

# **Informe de Responsabilidad Corporativa PromoCaixa 2011**

## Seguimos contribuyendo a mejorar las condiciones laborales de los países emergentes

---

Me satisface, un año más, presentar el Informe de Responsabilidad Corporativa de PromoCaixa, donde repasamos los impactos sociales, ambientales y económicos de nuestra actividad. En la edición del 2011, es la segunda vez que seguimos las indicaciones del Memorandum of Understanding, entre el Global Reporting Initiative (GRI) y el Pacto Mundial (al que estamos adheridos desde el 2009), para presentar un informe conjunto a ambas instituciones.

Entre las actuaciones del 2011 destacan las 9 auditorías externas solicitadas por PromoCaixa de aquellas fábricas de nuestros proveedores que se sitúan en países emergentes, relacionadas con la fabricación de artículos para el lanzamiento de grandes campañas para el Grupo CaixaBank. En estos controles de auditoría se ha comprobado la correcta gestión de aspectos relativos a los contratos laborales, la duración de la jornada laboral, la seguridad de los puestos de trabajo y la ausencia de trabajo infantil. En 7 casos se solicitó a los proveedores la inclusión de determinadas mejoras para ajustarse a los requisitos de la Entidad, con esta práctica seguimos contribuyendo a mejorar las condiciones laborales de estos países.

Destacar que PromoCaixa ha conseguido el reto propuesto para el 2011 que era obtener certificaciones ambientales y laborales de los proveedores que representen un 70% de nuestra facturación, se ha superado el objetivo consiguiendo los certificados del 71%. Promocaixa ha incluido estos certificados en la documentación que deben presentar los nuevos proveedores.

Nuestro reto para el 2012 consiste en incluir a nuestros proveedores de referencia en el Portal de Proveedores que se está dotando para el Grupo CaixaBank, lo que permitirá una mayor colaboración al disponer de un vehículo para la comunicación e información.

PromoCaixa, filial del Grupo CaixaBank, se encuentra incluida en el Informe Corporativo integrado de CaixaBank 2011, disponible para su consulta [www.caixabank.com/responsabilidadcorporativa](http://www.caixabank.com/responsabilidadcorporativa).

PromoCaixa reitera su compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, así como su voluntad de seguir mejorando en la implantación de sus 10 principios. PromoCaixa incluye en sus contratos con proveedores la cláusula requiriendo el cumplimiento de los Principios de Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Esta memoria ha sido elaborada en el marco del programa tRanSparÈncia, impulsado por el Consell de Cambres de Catalunya, con el soporte económico del SOC de la Generalitat de Catalunya y el soporte técnico del Global Reporting Initiative (GRI).



Carlos Guillot - Consejero Delegado

## Sobre nuestra empresa

---

### Organización

El Grupo “la Caixa” finalizó el 30 de Junio de 2011 su reorganización, en que “la Caixa” traspasó su negocio bancario a Critería CaixaCorp, que pasó a ser un grupo bancario denominado CaixaBank, y ésta le traspasó a “la Caixa” parte de sus participaciones industriales. CaixaBank continuará su firme compromiso con la Obra Social [2.9]

Nombre	PromoCaixa, SA	[2.1]
Dirección	Gran Vía Carlos III 105, 1º pl	[2.4]
Localidad	Barcelona	[2.4]
Forma Jurídica	Sociedad Anónima	[2.6]
Teléfono	93 404 49 10	
Correo electrónico	<a href="mailto:promocaixa@promocaixa.es">promocaixa@promocaixa.es</a>	
Web	<a href="http://www.promocaixa.es">www.promocaixa.es</a>	
Países en que opera	España	[2.5]
Marcas	Compra Estrella	[2.2]

Es una sociedad participada por CaixaBank que tiene por objeto social el desarrollo de actividades relativas al asesoramiento, gestión, promoción e intermediación para comercialización de bienes y servicios, en nombre propio y de terceros. No tiene ninguna filial a su cargo. [2.3]

Desglose de clientes	CaixaBank y Empresas del Grupo	[2.7]
	Comercios multiplicadores (*)	
	Cliente final de Compra Estrella (**)	

(\*) Comercios a los que PromoCaixa vende los Puntos Estrella que los comercios, a su vez, regalan a sus clientes cuando pagan con tarjetas de CaixaBank.

