestión de contenidos en el portal del empleado de la entidad.
- Trofeo Galeguidade de la Enxebre Orde da Vieira: distinción otorgada a Caixanova por su labor de difusión de la cultura gallega.
- Tercer Premio Actualidad Económica a la mejor obra social de las cajas de ahorros en el ámbito de cultura y tiempo libre: otorgada a Caixanova por su centro social en Pontevedra.

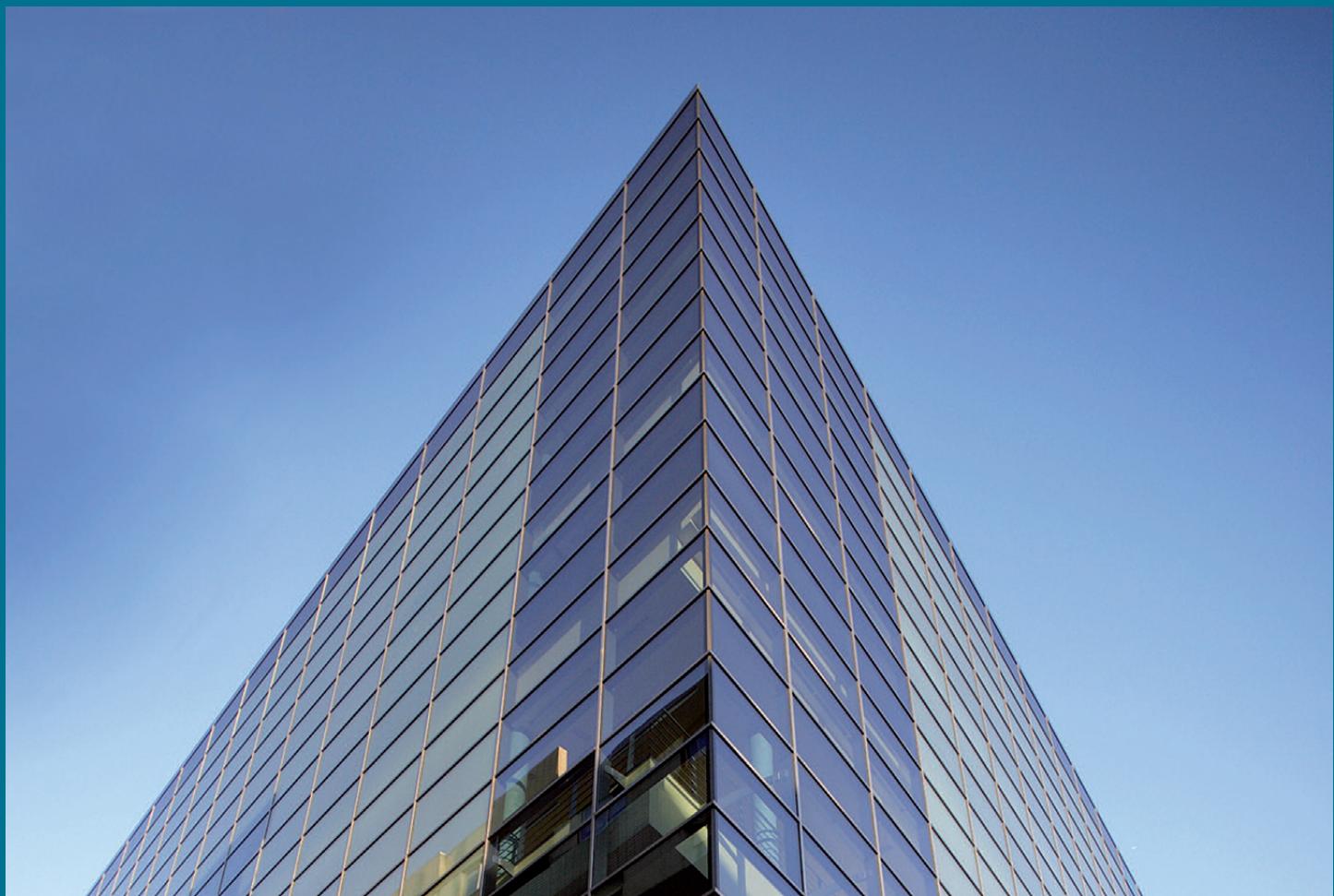


En el Informe Anual 2007 (disponible en [www.caixanova.es](http://www.caixanova.es)) puede encontrarse más información sobre los premios concedidos.



Creciendo con nuestros clientes





# 4 CRECIENDO CON NUESTROS CLIENTES



- |  |  |
|--|--|
| <b>Desarrollo socioeconómico</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciando el tejido empresarial: el 64,5% del crédito concedido en 2007 se destinó a actividades productivas</li> </ul> |
| <b>Inclusión social</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitando la accesibilidad y promoviendo productos con perfil social</li> </ul>   |
| <b>Comportamiento ético y transparente</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estableciendo una comunicación efectiva con nuestros clientes y asegurando el cumplimiento normativo</li> </ul>           |
| <b>Respeto medioambiental</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Considerando el impacto ambiental en las decisiones de inversión</li> </ul>   |
| <b>Difusión de cultura socialmente responsable</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollando iniciativas de educación financiera y garantizando la seguridad en el tráfico financiero</li> </ul>         |

Principales magnitudes	2007	2006
Número de clientes	1.238.070	1.214.748
% de crédito destinado a actividades productivas	64,5%	59,64%
Número de oficinas	541	502
Volumen de negocio (1) / empleado (2) (miles de euros)	12.418	11.379
Volumen de negocio/oficina (miles de euros)	70.787	63.944

(1) Volumen de negocio = recursos de clientes + créditos a la clientela

(2) Empleado: plantilla homogénea al cierre del ejercicio



## 4.1. Gestión de clientes

(2.7)

La satisfacción del cliente es el eje sobre el que gira la gestión de la actividad financiera de Caixanova. A lo largo de 2007 se ha avanzado en las líneas de actuación que la entidad considera prioritarias en su estrategia de fidelización y ampliación de su base de negocio, con especial atención a la inclusión financiera de acuerdo a criterios de sostenibilidad, como:

- La accesibilidad geográfica, física y operativa a los servicios de la entidad.
- El desarrollo de productos y servicios con perfil social.
- La promoción de la educación financiera.
- La mejora de la calidad a través de una actitud de escucha activa a los clientes.
- La responsabilidad en el tratamiento de la información y en la gestión de las operaciones.

### Perfil de clientes

Caixanova cerró el ejercicio 2007 con un total de 1.238.070 clientes, destacando los porcentajes de variación en los segmentos de comercio (18,9%), niños y jóvenes (15,5%) y empresas (7%).

SEGMENTO	2007		2006	
	Nº De Clientes	Porcentaje (1)	Nº De Clientes	Porcentaje (1)
<b>Particulares</b>				
Familias				
- De los que:	1.010.933	81,65%	1.002.552	82,53%
Niños y jóvenes	229.198	18,51%	198.491	16,34%
Tercera edad	303.159	24,49%	292.398	24,07%
Autónomos	108.947	8,80%	104.835	8,63%
No residentes	34.523	2,79%	32.199	2,65%
<b>Total particulares</b>	<b>1.154.403</b>	<b>93,24%</b>	<b>1.139.586</b>	<b>93,81%</b>
<b>Empresas y organismos</b>				
Empresas	48.542	3,92%	45.370	3,73%
Comercios	32.953	2,66%	27.708	2,28%
Sector público	2.172	0,18%	2.084	0,17%
<b>Total empresas y organismos</b>	<b>83.667</b>	<b>6,76%</b>	<b>75.162</b>	<b>6,19%</b>
<b>Total de clientes</b>	<b>1.238.070</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.214.748</b>	<b>100%</b>

(1) Porcentaje sobre el total de clientes

## 4.2. Accesibilidad

(2.2) (2.5) (2.6) (2.7) (2.8) (2.9) (SO1) (PR1)

### Accesibilidad geográfica. Expansión de la red de servicio

Caixanova, en línea con su misión y fin social, tiene como objetivo el facilitar la accesibilidad financiera, para lo cual considera relevante el desarrollo de un modelo de servicio de proximidad. A este objetivo la entidad responde desde una doble vertiente:

- Con la expansión de la red nacional e internacional de oficinas; y,
- Con el mantenimiento de la cobertura de determinadas zonas en las que resultaría complejo el acceso a servicios financieros, siendo en ocasiones la única entidad de crédito con oficina instalada en la población.

En este sentido, desde finales de 2007 Caixanova participa, como entidad de referencia del modelo español de cajas de ahorros, en un estudio sobre dividendo social, promovido por el Instituto Mundial de Cajas de Ahorros, en el que se analiza el papel de las entidades del sector a favor de la inclusión financiera en diferentes escenarios nacionales, mediante el mantenimiento de una red de servicio en zonas con un potencial riesgo de exclusión.

Dentro de su política de expansión, 2007 ha sido el ejercicio de mayor crecimiento de la red comercial en la historia de Caixanova, con 39 nuevas sucursales, hasta alcanzar las 541 oficinas. En total, se han inaugurado 38 oficinas operativas, destacando particularmente el incremento experimentado en la Comunidad de Madrid, donde la caja contaba al cierre de año con 45 sucursales.

En la siguiente tabla se muestra la evolución del total de oficinas de Caixanova en los últimos años:

RED DE OFICINAS	2007	2006	2005
<b>Oficinas operativas (1)</b>	<b>533</b>	<b>495</b>	<b>463</b>
Galicia	410	409	404
Pontevedra	210	210	207
Ourense	113	112	112
A Coruña	68	68	66
Lugo	19	19	19
Resto de España	119	82	55
<b>Total España</b>	<b>529</b>	<b>491</b>	<b>459</b>
Portugal	3	3	3
EE.UU. (Miami)	1	1	1



Oficinas de representación (2)	8	7	6
Alemania (Francfort)	1	1	1
Brasil (Sao Paulo)	1	1	0
Francia (París)	1	1	1
México (México D.F.)	1	1	1
Suiza (Ginebra y Zúrich)	2	2	2
Venezuela (Caracas)	1	1	1
Reino Unido (Londres)	1	-	-
<b>Total</b>	<b>541</b>	<b>502</b>	<b>469</b>

(1) Número total de oficinas operativas en España, resto de Europa y América.

(2) Número total de oficinas de representación en resto de Europa y América.

Respecto a la red internacional, cabe señalar la obtención de la calificación de International Branch -lo que permite una total operatividad con residentes- para la oficina de la entidad en Miami, Estados Unidos, convirtiéndose así en la primera caja de ahorros española en obtenerla. La trayectoria demostrada por la red americana de Caixanova animó la decisión de ampliar su presencia a otras importantes plazas de actividad en el área a lo largo de los próximos ejercicios. Asimismo, en 2007 inició su actividad la oficina de representación de Caixanova en Londres.

### Accesibilidad física

En lo que respecta a la accesibilidad por eliminación de barreras arquitectónicas, Caixanova está trabajando en la optimización de la adaptabilidad y accesibilidad de la red de oficinas. Más allá de la observancia de la normativa en la materia, se está perfilando un nuevo modelo de oficina, adaptada a las necesidades de los clientes, con un nuevo diseño para dispensadores de dinero, facilidades para mejorar el acceso a personas con discapacidad, ergonomía, etc. La oficina piloto está localizada en la calle Venezuela, de la ciudad de Vigo.

### Accesibilidad operativa. Potenciación del autoservicio y nuevos canales

La caja ha puesto en marcha algunas actuaciones encaminadas a liberar espacio y tiempo en las oficinas, favoreciendo el autoservicio y la optimización de las posibilidades que ofrecen los nuevos canales de comunicación (Internet, medios de pago electrónico, etc.).

En este sentido, Caixanova pone a disposición del cliente los canales que se enumeran a continuación, que complementan y agilizan el servicio ofrecido tradicionalmente en las oficinas, basado en la profesionalidad, calidad y transparencia. Así, a lo largo del ejercicio 2007:

- Se han instalado 47 nuevos cajeros automáticos, sumando un total de 530 cajeros al final del ejercicio, todos ellos con la última tecnología EMV de lectura de tarjetas con chip.
- El número de actualizadores de libretas (máquinas monofunción exclusivas para actualizar libretas) ascendió a 283 terminales.
- Se alcanzó un total de 222 cajeros automáticos en los que se pueden actualizar libretas.

#### 4. Creciendo con nuestros clientes

- Se incrementó la red de TPV con 741 nuevos aparatos, alcanzando las 17.660 unidades.
- Se alcanzaron las 569.546 tarjetas operativas, lo que supuso un incremento de 16.750 tarjetas con respecto a 2006, con las que se realizaron 65,5 millones de operaciones, correspondientes tanto a la actividad emisora como a la actividad merchant, por un importe total de 3.743,5 millones de euros.

Asimismo, la caja está desarrollando una serie de actuaciones encaminadas a mejorar la accesibilidad, seguridad, funcionalidad y gestión de la red de autoservicio, entre las que cabe destacar la implantación de las siguientes aplicaciones en los dispositivos de Caixanova:

- La nueva aplicación SEDA, que abre la posibilidad de ampliar las funcionalidades de cajeros automáticos, como el pago de recibos, reintegros con libreta o ingresos de billetes en firme. Esta ampliación de las utilidades de los cajeros automáticos facilitará el cumplimiento del objetivo de mitigación de tareas con escaso valor añadido hacia vías de autoservicio, optimizando los recursos de la red para mejorar la atención personalizada y el asesoramiento a clientes. En esta línea, en 2007 se llevó a cabo un estudio de identificación de las mejores prácticas detectadas en las oficinas más avanzadas, para su difusión al conjunto de la red a través de reuniones y jornadas de formación.
- Paralelamente, en 2007 se fortaleció el sistema de control de la red de autoservicio mediante la implantación de la aplicación GASPER, herramienta de monitorización de todos los dispositivos, que permite la detección anticipada de averías y mejorar los tiempos de reparación.

Con el fin de reforzar la seguridad y la mejor gestión del efectivo en las oficinas, en 2007 Caixanova diseñó el proyecto de implantación de nuevas máquinas recicladoras de efectivo en caja, que se completará a lo largo del ejercicio 2008. Tan solo aquellas oficinas con escaso movimiento en efectivo, dispondrán, en su lugar, de verificadoras que eliminarán el riesgo de fraude por falsificación.

#### Enova

Respecto al servicio de banca electrónica que Caixanova pone a disposición de sus clientes, Enova, cabe señalar los avances que se produjeron en 2007 sobre las potencialidades de explotación de este canal. Así, el portal corporativo de Caixanova se vio enriquecido con mejoras significativas, entre las que destacan las siguientes:

- Posibilidad de realización de transferencias internacionales.
- Primeras funcionalidades en los idiomas gallego e inglés.
- Tratamiento de domiciliaciones y recibos.
- Ampliación del horario de transferencias.
- Mejoras en seguridad: envío de correo electrónico informativo a clientes, SMS al ordenante de transferencias, mejoras en el cambio de firma y modificaciones de seguridad en la página de identificación.



- Nuevo servicio de avisos SMS.
- Adaptación a MiFID en cuanto a información a clientes.

Como consecuencia del esfuerzo realizado por ofrecer más y mejor servicio a través de este canal, el número de clientes registrados como usuarios de Enova se incrementó un 43% en el ejercicio 2007, superando las operaciones realizadas a través de este canal los 224 millones de euros. Cabe señalar que Enova incorpora en su servicio las más avanzadas medidas de seguridad, que garantizan que todas las operaciones se realicen dentro de un contexto de confidencialidad, aportando un alto grado de fiabilidad a los usuarios.

#### **Mnova, Vnova**

Por otra parte, mediante el compromiso de innovación y adaptación a las nuevas tecnologías, Caixanova ofrece a sus clientes a través de Mnova y Vnova la posibilidad de optar a servicios electrónicos alternativos bien por Internet o teléfono móvil, con los que se pueden consultar saldos y movimientos de la cuenta corriente, realizar traspasos y transferencias, o consultar domiciliaciones, entre otras operaciones.

### **4.3. Productos y servicios con perfil social**

**(2.2) (2.7) (2.8) (HR1)**

Caixanova ofrece un servicio personalizado y de calidad a través de una amplia cartera de productos y servicios competitivos y adaptados a las nuevas exigencias de la sociedad, destinados a satisfacer las necesidades de sus diversos segmentos de clientes.

Desde sus orígenes, Caixanova se ha caracterizado por su fuerte compromiso social y su vocación de servicio y trabajo en favor del desarrollo social. De forma especial, se esfuerza en satisfacer las necesidades de aquellos sectores de la población con menos posibilidades de acceder a servicios financieros, apoyándoles desde el primer momento con una oferta de productos y servicios con condiciones ventajosas.

#### **Productos y servicios dirigidos a determinados segmentos sociales**

Caixanova ha ofrecido a lo largo de 2007 una serie de productos y servicios orientados a cubrir las necesidades de diferentes segmentos sensibles de la sociedad, entre los que se destacan los siguientes:

- Dirigidos al sector **jóvenes**, Caixanova continúa diseñando nuevos productos dentro del programa Novaxove, en el que se promocionan ofertas exclusivas y numerosos beneficios financieros enfocados a este segmento de la población. A través del portal Novaxove en Internet, más interactivo desde 2007, se ofertan actividades culturales y otras iniciativas

#### 4. Creciendo con nuestros clientes

como foros, weblogs y ofertas de trabajo, entre otros. Se crea así un canal de comunicación con los jóvenes, permitiendo adaptar los productos a sus nuevas demandas. Los productos que se engloban dentro del programa son la cuenta Novaxove, la tarjeta Novaxove y la gama de préstamos Novaxove:

- *La cuenta Novaxove*, que está exenta de comisiones, es accesible desde distintos canales, como cajeros, Enova o Mnova. A lo largo de 2007 se ha mejorado el portal, añadiendo la iniciativa "Cuéntame lo que necesitas", con la pretensión de que en un futuro se pueda usar como nuevo canal de comunicación con clientes.
- En 2007 se acordó revisar y mejorar las condiciones de la *Tarjeta NX* para que se puedan beneficiar de la misma los jóvenes de entre 16 y 30 años. Entre estos beneficios está la retirada en efectivo en cualquier cajero del mundo sin cobro de comisiones. El alta es gratuita y no se le aplican comisiones de emisión ni renovación. Estas condiciones serán aplicables desde febrero de 2008.
- *La Hipoteca Novaxove* amplió su oferta en 2007 para facilitar el acceso a la compra de la primera vivienda a personas de hasta 40 años. Se trata de una hipoteca flexible, sin comisión de apertura que se adapta a las necesidades y posibilidades de cada cliente.