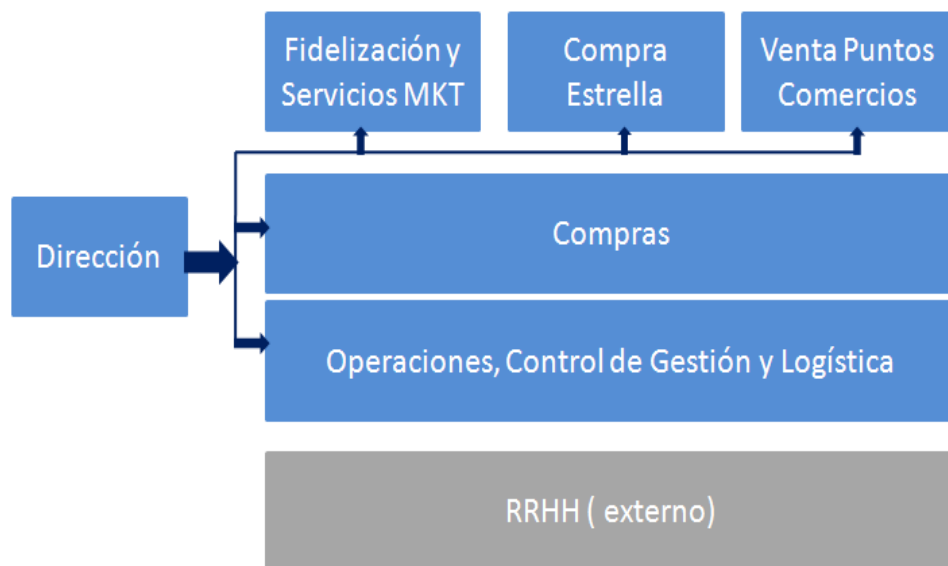
(\*\*) Compra Estrella es una tienda que cuenta con facilidades para la financiación ofrecidas por CaixaBank.

	2011	2010
Nº empleados	31	33
Fondos Propios	1.622.063 €	1.605.469 €
Volumen de compras de artículos	45.322.097 €	64.269.393 €
Nº artículos entregados	2.195.154	2.049.865

## Gobierno

Consejo de Administración	El seguimiento ha pasado de anual en el 2010 a cada cuatro meses en el 2011. El actual Consejo se ha reducido de 9 a 5 miembros: Presidente, Consejero Delegado Ejecutivo y dos Consejeros, además del Secretario no Consejero; todos del Grupo “la Caixa”. <a href="#">[4.1]</a> y <a href="#">[4.3]</a>
Comité de Dirección	Seguimiento semanal. Compuesto por Consejero Delegado, Directora General, 5 Directores de Departamento y Director de RRHH externo (GDS Cusa- Grupo CaixaBank)
Comité de Compras	Seguimiento semanal. Compuesto por Directora General, 4 Directores de Departamento y 1 Responsable de Back Office de Compras.

PromoCaixa es una Sociedad Anónima participada al 100% por CaixaBank, que su principal órgano de gobierno es el Consejo de Administración, compuesto por un Presidente que no ocupa un cargo ejecutivo. Las tareas ejecutivas recaen sobre el Consejero Delegado y la Directora General (Dirección). [\[4.2\]](#)



Los empleados están informados a través del Director de RRHH y la Directora General. No existe Comité de Empresa. [\[4.4\]](#)

## Sobre nuestra memoria y nuestros grupos de interés

---

### Parámetros de la memoria

PromoCaixa, adherida al Pacto Mundial desde 2009, ha participado en el Programa de Transparencia organizado por la Cambra de Comerç de Barcelona y el Global Reporting Initiative y realiza, por segunda vez en el 2011, su Informe de Responsabilidad Corporativa, conjunto para las dos instituciones que son estándares internacionales para la elaboración de informes de sostenibilidad; con un nivel de aplicación C auto declarado. Es un informe del ejercicio 2011 y el ciclo de presentación será con periodicidad anual. [\[3.1 a 3.3\]](#)

Los datos de contacto para cuestiones relativas al informe o su contenido son: [\[3.4\]](#)

- M<sup>a</sup>Carmen Aragonés Gil
- PromoCaixa - Dirección de Operaciones, Control de Gestión y Logística
- 93 404 49 10
- [promocaixa@promocaixa.es](mailto:promocaixa@promocaixa.es)

La cobertura de esta memoria se centra principalmente en la gestión de las compras, porque somos los responsables de la adquisición de los artículos promocionales del Grupo CaixaBank, no obstante recoge todas las actividades de PromoCaixa, incluyendo lo referente a: [\[3.6\]](#)

- RRHH, subcontratado a GDS Cusa
- Sistemas de Información, subcontratado a Silk

ambas empresas del Grupo CaixaBank.

### Participación de los grupos de interés

La selección de nuestros Grupos de Interés se ha realizado por la importancia de nuestro Cliente CaixaBank que genera el 54% de nuestros ingresos. De entre los Proveedores se ha elegido a los que son Empresas del Grupo CaixaBank, que representan el 80% de nuestros Gastos de Explotación y llegan hasta el 86% de los Gastos de Estructura; de entre todos se ha elegido a dos compañías que también han participado en las sesiones grupales del Proyecto Transparencia coordinado por un consultor, Sumasa y Silk. El tercer grupo de interés son los Empleados de PromoCaixa representados por el Director de RRHH. [\[4.14 y 4.15\]](#)

Clientes	CaixaBank como principal cliente
Proveedores	Empresas del Grupo: Sumasa
Empleados	Trabajadores de PromoCaixa representados por el Director RRHH

## Definir el contenido de la memoria

---

Para identificar aquellas materias que son de interés para los Grupos seleccionados, se ha realizado una encuesta vía email, de sus respuestas obtenemos que los aspectos recurrentes para los Grupos de Interés han resultado ser: **[3.5]**

<b>Ejercicio económico</b>	En 2 Grupos en 1º posición y en otro en 3 posición [EC1 y EC2]
<b>Prácticas de inversión y de aprovisionamiento</b>	En 2 Grupos en 2ª [HR2]
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>	En 2 Grupos en 3ª y 5ª posición [LA2, LA7 y LA13]

Por la materialidad de la propia compañía las categorías que consideramos importantes son los cumplimientos normativos Medio Ambientales y Sociales de nuestros proveedores, destacando los aspectos de:

- Salud y Seguridad en el trabajo
- Trabajo infantil
- Trabajo forzado u obligatorio
- Prácticas de seguridad

que hemos controlado con las 9 Auditorías realizadas a fabricantes asiáticos durante el 2011.

## Datos sobre el desempeño: Indicadores

---

### Gestión Económica:

**PromoCaixa es una empresa instrumental de CaixaBank que da soporte y servicio al Grupo CaixaBank** en su estrategia comercial de captación y fidelización de cliente, **por medio de la selección, compra, distribución y seguimiento de elementos promocionales, regalos y servicios**. Bajo unos criterios de **máxima calidad, mejores condiciones y eficiencia**. Adaptándose a las necesidades del Grupo CaixaBank en cada momento y a su estrategia multicanal. Esta actividad se realizará siguiendo los requerimientos de los programas definidos por los responsables de segmento y de producto de CaixaBank.

	2011	2010 [EC1]
<b>Valor económico generado:</b>		
Volumen facturación	54.089.077 €	70.322.652 €
<b>Valor económico distribuido:</b>		
Costes de explotación	1.259.315 €	1.493.317 €
Retribución a empleados	2.087.337 €	2.081.206 €
Donaciones y otras inversiones en la comunidad		- €
Beneficios no distribuidos	16.594 €	78.184 €
Pagos a proveedores de capital		- €
Pagos a gobiernos	546.472 €	2.598.613 €
Subvenciones recibidas de administraciones	400 €	6.013 € [EC4]

PromoCaixa filial de CaixaBak, que forma parte del Grupo “la Caixa”, el cual canaliza su acción social a través de su Obra Social.