Otro producto destacable orientado al segmento de jóvenes es el Plan de Renta Básica de Emancipación. Firmado en 2007, aunque no se materializará hasta 2008, mediante convenio con el Ministerio de Vivienda y en colaboración con las Comunidades Autónomas, se ha elaborado un plan mediante el cual se ofrece apoyo económico a jóvenes para el pago del alquiler de su vivienda habitual, como, por ejemplo, la mejora de condiciones de aval sin comisión de apertura.

No sólo orientado a jóvenes, sino a todas aquellas personas que quieran acceder a una vivienda, la Hipoteca Cuota Blindada, que consiste en un préstamo a tipo de interés variable, establece una cuota fija mensual, siendo el plazo de amortización el que se ajusta a las variaciones del tipo de interés, y de esta manera los clientes pagan la misma cantidad cada mes con independencia de la eventual tendencia al alza de los tipos de interés. Además, para facilitar el pago, permite recalcular la cuota en lugar de reducir el plazo.

- En relación a las **familias numerosas**, Caixanova, en colaboración con la Vicepresidencia da Igualdade e do Benestar de la Xunta de Galicia, patrocina el Carné Familiar, que permite a los miembros de las familias que lo soliciten obtener ventajas y descuentos de las entidades colaboradoras. Caixanova, además de ser el operador logístico que confecciona y envía los carnés, ofrece ventajas financieras a sus titulares, como préstamos personales e hipotecarios.
- Paralelamente, Caixanova ofrece otros servicios a las familias numerosas, como una cuenta especial con dos tarjetas de débito asociadas, domiciliación de nómina y domiciliación de recibos sin coste; un Plan de Protección Familiar; o el Plan Estrena, con el que se facilita el cambio de vivienda o de coche.



- Para el colectivo de **jubilados y pensionistas**, Caixanova oferta una amplia gama de productos y servicios que abarcan desde ofertas de inversión con atractivas condiciones financieras y fiscales para complementar los ingresos de jubilación, hasta soluciones residenciales. Así, Caixanova garantiza el cobro de las pensiones a fecha fija, soportando, en su caso, el coste financiero de la anticipación de dicho abono; fomenta la actividad cultural y relacional en este segmento mediante la subvención de parte del coste de viajes organizados de ocio; y, a través de Geriatros, S.A., empresa participada de la caja, presta servicios residenciales y asistenciales a los mayores.
- Respecto a los productos y servicios orientados a **inmigrantes**, destaca la puesta en marcha en 2007 de la Plataforma Bravo, a través de la cual los inmigrantes pueden enviar remesas a sus países de origen en condiciones ventajosas.

### **Productos y servicios dirigidos a empresas**

Caixanova continúa apostando por las **empresas** como motores de la sociedad, ofreciendo, tanto a través de la actividad financiera como de la obra social, posibilidades para la mejora de las oportunidades de desarrollo y promoción de la iniciativa empresarial. Dentro del compromiso de impulsar la iniciativa empresarial, Caixanova presta especial atención a las operaciones de comercio exterior a través de la prestación de servicios que ayuden a los empresarios en sus estrategias de internacionalización.

La especial vocación empresarial de Caixanova, como rasgo distintivo dentro de su sector, se pone de manifiesto en el peso de las actividades productivas en su cartera de inversión crediticia, alcanzando el 64,5% del total.

Dentro del portal corporativo de la caja, Caixanova ha creado un espacio exclusivo para empresas, que, además de ofrecer diferentes productos y servicios adaptados a sus necesidades, sirve como punto de contacto con las mismas. En este sentido, en 2007 se inició una ronda de contactos con los directores y gestores de empresas de las zonas de expansión, con objeto de definir la estrategia de comunicación y marketing a empresas, la oferta de productos y el posicionamiento diferenciado de la caja respecto a este segmento, así como de difundir las herramientas de gestión comercial a disposición de la red en Intranova. Asimismo, se sigue "el pulso" de la red de oficinas y sus principales demandas para lograr una atención óptima a la clientela y una oferta adecuada de productos.

Con el mismo objetivo se pusieron en marcha los foros en Intranova, como canal de comunicación entre empleados, orientados a la mejora de la prestación de servicios al cliente. A la fecha de cierre del presente informe, esta comunidad virtual contaba con 16 foros abiertos y 3.252 miembros registrados.

De entre las diferentes iniciativas lanzadas en 2007, destacan las siguientes:

- Factura electrónica: la caja tiene previsto poner a disposición de sus clientes dicho servicio a principios del 2008, adoptando el formato "Facturae" desarrollado por la



Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA) y compatible con la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT), figurando inscritos ante dicho organismo como "Prestadores de servicios de facturación electrónica con formato Facturae". Para mejorar la difusión del servicio, además de cuadripticos para sucursales, se ha desarrollado un microsite en el que se explica, entre otros aspectos, qué es, cómo funciona y qué ventajas aporta la facturación electrónica. Dicho microsite cuenta con una demostración del servicio locutada, lo que facilita la comprensión del funcionamiento de la aplicación.

- Campaña "Relojes fuera": enfocada a la dedicación de los gestores de empresa de Caixanova a los clientes, buscando en todo momento la máxima calidad en el servicio y en la atención que se les presta. A través de esta campaña se quiere representar la actitud de servicio de Caixanova hacia las empresas a través de un elemento tangible y altamente valorado por los clientes, como es el tiempo.

Asimismo, Caixanova presta un especial apoyo a los **emprendedores**. Además de las iniciativas creadas en torno a ellos y que se describen en el apartado dedicado a la acción social, la caja oferta productos financieros adaptados a sus necesidades y en condiciones ventajosas, como, por ejemplo, préstamos personales, pólizas de crédito o hipotecas para compra de local.

En relación al **sector primario** (agricultura, ganadería y pesca), Caixanova tiene establecidos convenios con diferentes administraciones (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Consejería de Trabajo-Fomento de Empleo). Mediante estos convenios y los productos y servicios ofertados a través de Agronova, se facilitan diferentes líneas de financiación orientadas a satisfacer las necesidades de este sector, como créditos para la financiación de inversiones, préstamos para financiar las necesidades de las campañas agrícolas, anticipos de las ayudas



agrarias de la Unión Europea, seguros específicos para el sector agrario, así como financiación para promover la creación de puestos de trabajo para desempleados.

### Convenios públicos

La relevancia de la responsabilidad social es muy significativa en el caso de las entidades financieras por la trascendencia social de su actividad y por su impacto para el desarrollo económico general. Caixanova mantiene un contacto permanente y estable con las Administraciones Públicas que le permite conocer, y con ello dar respuesta, a las necesidades que desde la Administración se puedan identificar.

CONVENIOS PÚBLICOS			
euros	AÑO 2007	AÑO 2006	AÑO 2005
<b>Convenios con el Instituto de Crédito Oficial (ICO)</b>			
PYME	26.855.393	16.862.442	9.596.150
EMPRENDEDORES	222.181	341.844	-
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	(1)	-	-
SOCIEDADES LABORALES	(2)	-	-
ICO-CDTI (Centro para el desarrollo Tecnológico Industrial)	(2)	771.000	98.425
TRANSPORTE	806.168	1.409.725	1.261.046
ICO-IDAE (Instituto para la Diversificación y Ahorro Energético)	(2)	1.667.417	3.426.743
Plan Avanza - Ciudadanía Digital	658.925	22.922	-
Plan Avanza - Jóvenes y Universitarios	253.959	9.648	-
Plan Avanza - TIC	2.201.713	218.497	-
Textil, Calzado, Mueble y Juguete	(1)	-	-
Incendios Galicia	(4)	-	-
Cinematografía	-	-	600.000
Microcréditos	(3)	22.300	24.000
MAPA Sector Pesquero	(2)	11.212.656	38.223.595
Internacionalización	600.000	420.000	-
ICO-ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior)	179.500	-	-
Afectados FORUM-AFINSA	2.322.189	-	-
<b>Convenios con el Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)</b>			
Microcréditos	1.936.149	7.237.311	8.120.906
Emprendedores	1.402.020	-	-
Innovación Tecnológica	120.000	-	-
Peme Xove	1.079.478	-	-
Peme Competitiva	442.799	-	-
Productores de Uva	3.322.195	8.788	-
Pyme	180.304	7.103.767	23.484.250
Productores de Mejillón	(2)	8.552.755	-
Establecimientos de Ferrol-Eume-Ortegal	11.804	-	-
Compra de Derechos de pesca	-	-	-
Comercio Minorista	(2)	-	522.511

#### 4. Creciendo con nuestros clientes

<b>Convenios con la Xunta de Galicia</b>			
Fomento de Empleo Autónomo	1.425.703	899.246	2.887.033
Mulleres Emprendedoras	278.807	-	-
Universitarios	45.000	57.000	60.071
INEGA (Instituto Enerxético de Galicia)	(2)	256.297	136.958
Anticipo de Subv. Vicepresidencia da Igualdade e do Benestar	462.086	-	-
IGVS (Instituto Galego da Vivenda e Solo)	2.584.088	781.705	5.805.130
<b>Convenios con el Ministerio de Agricultura y Pesca</b>			
Mejora de Estructuras Agrarias	2.324.231	9.299.195	10.282.311
<b>Convenio con el Ministerio de Industria</b>			
Hogares Conectados	(2)	714.499	2.950
Plan Nacional de Vivienda 2005-2008	59.308.009	53.150.924	66.405.562

(1) No se han producido solicitudes de este tipo de operaciones.

(2) En 2007 el organismo promotor no habilitó esta línea de financiación.

(3) En 2007 Caixanova no se adhirió por falta de demanda y/o semejanza a convenios autonómicos.

(4) Línea no operativa al no presentarse propuestas de resolución de los organismos competentes.

Caixanova colabora con las Administraciones Públicas a través de la firma de convenios que tienen por objeto el desarrollo de los distintos sectores productivos, no sólo para mejorar su producción, aumentando su facturación, sino también para impulsar y mejorar la calidad de vida de aquellas personas de las zonas en las que Caixanova tiene influencia. Así, la caja ha incrementado en un 60% el volumen de operaciones de financiación de nuevas empresas a través de líneas de crédito especiales, alcanzando un volumen total de 11,7 millones de euros en 2007.

En 2007, Caixanova ha suscrito con el Ministerio de Vivienda un convenio para actuar como entidad colaboradora en el plan de ayudas directas del Estado para el pago del alquiler de vivienda habitual, destinadas a jóvenes de entre 22 y 29 años. Como complemento a este plan de ayudas, Caixanova ha diseñado productos financieros específicos, como las órdenes periódicas gratuitas para el pago del alquiler o los avales en condiciones preferentes sin comisión de apertura ni gastos de estudio. Con estas iniciativas, que entrarán en funcionamiento en el año 2008, Caixanova facilitará el acceso de jóvenes a su primera vivienda.

Caixanova no ha realizado ningún acuerdo de inversión que incluya cláusulas de derechos humanos ya que considera que no existen acuerdos de este tipo que puedan implicar riesgos en esta materia.

#### **Inversión socialmente responsable**

Caixanova pone a disposición de sus clientes un fondo de inversión socialmente responsable, AC Responsable 30, destinado a aquellos inversores que quieran dirigir sus inversiones a empresas



o compañías que consideren criterios éticos, solidarios y ambientales, cumpliendo estándares reconocidos de RSC y estén incluidas en el índice DJSI WORLD.

Paralelamente, en el año 2007 Caixanova inició la comercialización del fondo Caixanova Garantizado Global Water F.I., dirigido a clientes interesados en invertir en el sector del agua. Este fondo está referenciado al índice WOWAX (World Water Index), que agrupa a las 20 compañías más importantes del mundo relacionadas con el sector del agua.

## 4.4. Educación financiera

Caixanova desarrolló y puso a disposición de sus clientes una Guía fácil para la compra y financiación de la vivienda. De esta forma, la caja acompaña al cliente en todo el proceso de adquisición, abarcando desde el asesoramiento hasta la financiación. Continuando con su apuesta por la educación financiera de los jóvenes, la Escuela de Negocios Caixanova entregó en 2007 los premios de la primera edición de "Play! Desafío para Jóvenes Emprendedores". Esta iniciativa, realizada en colaboración con el Instituto de Desarrollo Caixanova, única en la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal, está diseñada para que los jóvenes estudiantes de bachillerato adquieran, a través de la experiencia, conocimientos de economía y dirección de empresas. La novedad más relevante de la segunda edición del programa, puesta en marcha en noviembre de 2007, supone la extensión de la participación a alumnos procedentes del Norte de Portugal.

## 4.5. Consideración del impacto ambiental indirecto en productos y servicios

(4.11) (EC2) (EN26)

Como entidad de crédito, el impacto ambiental indirecto derivado de las decisiones de toma de participaciones empresariales, así como el de los productos y servicios financieros que ofrece Caixanova, cobra una especial relevancia y alcance que trasciende al de los impactos ambientales directos producidos como consecuencia de su propia actividad, descritos anteriormente. En este sentido, la caja es consciente de su papel en la protección del medio ambiente, tanto en el desarrollo de líneas de financiación para fomentar el uso de energías renovables, como en el respeto a las exigencias normativas en el análisis de proyectos a financiar.

A través de sus operaciones financieras, la caja apoya las iniciativas ambientalmente responsables y, al mismo tiempo, restringe los fondos destinados a operaciones que pudieran tener repercusiones negativas sobre el medio, teniendo presente el riesgo en materia de cambio climático derivado de la financiación a empresas que desarrollan actividades susceptibles de producir

#### 4. Creciendo con nuestros clientes

estos impactos. En este sentido, cabe destacar el apoyo que la caja ha dado a empresas sostenibles a través de su cartera de participaciones, especialmente en sectores como la energía renovable<sup>4</sup> Sin olvidar la búsqueda de la rentabilidad, aunque aplicando los retornos al crecimiento en su totalidad, se ha hecho especial hincapié en las energías renovables, con una apuesta decidida por el sector, tanto en energía solar, eólica y combustibles ecológicos, con una búsqueda de presencia en toda la cadena de valor.

Dentro de los principios básicos que rigen la política de gestión de riesgos de Caixanova, se sigue un criterio de precaución respecto a los temas ambientales. Así, dentro del proceso de adaptación a los requerimientos de Basilea II, se comprende el impacto del riesgo de carácter medioambiental desde una doble vertiente: por su impacto en el riesgo de reputación y por su incidencia en la valoración del riesgo de crédito, lo que puede llegar a suponer la revisión, por parte de asesores legales y expertos técnicos, de todos aquellos proyectos que puedan tener un impacto ambiental significativo.

### 4.6. Calidad en el servicio

#### (4.12) (PR3)

La calidad en el servicio es uno de los pilares de la cultura de Caixanova. La caja cuenta con una estrategia diferenciada que le permite conocer las diferentes necesidades de sus clientes y traducirlas en un servicio eficiente y de calidad que satisfaga sus necesidades. De esta manera, el enfoque del trabajo está basado en procesos, orientado a resultados y con una filosofía de mejora continua, alineada con la estrategia de la entidad. En concreto, en el último estudio elaborado

	<b>Media Sector</b>	<b>Media CXN</b>	<b>Evolución 2006</b>	<b>Evolución 2005</b>
<b>Satisfacción global con la oficina</b>	8,35	8,44	0,03%	0,16%
<b>Satisfacción global con la Caja</b>	8,14	8,05	-0,07%	0,09
<b>Compromiso con la Caja (fidelidad vs recomendación)</b>	Socios + Comprometidos 81,1% Decepcionados -2,2%	Socios + Comprometidos 82,8% Decepcionados 3,3%	-	-

Resultado de la encuesta de satisfacción del servicio prestado por la caja a través de las oficinas

4 Para más información, se puede consultar el apartado E.1 del Informe Anual de Gobierno Corporativo, relativo a la composición del Grupo Caixanova, disponible en [www.caixanova.es](http://www.caixanova.es).



por CECA en 2007 sobre la satisfacción de los clientes con el servicio ofrecido desde las oficinas, se ha puesto de manifiesto que, un año más, Caixanova continúa aumentado el nivel de satisfacción global de sus clientes, mejorando su posición competitiva dentro del sector de cajas de ahorros.

Por otra parte, desde 1996 Caixanova dispone de un sistema de gestión de la calidad certificado por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), conforme a la norma UNE EN ISO 9001:2000 para los servicios de medios de pago (tarjetas Caixanova), servicio de caja electrónica (Enova) y los servicios de depositaría de fondos de pensiones y comercialización de planes de pensiones. La Política de Gestión de la Calidad de Caixanova está basada en los siguientes principios:

- Entidad próxima a las personas y sensible a las necesidades de su entorno.
- Imprescindible para Galicia e irreemplazable para los clientes.
- Que fomenta y mantiene las relaciones a largo plazo con los clientes, basadas en la excelencia en el servicio prestado.
- Con el objetivo de alcanzar la plena satisfacción de sus clientes.
- Organización de alto rendimiento.
- Garantes de la legalidad y de la seguridad en el mercado, al tiempo que entiende la transparencia y confidencialidad como la única forma de ser acreedor de la confianza de los clientes y proveedores.
- Considera la calidad como una responsabilidad compartida por toda la organización.