La gestión económica de PromoCaixa tiene por **objetivo prestar un servicio de calidad al Grupo CaixaBank dentro de sus estándares de calidad al menor coste**.

PromoCaixa está dentro del proceso de presupuestación y seguimiento económico del Grupo CaixaBank.

## Desempeño medioambiental

**PromoCaixa cumple con la normativa medioambiental que le es aplicable, así como con los compromisos que en esta materia hubiera suscrito.** Es respetuosa con el medio ambiente, establece y mantiene al día una política medioambiental, y avanza –en la medida de lo posible- en la mejora de sus prácticas medio ambientales, todo ello de conformidad con las normas que rigen su actividad y con la Declaración Medioambiental de CaixaBank. Para ello debe **solicitar los certificados y los controles medio ambientales de los proveedores más significativos además de incluirlos en sus contratos.**

**PromoCaixa ha conseguido superar el objetivo marcado para el 2011 de obtener las certificaciones de los proveedores que representen un 70% de la facturación,** consiguiendo los certificados del 71% de nuestra facturación y ha incluido como un requerimiento para iniciar una relación comercial con nuestros proveedores la obligatoriedad de presentar estos certificados.

La actividad propia de PromoCaixa, no tiene un impacto directo sobre el medio ambiente, ya que no fabrica. Indirectamente afectamos al medio ambiente en el transporte de las compras y ventas de los artículos promocionales, dato que no nos es posible cuantificar.

PromoCaixa no tiene una política general definida con relación a la participación en el desarrollo de políticas públicas o actividades de lobbying, pero al ser conscientes de la preocupación actual sobre temas medioambientales hemos puesto en marcha las siguientes iniciativas:

- Inclusión de una cláusula de protección del medioambiente en los contratos con los proveedores.
- Solicitud de certificaciones ambientales a los proveedores.
- Auditorías externas de aquellas fábricas de nuestros proveedores que se sitúan en países emergentes. Los resultados de esta auditorias provocan modificaciones en las políticas medioambientales de los proveedores en origen. [\[S05\]](#)



Dentro de la actividad de las oficinas de PromoCaixa se está gestionando ser respetuosos con el medio ambiente, a través de las siguientes medidas:

- Utilización de papel reciclado [\[EN1 y EN2\]](#)
- Reciclaje de residuos [\[EN22\]](#)

	2011	2010
<b>Papel:</b>		
Porcentaje de ahorro de papel (reducción consumo)	19,00%	17,60%
Total papel consumido	619 Kg	762 Kg
Total papel consumido por empleado	20 Kg	23 Kg
Total papel reciclado	582 Kg	587 Kg
Porcentaje de papel reciclado sobre total consumo	94%	77%
<b>Residuos con tratamiento especial recogidos:</b>		
Total cartuchos de tóner	68,00 Unidades	41,00 Unidades
Total fluorescentes	8 Kg	No disponible
Total papel y cartón	3.480 Kg	3.940 Kg
Total plástico	6 Kg	No disponible
Total materia orgánica	18 Kg	0 Kg

Cabe destacar que en el 2011 se ha iniciado la separación de residuos en la cocina de la compañía, para que los empleados se involucren más con el reciclaje de materia orgánica y como medida de sensibilización en su vida privada.

*Los Principios del Pacto Mundial cumplidos en nuestro desempeño medioambiental son los nº 7, 8, 9 y 10*

## Gestión de compras socialmente responsable:

PromoCaixa, es la filial del Grupo CaixaBank dedicada a la compra de los artículos de promoción, dentro de las acciones realizadas:

- Se ha incluido en los contratos con proveedores una cláusula requiriendo el cumplimiento de los Principios de Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Se incluye en el pliego de condiciones de subasta una cláusula que permite, de manera automática, no formalizar la contratación si el informe de auditoría derivado de la inspección de una fábrica, y realizado por una consultora externa independiente, resulta negativo.
- Asimismo, la compañía ha continuado con su programa de auditorías sociales y ambientales entre aquellos proveedores dedicados a la fabricación de productos específicos para CaixaBank y cuyas fábricas se sitúan en países emergentes como China y Bangladés.

Este programa sirve, a la vez, como una campaña de sensibilización efectiva entre los proveedores que, además, han sido previamente informados de los aspectos clave en materia ambiental, social y de condiciones laborales para CaixaBank, derivados de su compromiso específico con los Principios del Pacto Mundial y con el respeto de los Derechos Humanos.

En 2011, se han auditado 9 fabricantes de artículos de grandes campañas que se fabrican en China (8 fabricantes) y en Bangladesh (1 fabricante), sin que se hayan detectado incidencias destacables, representa el 100% de las compras directas en países emergentes (quedan excluidas las compras a proveedores de marcas reconocidas aunque su fabricación sea en esos países). En 7 casos se ha solicitado al proveedor la inclusión de determinadas mejoras para ajustarse a los requisitos de la Entidad como, por ejemplo:

- Aspectos laborales: contratación de empleados, regulación de horas extra, plazos de pago de salarios, la eliminación de multas monetarias abusivas y la implantación de una inspección médica especial para jóvenes trabajadores de 16 a 18 años.
- Aspectos medioambientales: obtención de certificados higiénicos, separación productos químicos indicando “no smoking”, certificados mantenimiento extintores y mascarillas obligatorias cuando utilizan spray.
- Evitar riesgos: entrenamiento de primeros auxilios para trabajadores, instalación de botiquines y kits de primeros auxilios e instalación de luces, salidas de emergencia, prohibir cocinar en habitaciones con riesgo de incendio y ordenar las mercancías para evitar caídas especialmente en zonas de trabajos con riesgo.

Tras la solicitud, las mejoras han sido incorporadas. Porcentualmente sobre el total de proveedores del 2011, los auditados representan un 8% (en el 2010 fue del 3,1 %) que traducido sobre el volumen total de compras del ejercicio supone un 6% (en el 2010 fue del 10,1 %). No se han registrado incidentes de carácter discriminatorio. [\[HR2 y HR4\]](#)

Cabe también señalar que PromoCaixa ha cumplido en 2011 su objetivo de realizar el control de las certificaciones ambientales, laborales y de calidad de los proveedores, llegando a obtener el 71% del total.

**Nuestro reto para el 2012 consiste en incluir a nuestros proveedores de referencia en el Portal de Proveedores que se está dotando para el Grupo CaixaBank, de esta forma los requerimientos y las homologaciones de todos los proveedores se regirán con los mismos criterios para todas las empresas del Grupo.**

Dentro de la política de compras de PromoCaixa, éstas se autorizan por la Mesa de Compras de CaixaBank y en su mayor parte son seleccionadas mediante subasta o concurso al mejor precio. Destacamos que no se han realizado aportaciones financieras o en especie a partidos políticos ni ha instituciones relacionadas. [\[SO6\]](#)

*Los Principios del Pacto Mundial cumplidos en nuestra gestión de compras socialmente responsable son los nº 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 10*

## Calidad en la gestión con nuestros clientes:

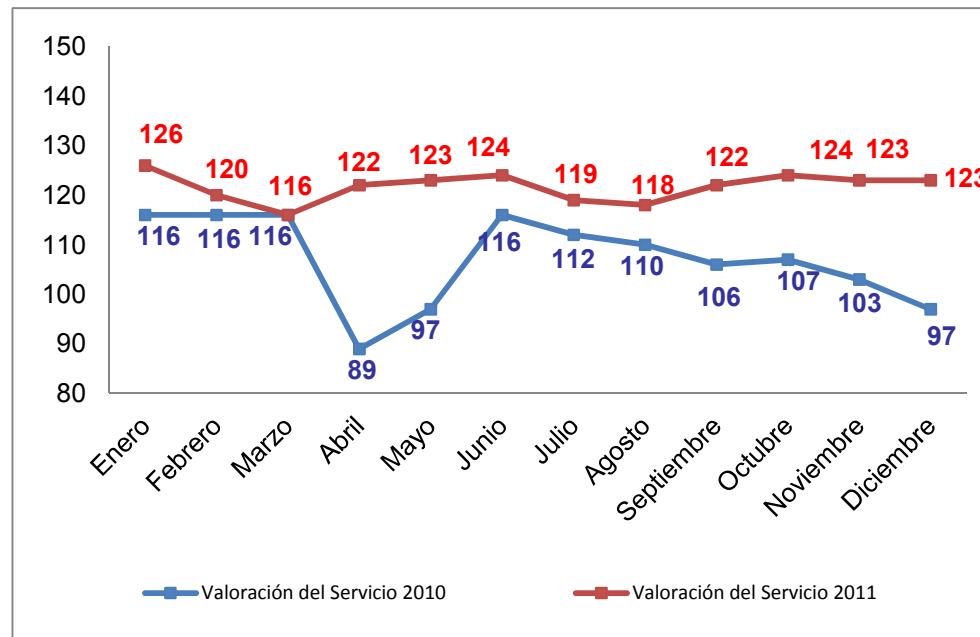
Contamos con dos estudios para medir la satisfacción de nuestro cliente directo (las oficinas de CaixaBank) y del cliente final de la Entidad. [\[PR5\]](#)