De las encuestas de satisfacción de los servicios certificados por la norma UNE EN ISO 9001:2000, se han obtenido los siguientes resultados:

SERVICIO	Nota media			Satisfacción		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Medios de pago	8,09	8,19	8,34	98,94%	99,73%	99,74%
Enova	7,57	7,73	7,48	81,3%	96,88%	98,14%
Planes de pensiones	7,37	7,6	7,41	97,27%	96,01%	94,96%

En su reunión de octubre de 2007, el Comité de Calidad de Caixanova detectó aspectos de mejora de los que surgieron nuevas actuaciones, como el proyecto "Potenciar el autoservicio Enova", para lo cual se creó un grupo de trabajo. Cabe señalar que, en relación a los medios de pago-tarjetas y planes de pensiones, el índice de satisfacción general obtenido en el ejercicio 2007 se situó, respectivamente, en un 98,94 % y 97,27%, respectivamente, de clientes entrevistados que se han manifestados satisfechos. Asimismo, en ambos casos se ha realizado un ejercicio de revisión de puntos débiles 2007 respecto al 2006 con el estado y la trazabilidad de

#### 4. Creciendo con nuestros clientes

las acciones desde entonces, para obtener un primer panel de acciones derivado para el bienio 2007-2008.

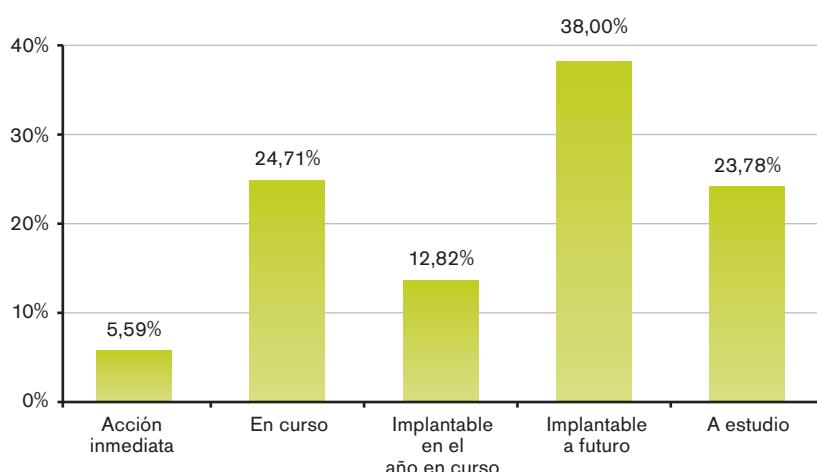
El Departamento de Marketing y Calidad de Caixanova está desarrollando un programa específico, dentro del Plan Estratégico de la entidad para el trienio 2008-2010, donde se recoge como línea de actuación la profundización en el conocimiento de la percepción del cliente a través de encuestas de satisfacción, ampliando el ámbito de las mismas.

Respecto al **Buzón de sugerencias**, en 2007 se ha abordado un proceso de mejora que va a permitir aprovechar de forma más adecuada y sistemática la fuente más importante de conocimiento interno en materia de calidad de servicio al cliente. Estas mejoras han permitido dinamizar el flujo de información y agilizar el tratamiento de las sugerencias. El Buzón dispone de un servicio de noticias breves que estarán relacionadas con la evolución del mismo, estadísticas, sugerencias relevantes y premios.

En 2007, el Buzón recibió un total de 785 sugerencias, lo que supone un incremento del 250% con respecto al año 2006, partiendo de la red comercial el 86% del total.

BUZÓN DE SUGERENCIAS	2007	%
<b>Entradas en el buzón</b>	<b>882</b>	<b>100%</b>
Sugerencias	785	89%
Incidencias	75	8%
Quejas	25	3%
<b>Origen sugerencias</b>		
Red Comercial		86,5%
SSCC		13,5%

#### ESTADO DE IMPLANTACIÓN





De las sugerencias valoradas como favorables, hasta un 40% se encuentran ya implantadas o se está trabajando en su implantación.

En general, la caja ha integrado la gestión de los objetivos de mejora derivados de los estudios de satisfacción, a través de una herramienta integrada en toda la organización para el establecimiento, priorización y seguimiento de los mismos. Así, para el caso específico del grupo de interés de clientes, la entidad ha puesto en marcha diferentes proyectos en el marco del Plan Anual Global que inciden directamente en aspectos o puntos débiles que perciben nuestros clientes.

Un año más, Caixanova continuó con los **Premios a la Calidad** como vehículo de motivación y de diálogo con los trabajadores. De esta forma, Caixanova premia el buen servicio que ofrecen los empleados, tanto a clientes externos como internos. Se trata básicamente de premios de prestigio profesional dentro de la entidad, que sirven como ejemplo y estímulo para el resto de áreas y oficinas en el empeño por la consecución del mejor nivel de servicio al cliente.

## 4.7. Escuchando al cliente

El Servicio de Atención al Cliente (en adelante SAC) es uno de los canales de que disponen los usuarios y clientes para presentar quejas<sup>5</sup> y reclamaciones<sup>6</sup> que se refieran a sus intereses y derechos legalmente reconocidos, derivados de los contratos suscritos, de la normativa de transparencia y protección a la clientela y de las buenas prácticas o usos financieros.

Este servicio se organiza a través de un departamento específico, encuadrado en la División de Medios y Relaciones Institucionales, dentro del Área de Comunicación y Relaciones Públicas, garantizando su independencia de las restantes unidades funcionales de la entidad en cuanto a sus actuaciones y decisiones.

Las funciones principales del Servicio de Atención al Cliente son:

- Atender, canalizar y resolver las quejas y reclamaciones planteadas por los clientes y usuarios de forma adecuada y, con ello, alcanzar la satisfacción del cliente.
- Actuar como mediadores en los conflictos con los clientes y usuarios.
- Servir de canal de comunicación con los clientes para localizar los puntos fuertes y débiles de la entidad a través de las opiniones de los clientes y usuarios.

El procedimiento empleado para gestionar una reclamación o queja se inicia con la recepción en el Servicio de los impresos de queja y reclamación disponibles en las oficinas, o a través de otros medios escritos: carta, fax, correo electrónico, o visita personal en el Departamento. A medida que se registra la incidencia, se resuelve en el menor tiempo posible por el área afectada o bien

5 Entendiendo por queja la declaración de insatisfacción o desacuerdo por parte del cliente.

6 Se entiende por reclamación la queja que implique la solicitud de reparación de un quebranto económico.

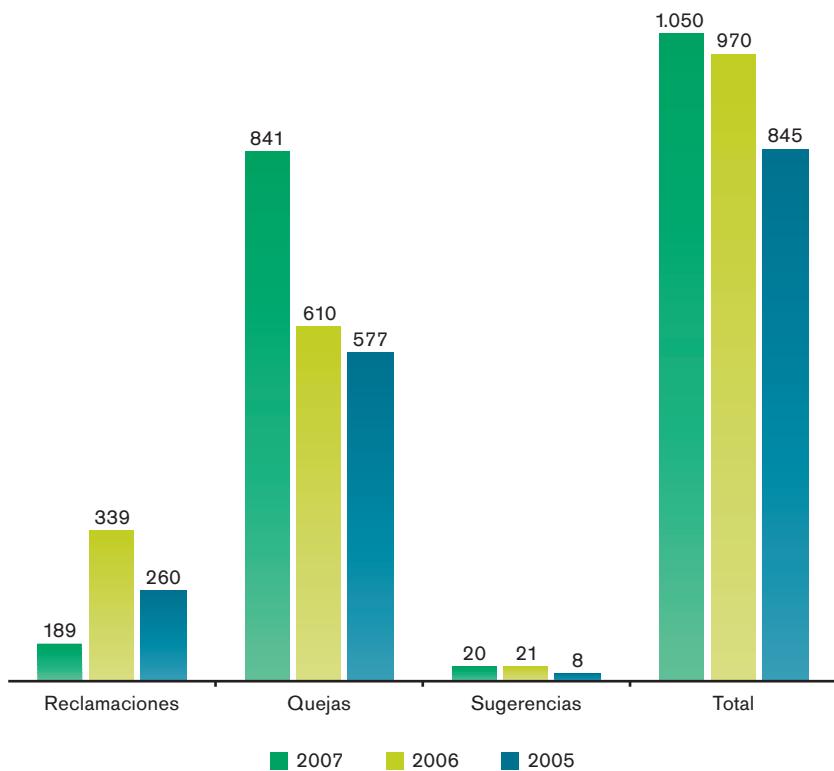
#### 4. Creciendo con nuestros clientes

directamente por el SAC. En este sentido, cabe señalar la reducción en el tiempo medio de respuesta frente a 2006, habiéndose pasado de los 29 días del pasado ejercicio a los 27 actuales.

De forma paralela, se realiza un seguimiento de todas las reclamaciones y quejas que se encuentran pendientes de resolución, con el fin de evitar retrasos injustificados en las respuestas y prestar una mayor calidad de servicio.

A lo largo de 2007 se recibieron en el SAC un total de 1.050 quejas, reclamaciones y sugerencias (incluidas las referentes a la obra social), 80 más que las recibidas en 2006, lo que suponen un aumento respecto al año anterior del 8,24%. Esta tendencia en el incremento del número de quejas y reclamaciones está justificado por la expansión de la red de oficinas de la entidad, que ha dado lugar al aumento del número de clientes, así como a las mejoras en las comunicaciones con los mismos, destacando el servicio rápido, ágil y fluido que se presta a través de Internet. En definitiva, los nuevos canales están suponiendo una mejor y más ágil comunicación y percepción de las inquietudes de los clientes de la caja.

Tipología	2007	2006	2005	Variación 2006-2007
Reclamaciones	189	339	260	-44,24%
Quejas	841	610	577	37,86%
Sugerencias	20	21	8	-4,76%
<b>Total</b>	<b>1.050</b>	<b>970</b>	<b>845</b>	<b>8,24%</b>





La tipología de las quejas y reclamaciones presentadas relativas a la actividad financiera, según la nueva clasificación por temas contemplada por la autoridad supervisora, fue la siguiente:

Tipología de las reclamaciones	2007
Productos de activo	70
Productos de pasivo	126
Medios de pago	59
Cajeros y TPV	71
Banca electrónica y telefónica	74
Servicios	116
Seguros y planes de pensiones	13
Otros productos y servicios	405
<b>Total</b>	<b>934</b>

Los criterios generales para la toma de decisiones se basan en el cumplimiento de las normativas internas y externas, así como en los criterios de decisión utilizados por otros organismos para supuestos similares (CNMV, Banco de España, Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones), teniendo siempre en consideración las circunstancias particulares de cada caso y valorando en las conclusiones la claridad como base de la respuesta a la solicitud planteada.

Gracias a la labor del SAC, Caixanova mantiene un canal de comunicación activo con sus clientes que le permite conocer sus necesidades e inquietudes y, de esta forma, orientar mejor sus actuaciones comerciales, de cara a mantener e intensificar las relaciones financieras con sus clientes bajo un clima de confianza mutua, asegurando la mejor prestación de servicio.

## 4.8. Responsabilidad en nuestros productos

(EN28) (SO2) (SO3) (SO4) (SO8) (PR1) (PR3) (PR6) (PR9)

### Seguridad en los datos de clientes

Para una entidad financiera como Caixanova, la salvaguarda de la información que maneja es un compromiso que trasciende la obligación legal de protección de datos y la defensa empresarial, formando parte de un código deontológico que contempla la confidencialidad como uno de los valores clave de su actividad. En esta línea, Caixanova ha instaurado una serie de medidas:

- Comunicar a los clientes la información obligatoria a la hora de facilitar datos de carácter personal y recoger la autorización específica para el tratamiento de datos por parte de las personas físicas.

#### 4. Creciendo con nuestros clientes

- Implantar un sistema de seguridad de los datos que aprueba el Reglamento de Medidas de Seguridad, orientado a mantener la adecuada confidencialidad y privacidad de la información que se maneja en la entidad.
- Mantener los datos con un nivel adecuado de calidad, efectuando la declaración, modificación e inscripción en el registro de la Agencia de Protección de Datos de los ficheros con información de carácter personal.

Es destacable que desde el inicio de la reglamentación de protección de datos y medidas de seguridad, distribución física de oficina y conductas laborales orientadas a la confidencialidad y privacidad, no se han producido sanciones relativas a la protección de datos.

En cuanto a la contratación de bienes y servicios por vía electrónica, el suministro de información y la prestación de cualquier servicio a petición individual de los usuarios por dicho medio, Caixanova cumple con:

- El mantenimiento de logs de la actividad realizada.
- La identificación fiscal de la entidad financiera.
- La indicación del precio de los servicios.
- La indicación del tipo de información que se facilita.
- El consentimiento previo del destinatario de la información que se emite.
- La contratación específica debido al medio electrónico.

#### **Medidas adoptadas para evitar el fraude en las tarjetas y banca electrónica**

##### *Seguridad en cajeros automáticos*

Los cajeros disponen de puertas de acceso con acristalamiento resistente, detección sísmica, elementos de blindaje, conexión al sistema de alarma, anclaje al suelo o pared, todo ello ajustado a los requerimientos legales y dependiendo del lugar donde se encuentren instalados.

De acuerdo con los requerimientos exigidos por las compañías internacionales de medios de pago, en 2007 se ha cambiado la aplicación de los cajeros, incluyendo las últimas medidas de seguridad. Asimismo, se han instalado nuevos dispositivos antifraude que evitan la captura de números y claves de tarjetas.

En concreto, respecto a tarjetas, Caixanova dispone de un sistema “espía” que permite detectar usos no habituales y contrastar con el cliente si los datos son correctos.

##### *Seguridad en ENOVA*

Para garantizar la seguridad de las operaciones realizadas a través de la caja electrónica (ENOVA) y evitar los ataques de “phising”, además de las medidas tradicionales (código de usuario, clave de acceso y firmas electrónicas adicionales cuando se realizan operaciones económicas), en 2007 se han desarrollado las siguientes iniciativas:



- Aviso con un SMS o correo electrónico al ordenante de una transferencia en el momento en el que los fondos salen de su cuenta.
- Encriptación de las páginas web donde se teclean las claves de acceso para impedir su manipulación por virus informáticos.
- Exigencia de contraseñas complejas para aumentar la seguridad de las claves empleadas.
- Utilización del DNI electrónico para la autentificación de los clientes.

Adicionalmente, se tienen en cuenta el límite en operaciones individuales y el límite del riesgo global en caja electrónica, acordado en la petición del cliente.

### **Prevención de la corrupción y blanqueo de capitales**

Caixanova asume el compromiso, en su ámbito financiero de actuación, de adoptar las medidas exigidas por nuestra sociedad, y recogidas en la más reciente normativa, para evitar ser utilizada como instrumento en operaciones de blanqueo de capitales o vinculadas con la realización de actividades delictivas.

Asimismo, la caja asume la obligación de dedicar los recursos necesarios para desarrollar una política de prevención activa y colaborar de manera decidida con las autoridades competentes y, en especial, con la Comisión de Prevención del Blanqueo de Capitales e Infracciones Monetarias. Por estos motivos, Caixanova sigue avanzando en el fortalecimiento de los medios de prevención y detección del blanqueo de capitales, tanto a través de medios técnicos como a través de la formación a sus empleados.

En lo que respecta a la formación en materia de prevención del blanqueo de capitales, todos los empleados de la caja que tienen contacto directo con clientes, o están en disposición de identificar operaciones potencialmente sospechosas, tienen a su disposición documentación de referencia permanentemente actualizada y participan en un plan de formación de carácter bianual en esta materia que, en el ejercicio 2007, se tradujo en 68 cursos, con una participación de 1.608 empleados.

Todos los empleados de la caja deben conocer y poner en práctica las medidas de prevención contempladas por la normativa interna, descritas en el Manual Operativo de Prevención del Blanqueo de Capitales y de Financiación de Actividades Terroristas. En el caso de producirse algún incidente al respecto, se estudiarían las medidas a adoptar de acuerdo a sus particularidades.

### **Cumplimiento normativo**

El estricto cumplimiento de la legislación vigente y de las bases fundacionales de la entidad, hacen que toda la actividad desarrollada por Caixanova en sus diferentes ámbitos esté basada en los principios de igualdad y respeto a la dignidad y los derechos fundamentales de las personas.

Cabe señalar que en 2007 Caixanova no ha registrado incidencias relevantes derivadas del incumplimiento de la normativa medioambiental, sobre prácticas antimonopolio, en materia de

#### 4. Creciendo con nuestros clientes

marketing y publicidad, en protección de datos o en cuanto a información en el suministro y uso de productos y servicios de la entidad.

Respecto al cumplimiento en materia de publicidad y marketing, la caja somete las campañas a la supervisión de los órganos competentes en cada caso para su autorización y, en concreto, a la Supervisión de Cajas de Ahorros y Entidades Financieras de la Dirección General de Política Financiera y Tesoro de la Xunta de Galicia, la cual supervisa y aprueba todas las campañas de comunicación o de publicidad de productos, en relación a tarifas, comisiones o protección de datos.

En octubre de 2006 se creó el Área de Cumplimiento Normativo, encargada de dar soporte operativo a la función de cumplimiento en los ámbitos específicos de prevención del blanqueo y normativa de los mercados de instrumentos financieros.

Por otra parte, Caixanova ha actualizado en 2007 su Reglamento Interno de Conducta en el ámbito del Mercado de Valores, que prohíbe la realización de operaciones con información privilegiada y/o manipulación del mercado y que, además, regula la actuación de los consejeros y empleados de Caixanova ante posibles conflictos de interés en el alcance de su materia.



Durante 2008, Caixanova tiene previsto finalizar su adaptación a las exigencias derivadas de la Directiva MiFID (Directiva sobre Mercados de Instrumentos Financieros), de acuerdo con su reciente transposición al ordenamiento jurídico español. Para cumplir con los objetivos de protección al cliente que MiFID define en relación con la ejecución de órdenes de clientes, Caixanova ha establecido una "Política de Ejecución Óptima", encaminada a establecer y mantener medidas razonables para obtener el mejor resultado posible para sus clientes, teniendo en cuenta de modo prioritario el precio y los gastos o costes asociados a la tramitación de sus órdenes, junto con otros factores, como la fiabilidad del sistema de negociación, la rapidez y probabilidad de ejecución o aquellos otros considerados como relevantes.



De esta manera, CaixaNova, al ejecutar las órdenes de los clientes, tiene en cuenta tanto las características del cliente, incluida la categorización como cliente minorista o profesional, como las de la orden, la de los instrumentos financieros objeto de dicha orden y las de los centros de ejecución o intermediarios a los que el cliente puede dirigirse.

Para mayor información acerca de la actuación de la caja para el cumplimiento de la normativa MiFID, puede acudirse a la web corporativa de CaixaNova ([www.caixanova.es](http://www.caixanova.es)), dentro del apartado de Información para inversores.



Creciendo con nuestros empleados

5



# 5 CRECIENDO CON NUESTROS EMPLEADOS



<b>Desarrollo socioeconómico</b>	Generando empleo estable: . 9,3% incremento de plantilla . 100% de la plantilla con contrato indefinido
<b>Inclusión social</b>	Fomentando la integración laboral y la conciliación de la vida familiar y laboral: . 3% plantilla con discapacidad
<b>Comportamiento ético y transparente</b>	Asegurando la transparencia, igualdad, seguridad y salud en el trabajo: . Ratio salarial hombre/mujer:1
<b>Respeto medioambiental</b>	Fomentando las buenas prácticas en la gestión de recursos
<b>Difusión de cultura socialmente responsable</b>	Reforzando la interiorización de la cultura corporativa

<b>Principales magnitudes</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>	<b>2005</b>
Gastos de personal (miles de euros)	184.996	165.238	157.332
Plantilla media homogénea	2.964	2.698	2.503
Plantilla homogénea a 31 de diciembre	3.084	2.821	2.607
Promedio años de antigüedad	16	17	18
Edad media (años)	41	43	44
% hombres/mujeres	61/39	63/37	65/35



## 5.1. Gestión del talento

(2.8) (LA1) (LA2) (LA13)

Caixanova considera a su plantilla como el motor de su actividad diaria, por lo que tiene como objetivo prioritario la óptima alineación de las expectativas profesionales de sus empleados con los objetivos institucionales, a fin de reafirmar su compromiso y orgullo de pertenencia, y aunar esfuerzos para la mejor orientación al cliente, como protagonista del proyecto financiero de la caja.

La confidencialidad, la amabilidad, la entrega y el afán de superación continua son la base de la excelencia en la gestión y los atributos que definen la profesionalidad de la plantilla de Caixanova.

El fuerte ritmo de expansión de la red comercial de Caixanova ha supuesto un importante esfuerzo de captación de profesionales, afianzado en todo momento en los valores y principios de la marca y en una gestión del capital humano basada en la igualdad de oportunidades, la diversidad, el fomento del desarrollo profesional y la conciliación de la vida familiar y laboral. Asimismo, esta expansión hizo necesario el refuerzo de la estructura organizativa de la dirección comercial y supuso un reto fundamental en lo que respecta a la difusión interna de la cultura corporativa.

Cabe señalar que en 2007, avanzando en el denominado Plan América, se iniciaron las tareas de búsqueda de profesionales que respondan al perfil que requiere la expansión de Caixanova en dicho continente, en el que se tiene previsto la apertura de nuevas oficinas.

### Perfil de la plantilla de profesionales

A 31 de diciembre de 2007, Caixanova contaba con una plantilla homogénea<sup>7</sup> de 3.084 empleados. El 100% de los profesionales que integran la plantilla de Caixanova goza de contrato indefinido, lo que reafirma la apuesta de la entidad por la generación de empleo estable y de calidad. Asimismo, cabe destacar el paulatino rejuvenecimiento medio de la plantilla, como consecuencia de la política de renovación de talento y a la fuerte incorporación de personas a la entidad como consecuencia de su proceso de expansión.

Igualmente se aprecia una creciente presencia de la mujer en los cuadros técnicos y de mando de la caja, incrementando en 8,5 puntos porcentuales su participación en la plantilla de la entidad desde el nacimiento de la marca Caixanova en el año 2000.

<sup>7</sup> Número de contratos equivalentes a tiempo total, excluido servicio de limpieza.

## 5. Creciendo con nuestros empleados

Perfil de la plantilla por edad y género				2007			2006		
	H	M	%	H	M	%	H	M	%
<b>Distribución por edad</b>									
>50 años	749	231	31,78%	697	154	30,17%			
entre 30 y 50 años	953	711	53,95%	960	625	56,18%			
<30 años	182	258	14,27%	129	256	13,65%			
	H	M	<b>TOTAL</b>	H	M	<b>TOTAL</b>	H	M	<b>TOTAL</b>
Edad media	44	38	41	45	40	43			
Distribución por género	61%	39%	100%	63%	37%	100%			
<b>Total plantilla homogénea a 31.12.07</b>	<b>1.884</b>	<b>1.200</b>	<b>3.084</b>	<b>1.786</b>	<b>1.035</b>	<b>2.821</b>			

Distribución geográfica		2007	2006	2005
Andalucía	73	18	15	
Aragón	4	6	5	
Asturias	4	-	-	
Baleares	6	4	4	
Cantabria	5	4	0	
Canarias	40	26	15	
Castilla y León	20	15	9	
Castilla-La Mancha	16	11	4	
Cataluña	61	31	16	
Comunidad Valenciana	52	26	24	
Extremadura	4	-	-	
Galicia	2436	2.449	2.400	
Madrid	176	115	94	
Murcia	18	9	5	
Navarra	7	4	0	
La Rioja	4	4	3	
País Vasco	56	20	13	
EUROPA-AMERICA	102	79	69	
<b>Total</b>	<b>3.084</b>	<b>2.821</b>	<b>2.607</b>	



Distribución por nivel salarial y género		2007		2006	
GRUPO I		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Nivel I		21	2	21	1
Nivel II		97	8	99	8
Nivel III		206	24	215	24
Nivel IV		278	72	285	67
Nivel V		279	112	275	106
Nivel VI		223	117	234	116
Nivel VII		172	110	173	91
Nivel VIII		101	106	73	73
Nivel IX		78	71	85	90
Nivel X		68	94	57	67
Nivel XI		35	48	54	74
Nivel XII		195	299	111	192
Nivel XIII		55	79	32	91
GRUPO II		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Nivel I		0	0	0	0
Nivel II		21	3	0	0
Nivel III		5	1	23	4
Nivel IV		0	0	3	0
Nivel V		2	0	0	0
<b>RED INTERNACIONAL</b>		<b>48</b>	<b>54</b>	<b>46</b>	<b>31</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1.884</b>	<b>1.200</b>	<b>1.786</b>	<b>1.035</b>

De acuerdo a la clasificación del convenio colectivo de cajas de ahorros

## 5.2. Igualdad y diversidad

(LA13) (LA14) (HR4) (HR5) (HR6) (HR7)

Los criterios que rigen la gestión de los recursos humanos en la Caixanova son:

- **Transparencia:** la comunicación interna es básica, de tal manera que las políticas y acciones de Caixanova están a disposición de todos sus empleados de manera clara y transparente.
- **Conciliación:** en la medida de lo posible, se tienen siempre en cuenta las circunstancias individuales, personales y familiares de los empleados para su mejor conciliación.

La conducta ética en Caixanova se evidencia en su quehacer diario, no permitiendo actuaciones que se presumen contrarias a los fundamentos de su cultura organizativa. Por el tipo de actividad

## 5. Creciendo con nuestros empleados

y el ámbito territorial de actuación, la probabilidad de vulnerar los principios fundamentales de los derechos humanos es muy baja, de tal forma que prácticas como el trabajo infantil o el trabajo forzoso y obligatorio no se consideran un factor de riesgo.

Caixanova, en el cumplimiento de la normativa vigente, así como en virtud de los acuerdos internos alcanzados con los representantes de los trabajadores, garantiza la igualdad de oportunidades y la libertad de asociación. Asimismo, la aprobación en 2007 por parte del Consejo de Administración de la adhesión de la caja al Pacto Mundial de Naciones Unidas evidencia la relevancia que la entidad otorga a estos aspectos, más allá del marco regulador aplicable. En este contexto, no se ha detectado ningún incidente de discriminación. En el caso de que ocurriera algún incidente de este tipo, se estudiarían las particularidades del mismo para adoptar las medidas oportunas.

Desde su constitución, Caixanova ha optado por un modelo de selección basado en el perfil competencial, independientemente del género del candidato, lo que ha llevado en la práctica a un equilibrio natural de género en las nuevas incorporaciones. Paralelamente, en las promociones internas se está experimentando una mayor incorporación de la mujer a puestos de responsabilidad.

Por otro lado, en 2007 Caixanova ha llevado a cabo la contratación de trabajadores de otras nacionalidades con la doble intención de ofrecer una mejor prestación de servicios financieros a inmigrantes y de contribuir a la integración social de personas procedentes de otros países.

Caixanova potencia igualmente la integración laboral mediante el acoplamiento de perfil y puesto para empleados con algún tipo de discapacidad, así como a través de la generación de empleo indirecto por contratación de proveedores que colaboran con asociaciones e instituciones dedicadas a la integración laboral de personas con diferentes tipos de discapacidad.

Número de mujeres directivas: 9

Número de directoras de comarca: 1

Número de directoras de oficina: 91

Porcentaje de discapacitados en plantilla: 3%

Ratio salarial hombre/mujer: 1

### 5.3. Selección, formación y desarrollo profesional

(3.9) (EC7) (LA1) (LA2) (LA10)

#### **Selección**

Debido al proceso de expansión en que se encuentra la caja, la selección de profesionales es continua. Los procesos de selección de Caixanova buscan proporcionar candidatos idóneos, de tal



forma que el perfil se aadecue a las competencias requeridas atendiendo a un modelo de competencias, y, en ningún caso, a criterios subjetivos o que no respeten la igualdad de oportunidades.

Los procesos de selección se realizan a través de diferentes vías, siendo el canal más activo la página web de la caja ([www.caixanova.es](http://www.caixanova.es)) y otras páginas web de ofertas de empleo. No obstante, el sistema varía en función del perfil requerido (perfil con experiencia o recién licenciados).

A lo largo de 2007, Caixanova ha estado presente en distintos foros de empleo en colaboración con distintas universidades, como las de Alicante, Madrid, Murcia, Santiago de Compostela, Sevilla y Valencia. Asimismo, mantiene y renueva todos los años acuerdos con universidades, centros de formación profesional y otros centros que tienen como objetivo principal facilitar el acercamiento entre el mundo empresarial y el académico.

Para la caja, la selección de cantera es un elemento estratégico. Este colectivo, joven, recién titulado y con potenciales habilidades para conseguir éxito en la organización, es la base de un programa de desarrollo intensivo de formación y desarrollo orientado a potenciar su implicación e identificación con el proyecto de Caixanova. A través del plan de acogida, se facilita a las nuevas incorporaciones una adaptación más rápida a su puesto de trabajo, al tiempo que se adecua el plan formativo a las competencias, valores clave y cultura corporativa de la caja.

Uno de los compromisos más importantes asumidos por Caixanova es el establecimiento de relaciones estables y sostenibles entre los empleados y la organización, mediante la creación de empleo estable a través de contratos indefinidos y la conciliación entre la vida personal y laboral.

Evidencia de este compromiso lo es tanto el hecho de que prácticamente la totalidad de la plantilla está contratada con carácter indefinido -cubriendo eventuales necesidades de personal a través de empresas externas de trabajo temporal-, como el bajo índice de rotación externa.

#### Desglose de la plantilla homogénea por tipo de contrato y jornada

	2007		2006		2005	
	Tiempo completo	Tiempo parcial	Tiempo completo	Tiempo parcial	Tiempo completo	Tiempo parcial
Indefinido	3.058	21	2.806	15	2.562	38
Temporales	0	5	0	0	7	0
<b>Total plantilla</b>	<b>3.058</b>	<b>26</b>	<b>2.806</b>	<b>15</b>	<b>2.569</b>	<b>38</b>
Contratados a través de E.T.T.	189	0	132	0	249	0

Fruto del proceso de expansión en el que se encuentra inmersa Caixanova, es el elevado número de altas en la plantilla, que, en 2007, supuso un total de 351 nuevas incorporaciones, de las que la mitad fueron mujeres. Por otra parte, el número total de bajas ha sido de 89, del que el 64% han sido de carácter voluntario.

## 5. Creciendo con nuestros empleados

Número de altas	2007	%	2006	%	2005	%
Hombres	176	50%	130	48%	61	47%
Mujeres	175	50%	142	52%	70	53%
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Número de bajas	Sexo	2007	2006	2005
>50 años	H	22	12	16
	M	1	4	6
30-50 años	H	19	11	10
	M	4	0	3
<30 años	H	19	13	2
	M	24	8	7
<b>Número bajas</b>		<b>89</b>	<b>48</b>	<b>44</b>
De las que:				
Jubilación		13	11	13
Invalidez		8	-	-
Fallecimiento		2	-	-
Voluntaria		57	27	11
Despido		4	3	10
Fin contrato periodo prueba		5	-	-
<b>Índice de rotación (*)</b>		<b>2,06 %</b>	<b>1,11%</b>	<b>0,84%</b>

Desglose del número de bajas según género, grupo de edad, e índice de rotación

(\*) Índice de rotación: bajas voluntarias, por despido y por finalización de período de prueba / plantilla media homogénea

### Formación y desarrollo profesional

#### Formación

El objetivo de la formación en la caja es promover el desarrollo y las capacidades de los empleados de forma alineada con las directrices del Plan Anual de Formación. Así, la formación es entendida en Caixanova como el motor de cambio en un entorno que exige una renovación profesional constante, enfocada, en última instancia, a la máxima satisfacción del cliente.

Por ello, la formación en la caja está dirigida a formar a los empleados para prestar un servicio de calidad, adecuado a las crecientes demandas del mercado, lo que implica el máximo conocimiento y aprovechamiento de la cartera de productos. Siguiendo estas premisas, se consigue una de las disciplinas de valor de la caja: mantener una relación a largo plazo con los clientes y profundizar en el conocimiento de sus necesidades, para poder así prestarles un servicio siempre superior a sus expectativas.



En 2007 se realizó un estudio con directivos de la entidad donde se analizaron las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de las políticas de recursos humanos. De entre las diferentes conclusiones extraídas de dicho análisis, se obtuvo como resultado que la formación se entiende como una oportunidad, siendo, al mismo tiempo, la fortaleza más repetida entre las respuestas recibidas, lo que indica la alta valoración de las políticas de formación, consideradas como una inversión a largo plazo, la base para generar una ventaja competitiva y una herramienta de posible promoción y retención del talento.

Horas de formación	2007	2006	2005
Formación e-learning	22.000	42.918	43.800
Formación presencial	84.171	70.352	68.215
<b>Total</b>	<b>106.171</b>	<b>113.270</b>	<b>112.015</b>
Horas de formación/Empleado (*)	35,82	41,98	44,75

(\*) Calculado sobre la plantilla media homogénea del año.

% horas formación por colectivos	2007	2006
Directivos	8,2%	5,7%
Gestores/Directores	16,1%	20,3%
Administrativos	46,2%	36,1%
Gestores unidad de negocio	21%	20,2%
Otros	8,5%	17,7%

A lo largo del año 2007 se incorporaron nuevas utilidades al Portal del Empleado, con objeto de fomentar su uso como una innovadora vía de acceso personalizado, fácil e inmediato a la información y los servicios que el empleado necesita en su comunicación con el resto de la organización, facilitando el desempeño de su actividad profesional. Asimismo, el portal se está configurando como un importante canal de formación.

Descendiendo a las iniciativas de formación llevadas a cabo en el ejercicio 2007 enfocadas a colectivos concretos, destaca, como uno de los grandes pilares del plan de formación de la caja, el programa de desarrollo y formación del nuevo equipo directivo, para crear un equipo de alto rendimiento, a modo de una escuela de liderazgo.

En el ámbito de la asesoría financiera, cabe mencionar la formación encaminada a la obtención de las certificaciones europeas de finanzas, que vienen a reforzar la garantía de calidad en los servicios de asesoramiento financiero y fiscal de los gestores y directores de Caixanova:

- Diploma de Asesores Financieros (DAF), dirigido a directores noveles.

## 5. Creciendo con nuestros empleados

- Asociación Europea de Asesores y Planificadores Financieros (EFPA), dirigido a directores.
- Certificación C.E.F.A. (Certified European Financial Analyst)
- Certification CISSP: Certified Information Systems Security Professional
- Certificación MiFID
- Certificación Seguros

Asimismo, cabe destacar en 2007 el desarrollo, por cuarto año consecutivo, del Programa de Desarrollo Administrativo (PDA), basado en tecnologías de e-learning y en cursos presenciales, que desembocó en más de cincuenta promociones internas, en base a los niveles de cualificación alcanzados y al historial profesional de los aspirantes. Igualmente merece una especial consideración el satisfactorio resultado alcanzado por el segundo grupo de gestores de patrimonios, gestores de banca privada y directores de oficina que aspiraron a la obtención del título EFA (European Financial Adviser), que acredita, tanto en un entorno nacional como internacional, el más alto nivel de profesionalidad del cuadro de asesores financieros de Caixanova.

No obstante, y como consecuencia de su alcance y enfoque innovador, el principal hito en el campo de la formación en 2007 fue el diseño y puesta en marcha del Plan Director de Formación, en el contexto del Plan Estratégico de Caixanova para el horizonte 2008-2010 de la caja. En él se establecen una serie de proyectos formativos a desarrollar a partir del ejercicio 2008, entre los que se puede destacar el nuevo modelo de desarrollo y evaluación, con objeto de conocer qué quieren los empleados, qué competencias les definen, la redefinición de los puestos que están desempeñando y cuáles son sus potencialidades presentes y futuras, para proceder a la individualización de su desarrollo profesional.

Dentro del Plan Director de Formación merecen una especial consideración el Programa Horizonte y el Proyecto RANDE:

- **Programa Horizonte:** cuyo ámbito de actuación es el equipo de mandos formales de la organización (aproximadamente 130 empleados). El entorno del programa es el desarrollo profesional y personal de los mismos, y la base del mismo es la evaluación de competencias y el diseño de una actividad formativa variada y de calidad.
- El **Proyecto Rande** (Ruta Avanzada de Nuevos Directores hacia el Éxito): proyecto formativo destinado a jóvenes directores, tanto de sucursales como de servicios centrales, que asumen por primera vez una dirección, lo que implica no sólo la asunción de una buena dosis de responsabilidad, sino también de un nuevo desempeño en la dirección de personas. El diseño del proyecto se realizó en el año 2007, estando previsto su lanzamiento en 2008.