**1 La “Encuesta de Calidad de Oficinas”**, el Departamento de Eficiencia de CaixaBank realiza la encuesta entre las oficinas de la Entidad, que sirve para medir la calidad el servicio de PromoCaixa a la red, por su parte PromoCaixa vincula los resultados de la encuesta con los objetivo de sus empleados.

La Encuesta se desglosa en:

- Preguntas establecidas que se realizan a las oficinas
- Valoración de las respuestas del Call center a las llamadas recibidas y de nuestras propias respuestas como responsables del servicio (3er nivel).
- Indicadores de calidad establecidos sobre temas de calidad (Respuesta de las sugerencias y Reducción de llamadas del Call center).

**El resultado promedio anual del 2011 fue de 122** (donde 148 es el máximo), que presenta un incremento del 14% respecto al 2010 que fue de 107, adjuntamos evolución mensual de los resultados de la Encuesta en el 2010 y el 2011:



2 “Encuesta de satisfacción a los clientes de Puntos Estrella” el Departamento de Eficiencia de CaixaBank realiza la encuesta entre un muestra de los clientes de la Entidad, adjuntamos los resultados trimestrales de Dic’10 a Dic’11:

SATISFACCION DEL CLIENTE PARTICULAR						
PUNTOS ESTRELLA						
		dic-10	mar-11	jun-11	sep-11	dic-11
<b>¿Participa en el programa Puntos Estrella?</b>						
	SI	53%	57%	55%	51%	49%
	NO	47%	43%	45%	49%	51%
<b>Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:</b>		<b>687</b>	<b>692</b>	<b>690</b>	<b>690</b>	<b>689</b>
<b>Variedad / Calidad de los regalos</b>						
	> 100	17%	21%	22%	21%	22%
	< 100	83%	79%	78%	79%	78%
<b>Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:</b>		<b>298</b>	<b>335</b>	<b>333</b>	<b>313</b>	<b>289</b>
<b>¿Cuál es el principal motivo para no darle una nota mejor?</b>						
	Demasiados puntos para un regalo	38%	30%	29%	34%	31%
	{*} Otros motivos	18%	26%	30%	24%	26%
	Poca Variedad	19%	19%	16%	13%	14%
	Poca Calidad	10%	10%	12%	12%	12%
	No la gustan	12%	10%	5%	6%	9%
	Poco originales	1%	1%	3%	5%	4%
	No son utiles	2%	4%	5%	6%	4%
<b>Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:</b>		<b>196</b>	<b>223</b>	<b>209</b>	<b>175</b>	<b>160</b>

(\* ) Otros motivos recoge una gran variedad de respuestas que no es posible re clasificar: poca información de los regalos y los puntos, otras entidades ofrecen regalos mejores, hay muchas ofertas en todos los sitios, no lo tienen en la sucursal para verlo, a veces no tienen los regalos, no están enfocados para la gente joven, etc.