Otros programas de formación destacables realizados en 2007 son los siguientes:

- **Curso de formación “Otto Walter”:** dirigido a interventores y directores. Abarca todos los aspectos y situaciones que afectan al día a día de la venta en una entidad financiera.



Las primeras ediciones de este programa se desarrollaron en Ourense, extendiéndose posteriormente a otras oficinas de Galicia.

- **Análisis financiero:** proyecto dirigido a gestores de empresa, pymes, directores y directores potenciales.
- **“Adelantando el futuro”:** proyecto de formación dirigido a directores y gestores de empresas, orientado a la búsqueda del desarrollo de competencias, como la proactividad comercial, con el objeto de aumentar la capacidad de crecimiento de la caja.

### Desarrollo profesional

Con la intención de retener el talento, la caja desarrolla líneas de actuación encaminadas a fomentar y desarrollar las capacidades profesionales de cara al óptimo crecimiento personal y profesional.

Para ello, existen políticas de desarrollo profesional acordes con la estrategia de la caja, tendentes a la búsqueda de la mejora profesional como, por ejemplo, los sistemas de incorporación a través del proyecto “gestores de unidades de negocio”, el sistema de valoración de puestos técnicos o el sistema de convocatoria interna para la cobertura de vacantes.

El sistema de desarrollo profesional de la caja se articula en un modelo cuyas prioridades son la valoración de competencias y los méritos realizados. En este sentido, estos dos elementos deben estar en consonancia con el estilo de adecuación al puesto de trabajo.

	2007	2008
<b>Empleados que han participado en programas de evaluaciones regulares de desempeño y desarrollo profesional</b>	3.084	2.821
<b>Empleados que han promocionado</b>		
Hombres	531	301
Mujeres	407	294

En 2007, se ha implantado en la caja un sistema de planes de carrera por colectivos profesionales, cuya finalidad es establecer un cauce de promoción y desarrollo profesional objetivo y adaptado a la cultura y las necesidades de la entidad y a la realidad cambiante del mercado laboral. En el marco de estos planes se encuentran los programas de:

- Desarrollo administrativo.
- Desarrollo de gestores comerciales.
- Desarrollo de gestores técnicos.
- Desarrollo directivo.

Por último, destacó el Proyecto Traslucha, que aglutina diferentes programas que impactan en todos los ámbitos de la gestión de personas del Centro de Informática de la entidad. El proyec-

to se compone de varios subproyectos cuya implantación y desarrollo tienen como objetivo mejorar las políticas de gestión de personas, la motivación y la fidelización, maximizando la contribución de cada empleado a los objetivos generales de la entidad. El proyecto actuará de banco de pruebas para futuras innovaciones en materia de políticas de recursos humanos.

## 5.4. Compensación y beneficios sociales

(EC3) (EC7) (LA14)

### Compensación

Los profesionales de Caixanova disponen de un competitivo paquete retributivo derivado de acuerdos colectivos donde se contempla la igualdad de salario dentro de una misma categoría profesional sin distinción o discriminación por sexo, raza u otros motivos. La única diferenciación aplicada es aquella que deriva del propio puesto y el desempeño.

En este sentido, los empleados de Caixanova disponen de una retribución fija, con mejoras internas respecto a lo establecido en el convenio colectivo de aplicación, así como de una retribución variable y en especie.

La retribución variable se cobra una vez al año y su cuantía se determina en función de los objetivos y resultados conseguidos por el trabajador, en función del desempeño, y por la entidad. La retribución en especie consiste en un amplio paquete de beneficios sociales, en el que se incluyen facilidades para la solicitud de préstamos, una amplia cobertura en seguros, aportaciones a un fondo de pensiones externo y otras prestaciones, que exceden de una mera retribución del trabajo y de los mínimos establecidos por convenio. En el Informe Anual 2007 de Caixanova (disponible en [www.caixanova.es](http://www.caixanova.es)) puede encontrarse información adicional en cuanto a las condiciones de retribución en prejubilaciones, jubilaciones y premios de fidelidad, entre otros.

Retribución	2007	2006	2005
% empleados con retribución variable	100%	100%	100%
Sueldos y salarios (miles de euros)	189.618	150.366	143.156
Ratio salarial hombre/mujer (medido sobre salario base)	1	1	1



Salario base Caixanova (euros)	2007	2006
<b>Grupo 1</b>		
Nivel I	28.716,68	27.559,20
Nivel II	24.177,16	23.202,65
Nivel III	21.456,90	20.592,04
Nivel IV	20.289,35	19.471,55
Nivel V	19.644,18	18.852,38
Nivel VI	18.999,02	18.233,23
Nivel VII	18.138,31	17.407,21
Nivel VIII	17.529,98	16.823,40
Nivel IX	16.613,10	15.943,48
Nivel X	15.833,83	15.195,62
Nivel XI	14.121,09	13.551,91
Nivel XII	12.071,41	11.584,85
Nivel XIII	9.657,12	9.267,87
<b>Grupo 2</b>		
Nivel I	15.276,91	14.661,14
Nivel II	14.466,79	13.883,68
Nivel III	13.648,64	13.098,50
Nivel IV	11.958,29	11.476,29
Nivel V	11.446,44	10.985,07

Salario base de Caixanova según niveles del convenio colectivo de cajas de ahorros, referente a doce pagas en el año

## Beneficios sociales

En lo que respecta a los beneficios sociales, Caixanova mejora determinadas condiciones que el convenio colectivo de cajas de ahorros establece para el sector. En concreto, y además de las diferentes prestaciones especificadas en la Memoria de Responsabilidad Social Corporativa 2006 de Caixanova, destaca la ayuda para la formación de los empleados, que mejora las condiciones del convenio colectivo, llegando al 100% de la matrícula oficial, lo que representó un coste adicional para la entidad de más de 38.000 euros en 2007.

Asimismo, se han ofrecido anticipos en condiciones ventajosas, con un total de 297 operaciones a lo largo del ejercicio por un importe de más de 3 millones de euros, así como se ha incrementado el número de préstamos hipotecarios y préstamos personales, contabilizándose en 2007 un total de 593, un 10,4% más que en 2006, por un importe total que supera los 46 millones de euros.

Respecto al seguro de asistencia sanitaria, en el que se subvenciona hasta el 60% a los empleados de la caja, en 2007 se han beneficiado de forma directa un total de 406 empleados. Los

familiares de empleados también pueden beneficiarse de este seguro, ascendiendo el número total de beneficiarios del mismo a 5.275 personas al cierre de ejercicio.

Principales beneficios sociales:

- Condiciones especiales de financiación: préstamos vivienda, préstamos personales y anticípos sobre nómina.
- Cuenta nómina remunerada.
- Exención de comisiones en cuentas y tarjetas.
- Dote económica por matrimonio y nacimiento de hijos.
- Ayuda para realización de estudios relacionados con el desempeño laboral.
- Ayuda para guardería y estudios de hijos.
- Seguros de vida y de accidente.
- Seguro médico.
- Premios a la antigüedad.
- Mejoras sobre la cobertura complementaria a la pensión por jubilación.
- Apoyo al club de empleados de la entidad.

### **Conciliación de la vida familiar y laboral**

Cabe destacar el esfuerzo de Caixanova para que sus empleados puedan conciliar la vida laboral con la personal. Son muchas las acciones llevadas a cabo en respuesta a las necesidades detectadas dentro del colectivo de empleados de la caja y con el objetivo de dar respuesta a los criterios que rigen las políticas de recursos humanos de Caixanova.

Pueden distinguirse dos grandes grupos de acciones: aquellas que, de forma voluntaria y por decisión de la caja, se han implantado y se han convertido en políticas explícitas de la entidad; y, por otro lado, un grupo de actuaciones que se derivan directamente de la aplicación del actual convenio colectivo.

Entre las acciones de carácter voluntario, pueden destacarse las siguientes:

- Caixanova ofrece convocatorias internas para los puestos vacantes, con lo que se garantiza a todos los empleados la posibilidad de optar a cubrirlos, así como que aquella persona que resulta finalmente seleccionada ha manifestado explícitamente su voluntad de trabajar en dicho puesto, bien por motivos profesionales y/o personales.
- A aquellos profesionales que sean nombrados a través de una convocatoria interna de dirección de sucursal y tengan que modificar su residencia habitual se les compensa íntegramente los gastos para alquilar una vivienda en su nuevo destino, así como la necesaria mudanza.
- Se ha establecido un canal de comunicación para la solicitud por parte de los empleados de cambios de destino por motivos familiares.
- La retribución variable complementaria se prorrata en función del tiempo efectivamente trabajado en el ejercicio en cuestión, minorando dicho importe proporcionalmente a las



ausencias, justificadas o no. Desde el proceso de integración, a sugerencia de la representación legal de los trabajadores, Caixanova decidió que para esta reducción no contase ni se tuviese en cuenta el permiso especial por maternidad a fin de favorecer la conciliación de la vida familiar y laboral.

- Aún no estando formalizado en una política el trato preferente a los residentes locales en la contratación de personal en lugares donde se desarrollan actividades significativas, en la práctica Caixanova procura que sus empleados procedan de los lugares donde se está expandiendo la actividad para facilitar su integración.

## 5.5. Relaciones laborales

(LA4) (LA5) (HR5)

Caixanova respeta el derecho a la libertad de asociación de sus empleados, estando actualmente las condiciones laborales de la totalidad de la plantilla regidas por el marco jurídico laboral de carácter general y por el convenio colectivo de ámbito sectorial.

En cumplimiento con la normativa laboral vigente, el porcentaje de plantilla representado por las organizaciones sindicales alcanza el 100%, dado que todos los empleados con carácter indefinido tiene derecho a participar en los procesos de elección de miembros del comité de empresa para elegir a sus representantes, los cuales son informados de los cambios organizativos con anterioridad a su ejecución.

En 2007 tuvieron lugar en Caixanova elecciones sindicales, quedando la distribución de la representación sindical en Comités de Empresa, Delegados de Personal y Delegados Sindicales de la siguiente manera:

- Comités de empresa: 9 Comités de Empresa con 90 representantes
- Delegados de personal: 0 representantes
- Delegados sindicales: 11 representantes

La representación de los diferentes sindicatos se muestra a continuación:

- |         |                   |         |
|---------|-------------------|---------|
| • UGT   | 35 representantes | (33,9%) |
| • CIG   | 9 representantes  | (10,2%) |
| • CSICA | 35 representantes | (34,6%) |
| • CSIF  | 0 representantes  | (0%)    |
| • CCOO  | 9 representantes  | (12,6%) |
| • CGT   | 2 representantes  | (3,4%)  |

Cabe señalar la creación de dos nuevos Comités de Empresa, uno en Madrid y otro en Lugo, como consecuencia del incremento en el número de empleados.

La fusión de las cajas de ahorros de Vigo, Ourense y Pontevedra supuso la firma de un Pacto Laboral de Fusión entre representantes de Caixanova y los representantes legales de los trabajadores, a fin de establecer las condiciones laborales de carácter general para toda la plantilla de Caixanova y excluir las incertidumbres e inquietudes ante las necesarias reordenaciones inherentes a cualquier proceso de fusión.

Entre los principales acuerdos con los sindicatos, se encuentran la mejora de una serie de materias y contenidos desde una perspectiva renovadora o incluso innovadora, tanto en los aspectos productivos, como en las condiciones de vida y trabajo de los empleados de la caja, así como el Reglamento del Plan de Pensiones para el Personal "Caixanova", como un instrumento para el cumplimiento de los compromisos asumidos por la entidad en los acuerdos suscritos a nivel de empresa entre el promotor y la representación legal de los trabajadores, en materia de previsión social.

## 5.6. Seguridad y Salud Laboral

(4.11) (4.12) (LA7) (LA8)

Caixanova, acorde con la legislación vigente, se encuentra adherida al Servicio de Prevención Mancomunado de Cajas de Ahorros que tiene la certificación OHSAS 18001:1999 por parte de TÜV. A lo largo de 2007 se han evaluado 83 sucursales, con el único fin de llevar a cabo y mejorar la actividad preventiva de la caja. En 2008 se realizará una auditoría de prevención de riesgos laborales.

La organización de la prevención, a través de su sistema de gestión, garantiza que el desarrollo del trabajo se realice en las condiciones de seguridad y salud exigidas por la legislación vigente en materia de prevención de riesgos laborales. Con este fin, Caixanova cuenta con un Comité de Seguridad y Salud que está compuesto por 24 miembros, así como una Comisión de Prevención de Riesgos Laborales constituida por 4 representantes que actúan como delegados de prevención.

A lo largo del año, además de las reuniones obligatorias del Comité de Seguridad y Salud, se vienen realizando reuniones con la Comisión de Prevención (periodicidad mensual) y con el Secretario del Comité de Seguridad y Salud y de la Comisión de Prevención (periodicidad semanal), que asimismo actúa como delegado de prevención.

En la campaña de reconocimientos médicos de 2007 se realizaron pruebas médicas individuales de alcance superior a las que normalmente se exigen por el convenio colectivo. Durante 2007



se recibieron 1.737 solicitudes y se realizaron 465 reconocimientos<sup>8</sup>, de los cuales 431 fueron en Galicia.

La especialidad de Vigilancia de la Salud está contratada con un Servicio de Prevención Ajeno, de tal forma que el alcance y la gestión de la salud laboral se aseguran a todos los empleados de la caja. Se ofrece cercanía de los centros asistenciales, la formulación de un protocolo específico de actuación para los reconocimientos médicos preventivos y la formación especial en primeros auxilios y prevención y tratamiento de dolencias de espalda.

Dentro de la actividad de vigilancia de la salud, Caixanova facilita a sus empleados:

- Cursos de formación para la Prevención de Riesgos Laborales. En 2007 se han realizado 20 cursos, con un total de 388 participantes.
- Información en Prevención de Riesgos, mediante dípticos como la *"Guía Práctica de Postura y Espalda"* o las *"Recomendaciones para prevenir trastornos oculares en usuarios de PVD"*.
- Cursos de primeros auxilios, para formar socorristas entre los trabajadores de la entidad.

Índices de absentismo	2007	2006
Enfermedad	3,08%	2,64%
Accidente laboral	0,02%	0,02%
Maternidad	0,50%	0,60%
Paternidad	0,04%	-

Índice de absentismo en base a jornadas laborales.

<sup>8</sup> Los reconocimientos se iniciaron en noviembre de 2007.

Creciendo con nuestros proveedores

6





**Desarrollo socioeconómico** | Consolidando la estabilidad y el beneficio mutuo con los proveedores.

**Inclusión social** | Apoyando iniciativas de integración de personas con discapacidades.

**Comportamiento ético y transparente** | Promoviendo la comunicación efectiva con los suministradores de bienes y servicios.

**Respeto medioambiental** | Observando criterios ambientales en la contratación.

**Difusión de cultura socialmente responsable** | Trasladando el compromiso responsable a la cadena de suministro.

Principales magnitudes	2007	2006
Volumen de facturación [1] (miles de euros)	268.849	152.236
Número de proveedores [1]	1.480	1.603
% de proveedores locales [2]	98,44	99,9

(1) Número de proveedores nacionales cuya facturación ha superado los 3.000 euros.

(2) Entendidos como proveedores cuya sede social está en el territorio nacional.



## 6.1. Gestión de compras

(4.11) (EC6) (HR2) (HR6) (HR7)

El compromiso establecido por Caixanova con sus proveedores se considera crucial para lograr los objetivos del proyecto global de la organización. Para ello, la caja promueve una relación estable y duradera basada en la confianza mutua y en modelos de gestión que comparten los mismos valores.

La gestión de compras en Caixanova está dirigida a optimizar la colaboración con los proveedores desde el punto de vista ético, económico y de calidad de servicio, persiguiendo en todo momento la reciprocidad del beneficio mutuo. El compromiso de la caja con sus proveedores se basa en unos principios de actuación articulados en torno a los siguientes ejes:

- Clima de estabilidad y confianza en las relaciones.
- Consecución del beneficio mutuo.
- Satisfacción de las necesidades específicas mediante la selección de productos y servicios adecuados.
- Prioridad de la calidad en el servicio mediante la exigencia de unos requisitos mínimos a todos los proveedores.
- Garantía de transparencia y estricto cumplimiento de las condiciones contractuales.

Estos ejes de actuación con proveedores son aplicables para toda la organización, estando en todo momento en consonancia con las estrategias desarrolladas por el resto de las áreas de la caja.

La tendencia de Caixanova es la de trabajar con un número reducido de proveedores, para llevar un mejor control y gestión de los mismos, prevaleciendo la calidad, la seguridad y la estabilidad del servicio, dentro de los criterios de eficiencia que rigen la gestión de compras en Caixanova, de modo que se genere un mayor valor y se mantenga el prestigio que históricamente se han ido labrando en sus relaciones.

Los canales de diálogo establecidos para lograr una comunicación óptima con los proveedores son los siguientes:

- Reuniones anuales con los proveedores de mayor facturación.
- Interrelación permanente con proveedores de servicio.
- Sistemas de evaluación y homologación de proveedores de los servicios certificados de calidad.