## Gestión de Recursos Humanos

La composición de los órganos de gobierno y de la plantilla desglosada por sexo y tramos de edad es: [\[LA13\]](#)

Composición	Hombres	Mujeres	Menores 30 años	Entre 30 y 50 años	Mayores de 50 años
<b>Consejo de Administración</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		<b>1</b>	<b>3</b>
<b>Plantilla:</b>					
Dirección	1	1			2
Jefes de departamento	2	3		4	1
Empleados	6	18	1	21	2
<b>Total Plantilla</b>	<b>9</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>25</b>	<b>5</b>

Los **beneficios sociales** que ha contado toda la plantilla de PromoCaixa en el ejercicio 2011 han sido: [\[LA3\]](#) [\[EC3\]](#)

- Seguro médico ( 12.273 €)
- Clases de inglés y otra formación (10.450 € )
- Acciones regaladas a los empleados por la reorganización del Grupo CaixaBank (62.250 €)
- Medidas que favorecen la conciliación de la vida familiar y laboral
  - Flexibilidad horaria a la hora de entrada y salida (30 minutos) con 1 hora para comer:
    - Mañanas: 8:00-8:30 a 14:30
    - Tardes: 15:30 a 17:30-18:00
  - Viernes tarde libre todo el año.
  - Jornada intensiva el mes de agosto y la mitad de los días de la última quincena de julio y la primera de septiembre, con un horario de 8:00-8:30 a 14:30-15:00
  - Reducción de jornada.
  - Excedencia.

*Los Principios del Pacto Mundial cumplidos en nuestra gestión de recursos humanos son los nº 1 y 6*

Las **tasas de absentismo laboral** de PromoCaixa en el ejercicio 2011-2010 han sido: **[LA7]**

	2011	2010
<b>Absentismo por accidentes en el centro de trabajo:</b>		
Duración media de ausencias por accidentes	0 Horas	416 Horas
Nº total de accidentes con baja laboral	0	1
Nº total de accidentes in itinere con baja laboral	0	1
Nº total de accidentes in itinere sin baja laboral	0	0
Nº total de accidentes sin baja laboral	0	0
Nº total de jornadas perdidas por accidente	0	52
<b>Absentismo por adopción:</b>		
Nº total de bajas por adopción	0	0
Nº total de jornadas perdidas por adopción	0	0
<b>Absentismo por enfermedad común:</b>		
Nº total de bajas por enfermedad común	8	13
Nº total de jornadas perdidas por enfermedad común	199	283
Índice de absentismo por enfermedad común	4,02%	3,15%
<b>Absentismo por paternidad/maternidad:</b>		
Nº total de bajas por maternidad:	3	2
Nº total de bajas por paternidad:	0	0
Nº total de jornadas perdidas por bajas de paternidad/maternidad:	248 Días	217 Días
<b>Comités de seguridad y salud:</b>		
¿Existen comités de seguridad y salud en la empresa?	NO	NO
<b>Prevención de riesgos laborales:</b>		
Nº total de acciones de formación en materia de prevención de riesgos laborales realizadas	0	0
Nº total de empleados formados en prevención de riesgos laborales	0	0

Los **datos de rotación y creación neta de empleo** son: [\[LA2\]](#)

	2011	2010
<b>Nuevas incorporaciones y creación neta de empleo:</b>		
Nº total de empleados que han abandonado la empresa	2	3
Nº total de hombres incorporados	0	1
Nº total de mujeres incorporadas	0	0
Nº total de nuevos empleados incorporados que no han superado el periodo de prueba	0	0
Tasa de retención de talento	50,00%	50,00%
<b>Rotación de los empleados:</b>		
Nº total de empleados con contrato fijo o indefinido que han dejado la empresa (Hombres)	0	3
Nº total de empleados con contrato fijo o indefinido que han dejado la empresa (Mujeres)	2	2
Rotación media de los empleados (Hombres)	0,00%	2,99%
Rotación media de los empleados (Mujeres)	9,52%	5,97%

**Comunicación con la plantilla:** [\[4.4\]](#)

Hay una política de puertas abiertas con la Dirección de PromoCaixa y acceso al Director de Recursos Humanos. Los temas relativos a los empleados a nivel Grupo, se comunican por la intranet del Grupo CaixaBank.

### **Derechos Humanos**

PromoCaixa, lleva a cabo su actividad respetando los Derechos Humanos. La entidad cumple en todo momento con la normativa vigente. Además tanto en la gestión diaria como en la estratégica tiene como base el respeto a los Derechos Humanos. PromoCaixa se incluye en el Convenio Colectivo de Oficinas y Despachos.



Todos **los empleados** de la entidad **firman un código de ética relativo a la vinculación laboral de PromoCaixa con CaixaBank**, que recoge los siguientes temas:

1. Dependencia jerárquica
2. Seguridad
3. Nombres comerciales y marcas registradas
4. Confidencialidad y tratamiento de datos de carácter personal

## TABLA DE EQUIVALENCIA DE PRINCIPIOS PACTO MUNDIAL CON INDICADORES GRI

PRINCIPIO PACTO MUNDIAL	DESCRIPCION	INDICADORES GRI
<b>Principio 1</b>	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	LA7, LA13, HR2,HR4
<b>Principio 2</b>	Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	HR2,HR4
<b>Principio 3</b>	Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	HR2
<b>Principio 4</b>	Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	HR2
<b>Principio 5</b>	Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	HR2
<b>Principio 6</b>	Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	LA2,LA13,HR2,HR4
<b>Principio 7</b>	Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	S05
<b>Principio 8</b>	Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	EN1/EN2, EN22
<b>Principio 9</b>	Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	EN1/EN2
<b>Principio 10</b>	Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno	SO5,SO6

## INDICE DE CONTENIDOS E INDICADORES GRI

CONTENIDOS E INDICADORES	PÁGINA
<b>1 Estrategia y análisis</b>	
1.1 Declaración del más alto responsable de la organización	2
<b>2 Perfil de la organización</b>	
2.1 Nombre de la organización	3
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios	3
2.3 Estructura operativa de la organización	3
2.4 Ubicación de la sede de la organización	3
2.5 Número de países en los que la organización opera	3
2.6 Naturaleza de la titularidad y forma jurídica	3
2.7 Mercados a los que sirve la organización	3
2.8 Escala de la organización que elabora la memoria	3
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria	3
2.10 Premios recibidos durante el periodo cubierto por la memoria	Ninguno
<b>3 Parámetros de la memoria</b>	
3.1 Periodo que cubre la memoria	5
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente	5
3.3 Ciclo de elaboración de la memoria	5
3.4 Punto de contacto para resolver preguntas	5
3.5 Proceso para definir el contenido de la memoria	6
3.6 Cobertura de la memoria	5
3.7 Limitaciones concretas del alcance o cobertura de la memoria	No hay limitaciones
3.8 Base para incluir en la memoria información sobre empresas conjuntas (“joint ventures”), filiales, instalaciones arrendadas, operaciones subcontratadas y otras entidades	No Aplica
3.10 Explicación del sentido que tiene repetir información incluida en memorias anteriores y razones de dicha repetición	Sin cambios
3.11 Cambios significativos respecto de periodos anteriores	Sin cambios
3.12 Índice de contenidos de GRI	19 y 20

<b>4 Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés</b>		
4.1	Estructura de gobierno de la organización	4
4.2	Indicar si el Presidente del órgano superior de gobierno es además un directivo	4
4.3	Declarar el número de miembros del órgano superior de gobierno que son independientes y/o miembros no ejecutivos	4
4.4	Mecanismos en virtud de los cuales los accionistas y los empleados pueden hacer recomendaciones u ofrecer indicaciones al órgano superior de gobierno	4 y 16
4.14	Lista de grupos de interés que participan en la organización	5
4.15	Base para identificar y seleccionar a los grupos de interés que participarán	5
<b>Indicadores de desempeño económico</b>		
EC1	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	7
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	14
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	7
<b>Indicadores de desempeño medioambiental</b>		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen	8
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	8
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	9
<b>Indicadores de desempeño social</b>		
LA2	Número total de empleos y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	16
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº víctimas mortales relacionadas con trabajo por región	15
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	14
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia	10
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	10
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying"	8
LA3	Beneficios sociales para los empleados	14
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países	11
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	12 y 13