Caixanova constituyó en 2007 un grupo de trabajo para formalizar la política de compras y recoger los principios que tradicionalmente viene aplicando la caja en su relación con los proveedores. En este sentido, se tiene previsto formalizar la consideración de criterios de RSC en la con-

## 6. Creciendo con nuestros proveedores

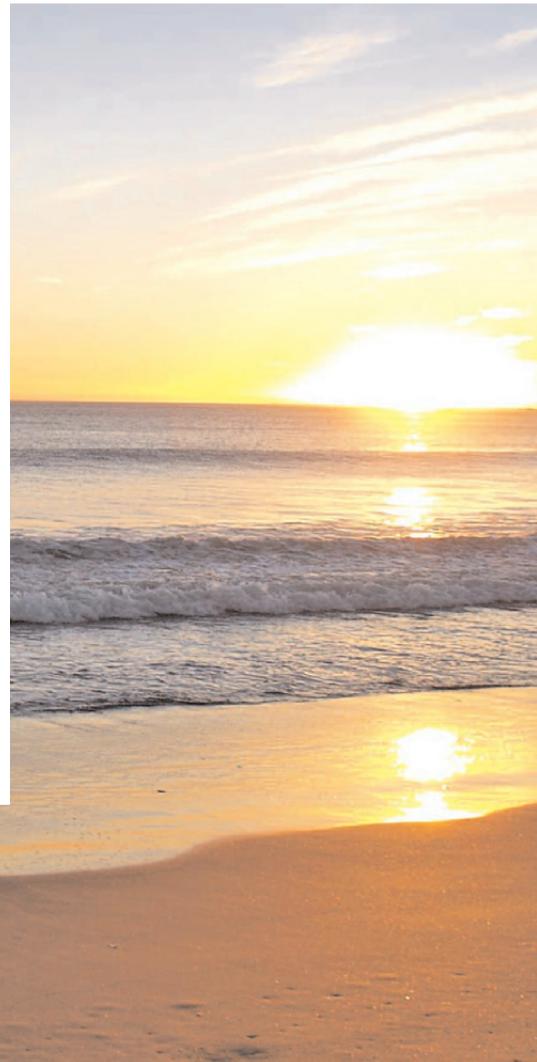
tratación de servicios, prevaleciendo la perspectiva social por encima de otros requisitos en cierto tipo de contrataciones, en iguales condiciones de calidad de servicio.

Caixanova trabaja con proveedores que fomentan la integración profesional de personas con discapacidad, como Coregal, empresa encargada de la recogida y reciclaje de papel, o el Centro Ocupacional As Burgas, en Ourense, proveedor de productos plásticos. Asimismo, la empresa proveedora de papel, Portucel-Soporcel, colabora con Laço, organización no lucrativa que contribuye a la lucha contra el cáncer de mama, con una donación directamente relacionada con el volumen de compras que realice Caixanova.

Aunque se tiene en cuenta la contratación de servicios de proveedores en los lugares donde se desarrollan las actividades de Caixanova, la fuerte expansión que está experimentando la entidad tiende a incentivar los procesos globales de compras y a facilitar la selección de aquellos que pueden prestar sus servicios en todos los centros donde son necesarios. Por lo tanto, la mayor parte de los proveedores tienen implantación nacional. En este sentido, hay que destacar que no se han detectado riesgos de vulneración de las normas internacionales de la Organización Internacional del Trabajo, incidentes de explotación infantil o trabajo forzoso en la cadena de suministro.

### **Proveedores de servicios medioambientales y de seguridad**

En cuanto a la gestión medioambiental, tratada en el capítulo "Gestión Responsable", cabe señalar que en el desarrollo diario de las actividades de la caja, así como en el mantenimiento de sus edificios e instalaciones, se generan una serie residuos (principalmente asimilables a urbanos), que son gestionados interna y externamente de acuerdo a la normativa vigente. Para ello, la caja tiene contratados con gestores autorizados los servicios de gestión externa de estos residuos, que principalmente son:





- Papel: procedente de archivos y de la gestión diaria en los edificios principales, se deposita en contenedores específicos, siendo posteriormente recogido por un gestor autorizado que lo destruye y lo recicla.
- Residuos tipificados como "peligrosos" (pilas y fluorescentes, fundamentalmente). Estos residuos son debidamente segregados y almacenados hasta su entrega a gestores autorizados para su tratamiento externo.
- Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos: fundamentalmente equipos informáticos obsoletos, que en su mayoría son donados a entidades sin ánimo de lucro, excepto aquellos que ya están fuera de uso, que son entregados a un gestor autorizado.

Los servicios de vigilancia de las oficinas y edificios se encuentran subcontratados, habiendo recibido el personal encargado de la seguridad formación en relación con el respeto a los derechos humanos recogidos en la Declaración Universal de las Naciones Unidas.

## 6.2. Homologación y evaluación de proveedores

### (EC6)

Dentro de los servicios de Caixanova certificados por la norma UNE-EN ISO 9001 de calidad, las responsabilidades de contratación y las de evaluación de proveedores están orgánicamente separadas, lo que asegura una mayor transparencia en la relación con los mismos. Dichos proveedores son sometidos a un proceso de evaluación y homologación con objeto de:

- Valorar la satisfacción del cliente interno, desde el punto de vista de la calidad de los productos y servicios.
- Conocer las expectativas del cliente interno para mejorar en los aspectos más conflictivos.
- Establecer objetivos de mejora.

Con una periodicidad semestral o anual, se cumplimentan los cuestionarios de evaluación de los proveedores, que se van actualizando en función de los requerimientos exigidos. Entre los criterios de evaluación se incluye no sólo la calidad de los productos y servicios, sino también el cumplimiento de las condiciones contractuales y la exigencia de cumplimiento de los requisitos legales aplicables, respeto por los derechos fundamentales, estar al corriente de pago a la Seguridad Social y otros aspectos generales.

Finalmente, y por lo que respecta a los servicios de limpieza, Caixanova realiza encuestas dirigidas a conocer el grado de satisfacción hacia dichos servicios, exigiendo un nivel mínimo a todos sus proveedores. Cabe señalar que, en 2007, todas las empresas de limpieza evaluadas han obtenido una calificación media superior a 7 (en una escala de 1 a 10).

Creciendo con nuestro entorno



7





<b>Desarrollo socioeconómico</b>	Potenciando el desarrollo económico, cultural y relacional del entorno
<b>Inclusión social</b>	Promoviendo la integración de grupos sociales en riesgo de exclusión
<b>Comportamiento ético y transparente</b>	Estableciendo criterios responsables en las decisiones de acción social.
<b>Respeto medioambiental</b>	Desarrollando iniciativas de sensibilización medioambiental.
<b>Difusión de cultura socialmente responsable</b>	Fomentando la cultura de la colaboración y la participación social.

<b>Principales magnitudes</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>
<b>Sociales</b>		
Numero beneficiarios de la obra social	2.623.009	1.950.152
Inversiones y gastos de la obra social (miles de euros)	56.096	41.426
Número de actividades desarrolladas por la obra social	7.661	4.282
Media de acciones diarias	21	12



## 7.1. Impacto económico indirecto en la sociedad

### (1.2) (EC8) (SO1)

La misión de Caixanova de contribuir al desarrollo de su entorno se traduce en el compromiso que adquiere desde su doble vertiente de actividad, financiera y social, con el progreso socioeconómico de la comunidad en la que actúa, buscando en todo momento el crecimiento, la generación de empleo y el bienestar social, a través del apoyo a los sectores productivos, la apuesta por la innovación, un servicio próximo y de calidad y el desarrollo de una amplia acción social. Todo ello se encuadraría en lo que podríamos denominar el dividendo social de Caixanova, resultado de agregar a la dotación de fondos para el mantenimiento de su obra social, la contribución al desarrollo sostenible de su entorno que realiza desde su actividad ordinaria.

<b>Apoyo a la empresa</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ofreciendo al sector empresarial las herramientas y el apoyo necesario para hacer frente a los nuevos retos empresariales (instrumentos de financiación, formación y asesoramiento, investigación e impulso a la innovación).</li><li>Manteniendo una cartera de participaciones en sectores clave y de alto valor añadido.</li><li>Participando en proyectos de infraestructuras básicas que posibiliten los ritmos de crecimiento económico adecuados.</li></ul>
<b>Apuesta por la innovación</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Apostando por las nuevas tecnologías, con el fin de mejorar la posición competitiva de la caja mediante la innovación y la diferenciación en servicios y canales de distribución.</li><li>Dando respuesta a las necesidades sociales detectadas y previstas, mediante la generación de iniciativas originales en su ámbito de actuación.</li></ul>
<b>Atención próxima y de calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Mejorando la calidad del servicio promoviendo la información, rapidez, agilidad y seguridad de las operaciones realizadas con los clientes.</li><li>Acercando los servicios y el asesoramiento financieros al conjunto de la población, promoviendo la accesibilidad y la cultura financiera como herramientas contra la exclusión social.</li><li>Extendiendo la red de centros y el desarrollo de iniciativas sociales, procurando la mayor cobertura posible en sus principales áreas de influencia.</li></ul>
<b>Acción social</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Contribuyendo al desarrollo del entorno mediante acciones sociales encaminadas a mejorar la calidad de vida de la población en general y a crear valor para la sostenibilidad de su desarrollo futuro.</li></ul>

## 7.2. Acción social

(4.13) (EC4) (EC8)

Por su naturaleza de caja de ahorros Caixanova enmarca gran parte de sus actuaciones de carácter social en su obra social, a través de la que se realizan proyectos que favorecen el desarrollo social, educativo y socioeconómico de Galicia, y se apoya a grupos de población con bajos niveles de ingresos, promoviendo su plena integración social.

### Criterios de gestión

La acción social de la caja está enmarcada bajo unos criterios básicos de gestión que, junto a los principios de universalidad y eficiencia, responden a su compromiso de apoyo al desarrollo del entorno. Estos criterios se resumen en:

- Análisis de las demandas sociales.
- Atención prioritaria a necesidades no cubiertas.
- Desarrollo de proyectos que aporten valor a la sociedad (efecto multiplicador de la inversión).
- Estabilidad en las decisiones de actuación (horizonte amplio de acción).
- Cultura de colaboración con otros agentes sociales (formación de tejido social).

### Análisis de las demandas sociales

La dirección de la obra social de Caixanova analiza las necesidades del entorno en base a un diálogo permanente con la sociedad, consecuencia de la fuerte imbricación de la entidad en su ámbito de origen, de la experiencia en el desarrollo de iniciativas socioculturales y de la fluidez de los canales relationales que ha generado a lo largo de su historia.

### Atención prioritaria a necesidades no cubiertas

Como un pilar del principio de eficiencia que rige la gestión de los presupuestos de su obra social, Caixanova otorga un trato prioritario a aquellas demandas sociales que no están lo suficientemente cubiertas por otras instituciones, evitando así duplicidades y competencias improductivas.



### Desarrollo de proyectos que aporten valor a la sociedad (efecto multiplicador de la inversión)

En la selección y diseño de proyectos, Caixanova cuida con especial atención aquellos aspectos que generan, directa o indirectamente, un valor a la sociedad que enriquezca sus capacidades de desarrollo autónomo. Sobre este eje se articula la acción formativa, la difusión del conocimiento, la programación cultural y las acciones dirigidas a potenciar las habilidades de colectivos que, como los jóvenes, las personas mayores o los inmigrantes, precisan de mayor apoyo en su adaptación a un entorno cambiante y a un nuevo marco de convivencia.

### Estabilidad en las decisiones de actuación (horizonte amplio de acción)

Caixanova considera un criterio relevante de decisión el horizonte temporal de la iniciativa a estudio, generando un clima de estabilidad y seguridad en sus beneficiarios.

### Cultura de colaboración con otros agentes sociales (formación de tejido social)

En aquellas actuaciones que, por su alcance o por su envergadura, se estime necesario o conveniente para el bien social, Caixanova fomenta la colaboración con otras instituciones, asentando una cultura de colaboración institucional y ayudando a fortalecer el tejido social de su entorno.

### Inversión y gasto social en 2007

A lo largo de 2007, la inversión y el gasto en obras sociales ascendieron a más de 56 millones de euros, lo que implica un incremento anual del 35,4%.

De esta cantidad, las actuaciones orientadas hacia el área cultural absorbieron el 44,2%, si bien respecto al ejercicio precedente cedieron 1,9 puntos de su peso sobre el total a favor del área docente, como consecuencia de la puesta en marcha del Centro de Formación Profesional de Ourense.

Áreas	Obras propias		En colaboración propias		Total propias		OBS
	Inversión	Mantenim.	Total	Mantenim.	Total	Inversión y Mantenim.	
Docente	6.006	3.209	9.215	396	396	9.611	17,13%
Cultural	7.237	9.979	17.216	7.700	7.700	24.916	44,42%
Asistencial social y fomento del empleo	2.693	5.064	7.757	2.913	2.913	10.670	19,02%
Investigación y apoyo a sectores productivos	5.725	1.717	7.442	2.451	2.451	9.893	17,64%
Administración y gestión		1.006	1.006			1.006	1,79%
<b>Total</b>	<b>21.661</b>	<b>20.975</b>	<b>42.636</b>	<b>13.460</b>	<b>13.460</b>	<b>56.096</b>	<b>100,00%</b>

(en miles de euros)

Del resultado contable del ejercicio 2007, Caixanova aprobó dotar 50 millones de euros al fondo de obra social. En 2007 la formación del beneficio neto de la entidad consideró la aplicación de una serie de deducciones de la carga impositiva, establecidas por ley, en relación con proyectos de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), habiéndose aplicado estas deducciones a inversiones en formación profesional, reinversión de beneficios e inversiones en activos materiales y financieros en entidades de la que es socio o accionista.

### Ámbitos de actuación y colectivos de interés

La obra social de Caixanova se desarrolla a través de una red de infraestructuras socioculturales propias y de multitud de colaboraciones con administraciones públicas, organizaciones y asociaciones en relación con proyectos sociales, culturales, medioambientales, de promoción económica o de difusión de las nuevas tecnologías. En total, a lo largo de 2007 se realizaron 7.661 actividades, con una tasa de variación anual del 78,9%, lo que implica una media de 21 acciones diarias, alcanzando una cifra superior a los dos millones y medio de beneficiarios y asistentes a actos.

Asistentes y beneficiarios de la obra social	2007	2006	Variación
Área cultural	2.144.015	1.641.632	30,60%
Área docente	19.985	9.220	116,76%
Área asistencial y de fomento de empleo	306.923	289.973	5,85%
Área de apoyo a sectores productivos e investigación	152.086	9.327	1.530,60%
<b>Total</b>	<b>2.623.009</b>	<b>1.950.152</b>	<b>34,50%</b>

Los principales pilares de la obra social de Caixanova son la promoción y la difusión cultural, la formación, el compromiso con los colectivos socialmente más sensibles, el apoyo a los sectores productivos y la sensibilización y defensa medioambientales. Todo ello desde el convencimiento de que la cultura, en su acepción más amplia, constituye el activo con mayor valor añadido del capital humano de una región y, en último término, la garantía más sólida de su futuro desarrollo.

### Difusión cultural

Durante 2007 la obra social de la caja ha seguido ofreciendo una amplia programación cultural de la que se beneficia un número creciente de personas y con la que cumple el cometido de enriquecer la formación integral de la sociedad gallega mediante una labor de difusión cultural que elimine barreras de acceso al conocimiento del arte y su disfrute en todas sus manifestaciones.

En esta línea destacan aquellos programas destinados al acercamiento y comprensión de la actividad cultural, como los ciclos de comprensión musical, el programa de teatro para la familia, ciclos de cine, exposiciones guiadas, talleres literarios, cursos de cocina, acercamiento a las nuevas tecnologías, fomento del deporte base, jornadas de astronomía, sensibilización medioambiental, tren escolar, experiencias en la naturaleza, diversos concursos artísticos, jornadas matemáticas, talleres de grabado, ciencia en la calle y un largo etcétera.



Asimismo, Caixanova está presente en diferentes foros de difusión cultural, como la Fundación del Museo de Arte Contemporáneo de Vigo (MARCO), la Fundación Laxeiro o el Consello Municipal de Cultura del Ayuntamiento de Ourense, entre otros.

### **El valor de la formación**

La formación constituye uno de los pilares centrales de la acción social de Caixanova, convirtiéndose en un referente en la comunidad gallega en campos tan diversos como la enseñanza primaria, la formación profesional, la gestión y dirección de empresas, la administración pública o la investigación.

En 2007, culminó su primer año docente el nuevo Centro de Formación Profesional de Caixanova en Ourense, sumándose al éxito alcanzado desde su inauguración en 1948 por su referente, el Colegio Hogar Caixanova en Vigo, dedicado a la preparación de técnicos especialistas y que históricamente nutre de profesionales cualificados las plantillas de las empresas más importantes de su ámbito de influencia.

Con esta misma filosofía, el programa del nuevo centro de Ourense está enfocado a las necesidades formativas de aquellos sectores clave en el tejido productivo del área.

Por lo que respecta a la formación de cuadros técnicos y gerenciales de la empresa, cabe destacar que a lo largo del año la Escuela de Negocios Caixanova ha afianzado su liderazgo en la región como centro de entrenamiento directivo. Asimismo, el desarrollo de su actividad docente, investigadora y de servicio a empresas, unido a la consolidación de su expansión geográfica, ha supuesto la potenciación de su prestigio tanto a nivel nacional como internacional.

Desde la obra social de Caixanova se promueve, asimismo, la modernización y dinamización de las administraciones públicas de Galicia a través de la formación de sus cuadros directivos y cargos públicos en la Escuela de Administraciones Públicas Caixanova. La escuela nació con el objetivo de incentivar la vocación de servicio público entre los titulados gallegos y su adecuado conocimiento de la función pública a través de la formación en técnicas e instrumentos de dirección orientados a la aplicación práctica en el trabajo de los funcionarios y cargos públicos.

Asimismo, Caixanova manifiesta su apoyo a la labor universitaria en Galicia, tanto en su proyecto de crecimiento, como en sus líneas de investigación con la colaboración en diversas cátedras como la Cátedra Caixanova de Estudios Feministas, la Cátedra Xosé Filgueira Valverde y la Cátedra de Empresa Familiar, a las que en 2007 hay que añadir la Cátedra Alexandre Bóveda, creada por la Universidad de Vigo con el objetivo difundir la figura de este intelectual galleguissta a través de un centro de documentación, un premio de investigación y diversas actividades de promoción, y la Cátedra Almirante Álvarez Ossorio, fundada por la Universidad de Vigo y la Escuela Naval Militar, para desarrollar actividades relacionadas con temas culturales, científicos y humanísticos de promoción conjunta.



### Colectivos sensibles o en riesgo de exclusión

#### *Jóvenes*

Desde iniciativas dirigidas a la infancia, con una perspectiva que trasciende a la acción cultural y persigue un desarrollo integral de la persona, hasta el apoyo a la integración laboral de jóvenes formados, Caixanova se compromete con los jóvenes y, de modo especial, con aquellos que hacen del esfuerzo académico y la superación personal las bases de su éxito. Por ello, y para contribuir a la conexión entre esfuerzo académico y competitividad empresarial, Caixanova ha convocado becas para la captación de talento y primer empleo. Entre las actividades de fomento del empleo, destaca la continuidad del programa de becas de iniciación profesional en instituciones y centros tecnológicos, así como en fundaciones comarcales.

#### *Personas mayores*

La labor de Caixanova en el ámbito de la atención a las personas mayores se realiza tanto desde la propia obra social como desde la visión asistencial otorgada a las empresas participadas que gestionan residencias y servicios para la tercera edad. Destaca el amplio abanico de alternativas que ofrece el mantenimiento de los clubes de jubilados de Caixanova para la realización de actividades ocupacionales, culturales, recreativas y de promoción de la participación social, así como la realización de talleres y cursos específicos para el desarrollo y mantenimiento de habilidades que mejoren su calidad de vida.

#### *Mujer y empleo igualitario*

En el ámbito de la mujer y el desempleo, destaca el trabajo desarrollado en el marco de proyectos basados en la iniciativa europea Equal (ARO, Deloa II, Conta con ellas). Asimismo, Caixanova desarrolla proyectos, como el programa Compás, y promueve becas de iniciación profesional que persiguen la integración laboral y social de la mujer, a través de la mejora de su capacitación. También, desde el área divulgativa y de concienciación ha sido objeto de especial dedicación en



dichos proyectos el fomento de la creación de empresas de inserción laboral y la promulgación de ideas, alternativas y buenas prácticas para su consideración, tanto en los aspectos normativos como en los procesos de contratación por parte de las administraciones públicas y de las empresas.

### *Inmigrantes*

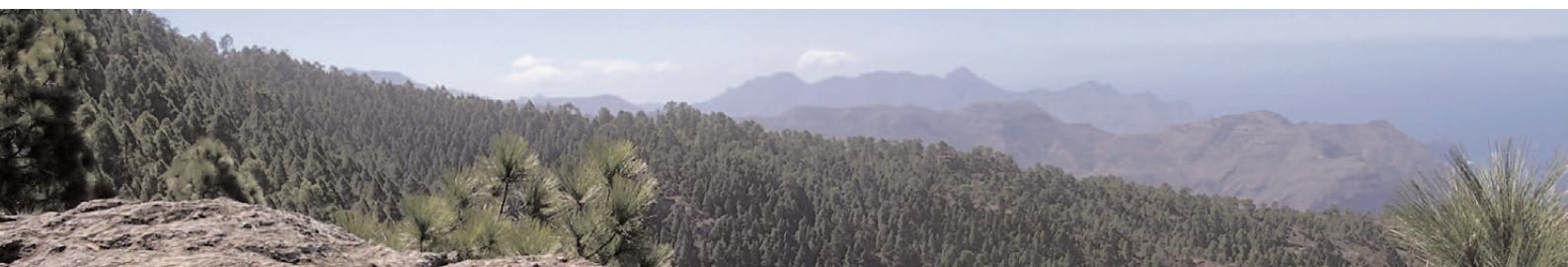
La relación con los inmigrantes merece una especial consideración. Con el objetivo principal de favorecer la integración laboral del inmigrante, trabajando de forma integral en todas las facetas que faciliten su plena inclusión social, Caixanova, en colaboración con la Fundación Juan Soñador, de la comunidad salesiana, ha puesto en marcha en 2007 el Programa de Asesoramiento y Acogida e Inmigrantes, sobre la base de dos acciones principales: los centros de acogida temporal y los centros de atención.



La primera etapa del programa se ha materializado en el centro de atención en la ciudad de Vigo, que proporciona información, orientación, asesoramiento y formación a los inmigrantes, promueve su inserción sociolaboral y desarrolla acciones de sensibilización y voluntariado; y en el nuevo Centro de Acogida Caixanova en la ciudad de Ourense, que desarrolla un programa asistencial orientado a los inmigrantes y retornados con el objetivo de facilitarles acogida temporal, información, resolución de trámites administrativos y asesoramiento, realizando también actividades de sensibilización y voluntariado que sirvan de puente entre este colectivo y la población de acogida.

### *Otros colectivos*

Las actuaciones que la caja desarrolla se adaptan a las necesidades cambiantes de la sociedad, favoreciendo la integración y la mejora de la calidad de vida de aquellos grupos menos favorecidos. Desde el Centro de Iniciativas Sociales de Caixanova se realiza una importante labor asistencial y de apoyo solidario hacia sectores de la población más necesitados, colaborando con



diferentes instituciones y asociaciones, como la Asociación Alborada, la Asociación Española contra el Cáncer, la Asociación Familiares de Enfermos de Alzheimer de Galicia (AFAGA), o Cruz Roja Española, entre otras.

### Tejido productivo y emprendedores

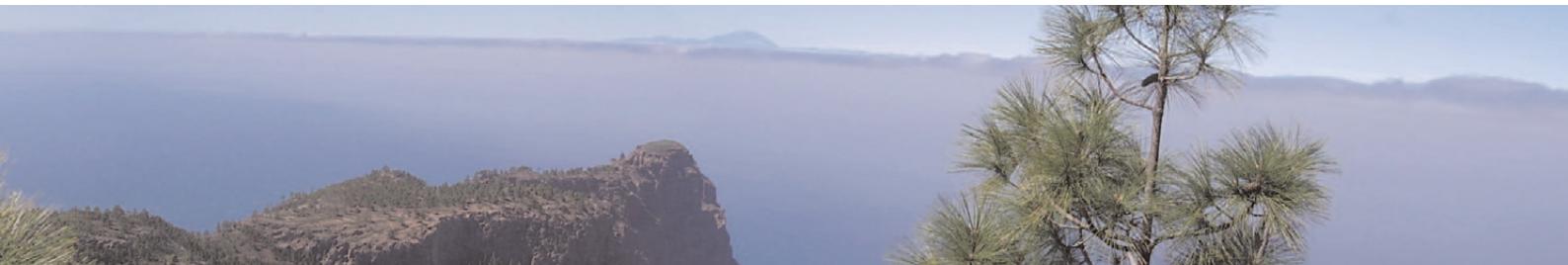
Uno de los rasgos diferenciadores de Caixanova es su fuerte compromiso con el mundo empresarial. Este compromiso queda patente tanto en su actividad financiera como en la obra social, ofreciendo un servicio integral a las empresas que abarca la financiación, el asesoramiento, el apoyo a la internacionalización, la formación directiva y técnica, la investigación económica y la participación empresarial en proyectos significativos para el desarrollo de la economía gallega.

Caixanova, a través de su Instituto de Desarrollo, orienta su actividad a la potenciación de los sectores productivos gallegos y a la consiguiente creación de empleo. Se estructura en torno a cuatro áreas fundamentales:

- Servicio de estudios
- Fomento del empleo
- Difusión del conocimiento y nuevas tecnologías
- Promoción empresarial y apoyo a sectores productivos.

El Instituto de Desarrollo Caixanova desarrolló una amplia actividad a lo largo de 2007, destacando la firma de convenios de colaboración con asociaciones, fundaciones, clusters e instituciones de relevancia en el ámbito socio económico de Galicia, la continuidad en la línea de préstamos sociales a emprendedores, el mantenimiento de la ventanilla de asesoramiento fiscal, colaboraciones con la Cátedra de Empresa Familiar, la participación en patronatos de fundaciones y en otras entidades, como las Fundaciones Agencia Intermunicipal de la Energía en Vigo y en A Coruña, la Fundación Innovapyme Galicia, o el Cluster de Acuicultura, entre otros, la cesión de instalaciones y las colaboraciones en la organización y celebración de conferencias y congresos.

Respecto al ámbito de I+D+i, destaca la participación en el Plan Estratégico de Innovación de Galicia y en foros y convenios con centros tecnológicos como AIMEN, Clúster de la Acuicultura, Centro Tecnológico de la Automoción, Centro Tecnológico del Mar, Parque Tecnológico de Galicia, el Instituto de Investigaciones Marinas o el Instituto Oceanográfico de Vigo.





Durante 2007 las actuaciones de la obra social fuera de la comunidad de Galicia, en consonancia con la estrategia propia de expansión de la caja, se han dirigido fundamentalmente a temas empresariales, como las jornadas fiscales, actuaciones divulgativas de formación, actividades en sectores productivos y de fomento del empleo.

Respecto al apoyo a emprendedores, la caja articula vías de asesoramiento jurídico, administrativo y técnico a fin de facilitar la conversión de una idea en un proyecto. Entre otros instrumentos destacan la ventanilla de asesoramiento legal, los convenios con entidades de asistencia a emprendedores, el diseño de programas específicos para este colectivo, las líneas de financiación de proyectos con microcréditos y la difusión del conocimiento y la experiencia empresarial. Asimismo, en 2007 se continuó profundizando en el impulso a la vocación empresarial, con el desarrollo y participación en jornadas para emprendedores, así como en el apoyo a viveros empresariales.

### **Sensibilización medioambiental**

Caixanova promueve la concienciación social sobre la importancia de cuidar el medioambiente. Naturnova y las iniciativas de acercamiento de los más jóvenes a la naturaleza, como las actividades llevadas a cabo en una granja escuela situada en Fornelos de Montes (Pontevedra), son las iniciativas más representativas de la caja en este campo.

Asimismo, en 2007 se inició el desarrollo de diferentes iniciativas de carácter medioambiental que se materializarán en 2008:

- Becas de iniciación profesional para desarrollo de proyectos de contenido medioambiental en empresas. Consiste en la promoción de titulaciones universitarias de menor demanda por el mercado laboral, mejora de la capacitación profesional y fomento de la empleabilidad, a través de proyectos de empresas en materia de medioambiente y fomento de la igualdad, mediante becas de iniciación profesional dirigidas a mujeres universitarias.
- Revista del Foro Caixanova de Estrategias Empresariales, dedicada a las actividades de la cadena productiva de medioambiente, cuyo objeto es la divulgación y la concienciación, así como favorecer vías de competitividad tanto para empresas que desarrollen proyectos en los que se tenga un especial cuidado medioambiental, como para las administraciones públicas y la sociedad en general sobre las pautas a seguir por cada agente económico.
- Participación en la "Mesa de la sostenibilidad en la construcción de Galicia", junto con todos los colegios profesionales relacionados con el mundo de la construcción. El objetivo es desarrollar un sistema de evaluación y certificación del grado de sostenibilidad de las construcciones en Galicia. Se trata de un proyecto pionero en España, que se prevé que esté dispuesto en la primavera de 2009, para que todas las construcciones puedan disponer de una herramienta para certificar su grado de sostenibilidad.

Para mayor información sobre la obra social de Caixanova, puede consultarse el Informe Anual de Caixanova 2007 (disponible en el apartado de Información para Inversores de la página [www.caixanova.es](http://www.caixanova.es)), así como los espacios específicos del portal corporativo.

8



Anexos



## ANEXO I: CRITERIOS DE LA MEMORIA

(3.1) (3.2) (3.3) (3.4) (3.5) (3.6) (3.7) (3.8) (3.9) (3.10) (3.11) (3.13) (4.15)

---

Esta es la segunda Memoria de Responsabilidad Social Corporativa que publica Caixanova. En ella se da respuesta e informa a todos los grupos de interés de la entidad sobre aquellos aspectos considerados materiales por los mismos.

Para la redacción del contenido de la presente memoria se han considerado los principios de materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad, así como otras directrices propuestas por Global Reporting Initiative (GRI) en su Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de 2006 (versión 3.0).

### **Materialidad y participación de grupos de interés**

Para determinar cuáles son los temas relevantes sobre los que Caixanova debe informar en su Memoria de Responsabilidad Social Corporativa, se han identificado los grupos de interés que intervienen en la cadena de valor desde el comienzo de su actividad, a través del desarrollo de sus operaciones y la observación directa de las cuestiones que les preocupan.

De esta forma, pretendemos cubrir aquellos aspectos que reflejen los impactos significativos, tanto sociales, ambientales como económicos generados por la caja y que podrían ejercer una influencia substancial en las evaluaciones y decisiones de sus grupos de interés. El procedimiento de recopilación de información relativa a las expectativas de los grupos de interés de la organización se ha articulado en torno a los canales de comunicación ya establecidos y a la interlocución continua con los mismos.

### **Contexto de sostenibilidad**

Caixanova busca en sus operaciones financieras un equilibrio entre la rentabilidad y la prudencia, con la finalidad de maximizar los beneficios que puede revertir en la sociedad en la que desarrolla sus actividades y, así, incrementar los excedentes que pueda generar para ayudar al crecimiento económico y al bienestar de los ciudadanos, dentro del respeto al entorno.

### **Exhaustividad**

Esta memoria contiene información correspondiente al ejercicio 2007, salvo que se especifique lo contrario, e incorpora, en la medida de lo posible, datos correspondientes a 2006 y 2005 a efectos comparativos. Se incluye información de la actividad financiera y social de Caixanova. En caso de producirse alguna modificación sobre los datos reportados en la Memoria de

## 8. Anexos

Responsabilidad Social Corporativa 2006, esto se debe a una mejora en los métodos de cálculo. De producirse alguna limitación al alcance, ésta queda especificada en el apartado correspondiente de la memoria de Responsabilidad Social Corporativa. La principal área de actuación geográfica de Caixanova es España y Portugal, si bien cuenta con una oficina operativa en Miami y 8 oficinas de representación en América y Europa.

La información aportada en este documento se complementa con la aportada en la web corporativa ([www.caixanova.es](http://www.caixanova.es)), en la que están accesibles documentos como el Informe Anual y el Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).

### **Calidad de la información aportada**

Las auditorías internas y externas a las que están sometidas las diferentes áreas de la caja garantizan la veracidad de la información contenida en la Memoria de Responsabilidad Social Corporativa 2007 de Caixanova. En su elaboración se han considerado en todo momento los principios de equilibrio, comparabilidad, precisión, periodicidad, claridad y fiabilidad recogidos en la Guía G3 de GRI.

Para próximos ejercicios se ha previsto la verificación de la memoria de Responsabilidad Social Corporativa de Caixanova.

Aquellos interesados en ampliar información respecto al contenido de la presente memoria o en realizar cualquier consulta o sugerencia sobre el mismo, pueden dirigirse a:

Caixanova  
Unidad de Responsabilidad y Reputación Corporativa  
Avda. García Barbón, 1  
36201 - Vigo (Pontevedra)  
Teléfono: 986 828200  
Fax: 986 828238  
e-mail: [rsc@caixanova.es](mailto:rsc@caixanova.es)  
[www.caixanova.es](http://www.caixanova.es)



## ANEXO II: COMPROMISOS

### Grado de cumplimiento de los compromisos adoptados en la memoria de RSC 2006

(\*) Se indicará si es:

Alcanzado: cumplimiento del objetivo planteado para el ejercicio.

En proceso: en fase de desarrollo o implantación. No cerrado en el ejercicio.

Reorientado: objetivo redefinido o contemplado en una nueva línea de actuación.

Compromisos 2007	Grado de cumplimiento (*)	Acciones desarrolladas
<b>CLIENTES</b>		
Desarrollo de productos y servicios caracterizados por un comprometido perfil social	Alcanzado	Mantenimiento en cartera de un fondo de inversión ético y lanzamiento de un nuevo fondo de inversión con criterio medioambiental.
Fidelización y mayor vinculación de los clientes de la entidad	Alcanzado	Lanzamiento de la campaña "Ahorra y punto", dirigida al fomento y premio del ahorro y la fidelidad de los clientes.
Creación de un grupo de trabajo orientado al estudio y diseño de productos caracterizados por un claro componente social.	Reorientado	Constitución de la Unidad de Responsabilidad y Reputación Corporativa.
Mejora en la gestión de las quejas y reclamaciones por parte del Servicio de Atención al Cliente y la Unidad de Calidad.	En proceso	En 2007 se ha iniciado la implantación de mejoras en la aplicación informática de gestión de quejas y reclamaciones.
<b>EMPLEADOS</b>		
Creación de un nuevo plan de formación para empleados que fomenta la igualdad de oportunidades.	Alcanzado	Diseño y lanzamiento del Plan de Formación para el trienio 2008-2010.

Desarrollo de un protocolo de conciliación de la vida familiar y laboral.	<b>Reorientado</b>	Englobado en el proyecto de Plan de Igualdad, en fase de desarrollo.
Incremento en las vías de diálogo con los empleados.	<b>Alcanzado</b>	Ampliación y mejora de utilidades del portal del empleado.
Implantación de un código ético y de comportamiento profesional	<b>En proceso</b>	Iniciada su elaboración en 2007, está prevista su implantación en 2008.
Implantación de una nueva aplicación de gestión de los recursos humanos.	<b>Alcanzado</b>	Implantada la aplicación de gestión administrativa.
Incremento de la cobertura de las pólizas de seguro voluntario y de responsabilidad civil a empleados por robo o atraco.	<b>Alcanzado</b>	Firma de la póliza con la ampliación de las coberturas previstas.
Impulso a los procesos de desarrollo profesional.	<b>Alcanzado</b>	Culminada la primera fase de desarrollo de planes de carreras (gestores de patrimonios y empresas)

### PROVEEDORES

Avanzar en la inclusión de requisitos de RSC en la selección de proveedores.	<b>Alcanzado</b>	Constitución de un grupo de trabajo para la definición de la política de compras y relación con proveedores.
Mejorar los criterios de evaluación para los proveedores homologados.	<b>En proceso</b>	Constitución de un grupo de trabajo para la definición de la política de compras y relación con proveedores.
Incrementar los canales de comunicación con los proveedores.	<b>En proceso</b>	Constitución de un grupo de trabajo para la definición de la política de compras y relación con proveedores.



## ENTORNO

Incremento de la visibilidad de la obra social.

**En proceso**

Elaboración de una edición impresa de la historia de la obra social de Caixanova. Prevista la presentación del primer tomo en 2008.

Apuesta por la Innovación en la Escuela de Negocios Caixanova.

**Alcanzado**

Reestructuración organizativa de la Escuela. Diseño de programas innovadores: "Play! Desafío para emprendedores", "Proyecto Gerencia", "Proyecto Excellence".

Impulso al Instituto de Desarrollo Caixanova.

**Alcanzado**

Desarrollo de nuevos programas en base a un nuevo enfoque proactivo de respuesta a las necesidades sociales.

Puesta en marcha de un programa de acogida y asesoramiento de inmigrantes.

**Alcanzado**

Apertura e inicio de actividad del Centro de Acogida para Inmigrantes Caixanova en Ourense.

Avance en la construcción de una red de centros sociales y financieros de Caixanova.

**Alcanzado**

Acuerdo de adquisición de un edificio emblemático en Madrid y desarrollo del proyecto para dos nuevos centros sociales en Santiago de Compostela.

Comercialización de productos con criterio medioambiental.

**Alcanzado**

Comercialización del fondo Caixanova Garantizado Global Water F.I.

Ánalysis de la implantación de un sistema de gestión medioambiental (SGMA).

**Alcanzado**

Realizado el análisis de viabilidad y adoptado el acuerdo favorable, está prevista su implantación y certificación en 2008.

Mejora de las buenas prácticas medioambientales en la oficina.

**Reorientado**

Ligado a la implantación del SGMA, se facilitará una guía para potenciar buenas prácticas en oficinas.

Líneas de actuación y compromisos para 2008	
<b>CLIENTES</b>	<p>Mejora de los sistemas para autenticación de clientes en los servicios Internet.</p> <p>Aumento de la funcionalidad de los servicios de banca electrónica (Incremento de los servicios disponibles en idiomas gallego e inglés).</p> <p>Desarrollo de productos y servicios caracterizados por un comprometido perfil social.</p> <p>Fidelización y mayor vinculación de los clientes de la entidad mediante la paquetización de productos en condiciones favorables para determinados segmentos, como jóvenes, asalariados, desempleados y pensionistas.</p> <p>Implantación de mejoras operativas en la gestión de las quejas y reclamaciones de clientes.</p>
<b>EMPLEADOS</b>	<p>Puesta en marcha de nuevos módulos del Plan de Formación 2008-2010:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto RANDE (Ruta Avanzada de Nuevos Directivos hacia el Éxito)</li> <li>• Programa Ítaca: dirigido a directores con experiencia, a fin de desarrollar la inteligencia emocional, mejorar la gestión del tiempo y transmitir los valores corporativos de la entidad</li> <li>• Formación e-learning y presencial: nuevo plan general contable y seguros</li> </ul> <p>Potenciación de las funcionalidades del Portal del Empleado referentes a la formación y el desarrollo profesional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biblioteca virtual</li> <li>• Píldoras formativas</li> </ul> <p>Formalización e implantación del Código ético y de comportamiento profesional de la entidad.</p> <p>Diseño del Plan de Igualdad.</p>
<b>PROVEEDORES</b>	<p>Avanzar en la definición de la política de compras, con la incorporación de criterios socialmente responsables en la homologación de proveedores y la potenciación de la transparencia en los mecanismos de comunicación e indagación de la satisfacción de suministradores de bienes y servicios, así como de sus destinatarios.</p>
<b>ENTORNO</b>	<p>Diseño y participación en programas que inciden en la divulgación y la concienciación sobre el cuidado del medio ambiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Becas de integración de la mujer en el mercado laboral a través de proyectos medioambientales</li> <li>• Apoyo a proyectos empresariales de mejora de su impacto ambiental</li> <li>• Estudio sobre la cadena medioambiental en Galicia</li> </ul> <p>Avance en la construcción de la red de centros sociales y financieros de Caixanova.</p> <p>Implantación y certificación de un sistema de gestión medioambiental en la Fundación Caixanova.</p> <p>Difusión de buenas prácticas medioambientales en la oficina.</p>



## ANEXO III: GESTIÓN AMBIENTAL

(3.9) (EN1) (EN3) (EN4) (EN8) (EN16) (EN17) (EN20) (EN22)

Aspectos	2007	2006	Variación 2007/2006 (%)
<b>Consumo</b>			
Consumo de papel blanco (t)	82	77	6,49%
Consumo de papel libre de cloro (t) [1]	231	227	1,76%
Consumo de agua (m3) [2]	29.896	24.346	22,80%
Consumo directo de energía (Gasóleo C) (GJ)	3.111	3.946	-21,16%
Consumo de electricidad (GJ) [5]	73.525	69.945	5,12%
Consumo indirecto de energía (GJ) [6]	223.296	212.424	5,12%
Carbón (GJ)	95.286	90.646	5,12%
Gas Natural (GJ)	3.388	3.223	5,12%
Derivados del petróleo (GJ)	20.046	19.070	5,12%
Biomasa (GJ)	1.699	1.616	5,14%
Eólica (GJ)	1.398	1.330	5,11%
Hidráulica (GJ)	11.193	10.648	5,12%
Nuclear (GJ)	90.287	85.891	5,12%
<b>Gestión de residuos</b>			
Papel reciclado (t)	100	30	233,33%
Toners reciclados (Unidades)	962	1.075	-10,51%
<b>Emisiones de gases de efecto invernadero</b>			
CO2 emitido por consumo directo e indirecto de energía (t) [7]	8.266	7.933	4,20%
CO2 emitido por desplazamientos (t) [8]	57	53,93	5,69%
<b>Emisiones de otras sustancias contaminantes</b>			
SOx (t) [9]	0,05	0,07	-28,57%
NOx (t) [10]	2,81	3,49	-19,48%
Compuestos Orgánicos Volátiles (t) [10]	0,89	1	-11,00%
CO (t) [10]	5,11	5,22	-2,11%

(1) Dato correspondiente al consumo de papel A4.

(2) Dato estimado a partir de las facturas de agua de los servicios centrales, el centro de informática y la red de oficinas de Caixanova.

(3) Dato estimado a partir de las facturas de gasóleo C consumido en servicios centrales y oficinas con caldera.

(4) Dato estimado a partir de las facturas de gasolina consumida por los automóviles propiedad de Caixanova.

(5) Dato estimado a partir de las facturas de electricidad de los servicios centrales y la red de Caixanova.

(6) Dato estimado a partir del Energy Balance Sheet del Energy Protocol de Global Reporting Initiative.

(7) Estimado como las emisiones de CO2 equivalentes correspondientes al consumo de gasóleo de calefacción.

(Fuente: GHG Protocol/Emisiones de CO2 a partir del consumo de fuel en empresas de servicios) y consumo eléctrico (Fuente: UNESA).

(8) Estimado según GHG Protocol/Emisiones de CO2 derivado de Viajes de Negocios a partir del consumo de combustible gasolina de la flota de vehículos propiedad de Caixanova.

(9) Estimado a partir del contenido en azufre del combustible utilizado.

(10) Estimado a partir de la Guía CORINEAIR 2002.

## ANEXO IV: INDICADORES GRI

(3.12)

### Análisis de contenidos según el enfoque GRI G3 para la elaboración de memorias

1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		págs.
<b>1.1</b>	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	5, 6
<b>1.2</b>	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades en relación con la sostenibilidad	23, 82
2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		págs.
<b>2.1</b>	Nombre de la organización.	9
<b>2.2</b>	Principales marcas, productos y/o servicios	35-44
<b>2.3</b>	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (JVs)	9, 28 Informe Anual (16-21)
<b>2.4</b>	Localización de la sede principal de la organización	9
<b>2.5</b>	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	12-13, 35-36
<b>2.6</b>	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	9, Informe Anual (6-7)
<b>2.7</b>	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios)	12-13, 34-44



<b>2.8</b>	Dimensiones de la organización informante, incluido: • Número de empleados • Ventas netas (para organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para organizaciones del sector público) • Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto (para organizaciones del sector privado) • Cantidad de productos o servicios prestados	11, 35-44, 58-60
<b>2.9</b>	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos • La localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones; y • Cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital (para organizaciones del sector privado)	12-14, 28, 35-36 Informe Anual (16-21)
<b>2.10</b>	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	29-30

3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA		págs.
<b>3.1</b>	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año natural)	92-93
<b>3.2</b>	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	92-93
<b>3.3</b>	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	92-93
<b>3.4</b>	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	93
<b>3.5</b>	Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido: • Determinación de la materialidad • Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria • Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria	17-23 , 92-93
<b>3.6</b>	Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores)	9, 92-93
<b>3.7</b>	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	9, 92-93

## 8. Anexos

- 3.8** La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones. 9, 92-93
- 3.9** Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria. 63-64, 92-93, 98
- 3.10** Descripción del efecto que pueda tener la reformulación de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reformulación (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los períodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración). 92-93
- 3.11** Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria. 92-93
- 3.12** Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria. 99-108
- 3.13** Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye en el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación. 92-93

## 4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN GRUPOS DE INTERÉS

págs.

- 4.1** La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. 26-28  
IAGC (Páginas 3-26)
- 4.2** Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen). IAGC (Página 10)
- 4.3** En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos. 26



<b>4.4</b>	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	20, 26-27
<b>4.5</b>	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	27-28
<b>4.6</b>	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	26-28, IAGC (Página 55)
<b>4.7</b>	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	IAGC (Páginas 3-6, 12-14)
<b>4.8</b>	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	10
<b>4.9</b>	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	26-27 IAGC (Páginas 21-26)
<b>4.10</b>	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	26-27 IAGC (Páginas 21-26)
<b>4.11</b>	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	24-25, 29, 44-45, 71-72, 77-78
<b>4.12</b>	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	24, 45-47, 71-72
<b>4.13</b>	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya y: • Esté presente en los órganos de gobierno • Participe en proyectos o comités • Proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios • Tenga consideraciones estratégicas	17, 86-90

## 8. Anexos

<b>4.14</b>	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	18-19
<b>4.15</b>	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	18-23, 92
<b>4.16</b>	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	20-23
<b>4.17</b>	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	20-23

### INDICADORES DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO

págs.

<b>EC1</b>	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	11
<b>EC2</b>	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	44-45
<b>EC3</b>	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	68-69, IA (nota CCAA 2.10)
<b>EC4</b>	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	85
<b>EC6</b>	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrolle operaciones significativas.	75-78
<b>EC7</b>	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	61-62, 69
<b>EC8</b>	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	82-90



INDICADORES DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL		págs.
<b>EN1</b>	Materiales utilizados, por peso o volumen.	24-25, 98
<b>EN2</b>	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	24
<b>EN3</b>	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	25, 98
<b>EN4</b>	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	25, 98
<b>EN8</b>	Captación total de agua por fuentes.	24-25, 98
<b>EN11</b>	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	No aplicable dado que las instalaciones de Caixanova están ubicadas en terrenos urbanos
<b>EN12</b>	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	No aplicable dada la actividad desarrollada por Caixanova
<b>EN16</b>	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	24-25, 98
<b>EN17</b>	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	24-25, 98
<b>EN19</b>	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	25
<b>EN20</b>	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	98
<b>EN21</b>	Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino	No aplicable dada la actividad desarrollada por Caixanova
<b>EN22</b>	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	98

## 8. Anexos

<b>EN23</b>	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos	No aplicable dada la actividad desarrollada por Caixanova
<b>EN26</b>	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	24-25, 44-45
<b>EN27</b>	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	No aplicable dada la actividad desarrollada por Caixanova
<b>EN28</b>	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	52-53

INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES		págs.
<b>LA1</b>	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	58-60, 62
<b>LA2</b>	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	58-60, 63
<b>LA4</b>	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	70-71
<b>LA5</b>	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	70
<b>LA7</b>	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	72
<b>LA8</b>	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	71-72
<b>LA10</b>	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	63-67
<b>LA13</b>	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	26-27, 58-61
<b>LA14</b>	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	61, 67-68



## INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS

págs.

<b>HR1</b>	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	43
<b>HR2</b>	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	77
<b>HR4</b>	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	60-61
<b>HR5</b>	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	61, 70-71
<b>HR6</b>	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	17, 60-61, 77
<b>HR7</b>	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	17, 60-61, 77

## INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD

págs.

<b>SO1</b>	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	9, 35-36, 82
<b>SO2</b>	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	29, 52-54
<b>SO3</b>	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	52
<b>SO4</b>	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	52
<b>SO5</b>	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	26

<b>SO8</b>	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	52-53
------------	--	-------

**INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL: REPOSABILIDAD DEL PRODUCTO** págs.

<b>PR1</b>	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	36, 50-52
<b>PR3</b>	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	45-47, 50-54
<b>PR6</b>	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	52-54
<b>PR9</b>	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	52-53

**INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN Y/O DIRECCIÓN**

<b>DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>	<b>Apartado</b>
Desempeño económico	11, 44-45, 68-69, 85
Presencia en el mercado	61-62, 69, 75-78
Impacto económico indirecto	82-90

<b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>	<b>Apartado</b>
Materiales	24-25, 98
Energía	25, 98
Agua	24-25, 98
Biodiversidad	90
Emisiones, vertidos y residuos	24-25, 98
Productos y servicios	24-25, 44-45



Cumplimiento normativo	52-53
Transporte	24-25
Aspectos generales	24-25, 44-45, 90, 98

<b>DIMENSIÓN SOCIAL - Prácticas laborales y ética en el trabajo</b>		<b>Apartado</b>
Empleo		58-63
Relación Empresa/Trabajadores		70-71
Salud y Seguridad en el trabajo		71-72
Formación y Educación		63-67
Diversidad e Igualdad de oportunidades		26-27, 58-61, 67-68

<b>DIMENSIÓN SOCIAL - Derechos humanos</b>		<b>Apartado</b>
Prácticas de inversión y aprovisionamientos		43, 77
No discriminación		60-61
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos		60, 70-71
Abolición de la Explotación Infantil		17, 60-61, 77
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio		17, 60-61, 77
Quejas y procedimientos conciliatorios		69-71
Prácticas de Seguridad		78
Derechos de los indígenas		17, 60-61, 77

<b>DIMENSIÓN SOCIAL - Sociedad</b>		<b>Apartado</b>
Comunidad		9, 35-36, 82
Corrupción		29, 52-54
Política Pública		26
Comportamiento de Competencia Desleal		26-27
Cumplimiento normativo		52-53

<b>DIMENSIÓN SOCIAL - Responsabilidad de producto</b>		<b>Apartado</b>
Salud y Seguridad del Cliente		36, 50-52
Etiquetado de Productos y Servicios		45-47, 50-54
Comunicaciones de Marketing		52-54
Privacidad del Cliente		50-52
Cumplimiento normativo		52-53

## ANEXO V: EVALUACIÓN GRI

La presente memoria de responsabilidad social corporativa ha sido elaborada siguiendo los principios y directrices propuestos por Global Reporting Initiative (GRI) en su guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de 2006 (versión 3.0).

Caixanova considera que su memoria de responsabilidad social corporativa 2007 reúne los requisitos asociados a la calificación A de aplicación de su guía, lo cual implica que cumple con las especificaciones asociadas al nivel A en cuanto a perfil, enfoques de gestión e indicadores de desempeño. Asimismo, la memoria ha sido revisada por el propio GRI, que ha confirmado la citada calificación A.

En el Anexo IV de esta memoria se indican las páginas y la cobertura de los requisitos, enfoques de gestión e indicadores. En caso de omisión de los indicadores centrales de desempeño, se explica la razón de la omisión, habiendo sido considerado el principio de materialidad en estos casos.

		2002 In Accordance	C	C+	B	B+	A	A+
Mandatory	<b>Self Declared</b>					✓		
Optional	<b>GRI Checked</b>			Report Externally Assured		Report Externally Assured		



## ANEXO VI: TU OPINIÓN NOS AYUDA A CRECER

### 1. Te identificas con el grupo de (\*):

- |             |                          |
|-------------|--------------------------|
| Clientes    | <input type="checkbox"/> |
| Proveedores | <input type="checkbox"/> |
| Empleados   | <input type="checkbox"/> |
| Sociedad    | <input type="checkbox"/> |

(\*) Señala con el que sientas más identificado como lector del informe aunque puedas pertenecer a más de un grupo.

### 2. ¿Has leído la Memoria completa?

- |    |                          |
|----|--------------------------|
| Sí | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |

### 3. ¿Has leído con especial interés el capítulo correspondiente al grupo con el que te identificas?

- |    |                          |
|----|--------------------------|
| Sí | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |

### 4. Por favor, califica los siguientes aspectos de la Memoria (1 peor, 5 mejor)

- |           |                          |
|-----------|--------------------------|
| Diseño    | <input type="checkbox"/> |
| Claridad  | <input type="checkbox"/> |
| Contenido | <input type="checkbox"/> |

### 5. A tenor de la información contenida en la Memoria y de tu percepción de la entidad, ¿consideras a Caixanova una organización socialmente responsable?

- |    |                          |
|----|--------------------------|
| Sí | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |

## 6. ¿Deseas plantear alguna sugerencia sobre el contenido de la Memoria?

Necesito que me aclaren... \_\_\_\_\_

Sugerencias de mejora: \_\_\_\_\_

## 7. Acerca de tu perfil

Género  M  H

Año nacimiento

Población \_\_\_\_\_

El cuestionario puedes enviarlo a:

CAIXANOVA  
Unidad de Responsabilidad y Reputación Corporativa  
Avda. García Barbón, 1  
36201 - Vigo (Pontevedra)

MUCHAS GRACIAS POR AYUDARNOS A MEJORAR

**Servicios centrales**

Avda. García Barbón, 1  
E-36201 Vigo

Tel.: +34 986 82 82 00 / Fax: +34 986 82 82 38

**Obra social**

Policarpo Sanz, 24 y 26  
E-36202 Vigo

Tel.: +34 986 12 00 72 / Fax: +34 986 12 00 99

[www.caixanova.es](http://www.caixanova.es)



**caixa**nova

