

## **Informe de Responsabilidad Corporativa PromoCaixa 2013**

## 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 2013, es la cuarta 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 2013 destacan las 9 auditorías externas solicitadas por PromoCaixa de aquellas fábricas de nuestros proveedores que se sitúan en países emergentes (en el 2013 se han realizado todas en China), 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 3 casos se consideraron no aptas y se descartó la producción buscando una alternativa de producción nacional.

Destacar que PromoCaixa ha avanzado en el reto propuesto para 2013 de consolidar el Portal de Proveedores con la entrada de Proveedores de PromoCaixa, habiendo alcanzado que los proveedores, que representan un 97% de las compras del año, se hayan dado de alta. Nuestro reto para el 2014 consiste en mantener como mínimo un 80% del volumen de compras gestionado, sea adjudicado por procesos controlados por terceros.

PromoCaixa filial del Grupo CaixaBank, se encuentra incluida en el Informe Corporativo integrado de CaixaBank 2013, disponible para su consulta [http://www.caixabank.com/responsabilidadcorporativa/publicaciones\\_es.html](http://www.caixabank.com/responsabilidadcorporativa/publicaciones_es.html)

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.



Carlos Guillot - Consejero Delegado

## Sobre nuestra empresa

### Organización

PromoCaixa 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. [\[2.3\]](#)

El Grupo CaixaBank, que se incluye dentro del Grupo "la Caixa", mantiene su firme compromiso con la Obra Social "la Caixa". La organización no presenta ningún cambio significativo en el ejercicio 2013 [\[2.9\]](#)

|                     |  |                       |
|---------------------|--|-----------------------|
| Nombre              | PromoCaixa, SA   | <a href="#">[2.1]</a> |
| Dirección           | Gran Vía Carlos III 105, 1º pl   | <a href="#">[2.4]</a> |
| Localidad           | Barcelona  | <a href="#">[2.4]</a> |
| Forma Jurídica      | Sociedad Anónima   | <a href="#">[2.6]</a> |
| 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   | <a href="#">[2.5]</a> |
| Marcas              | Compra Estrella  | <a href="#">[2.2]</a> |

|                      |                                       |                       |
|----------------------|---------------------------------------|-----------------------|
| Desglose de clientes | CaixaBank y Empresas del Grupo        | <a href="#">[2.7]</a> |
|                      | 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.

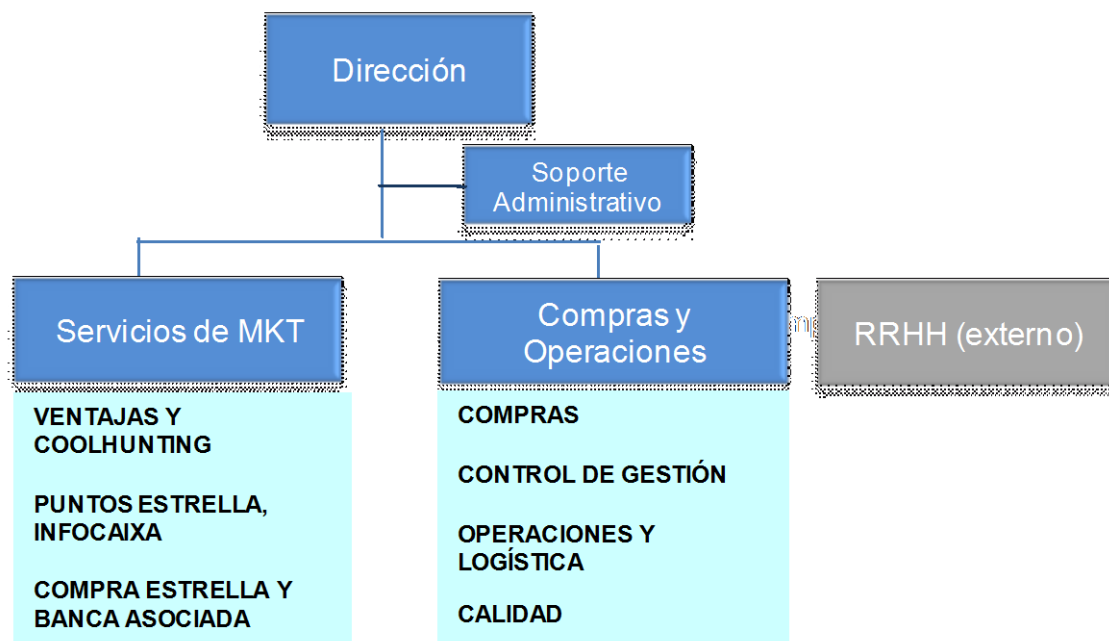
(\*\*) Compra Estrella es una tienda que cuenta con facilidades para la financiación ofrecidas por CaixaBank.

|                                 | 2013         | 2012         |
|---------------------------------|--------------|--------------|
| Nº empleados                    | 30           | 30           |
| Fondos Propios                  | 2.454.646 €  | 1.697.453 €  |
| Volumen de compras de artículos | 94.186.048 € | 49.989.458 € |
| Nº artículos entregados         | 3.022.601    | 3.704.906    |

## Gobierno

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| <b>Consejo de Administración</b> | El seguimiento es cuatrimestral.<br>El actual Consejo se compone 5 miembros: Presidente, Consejero Delegado Ejecutivo y dos Consejeros, además del Secretario no Consejero; todos del Grupo “la Caixa”. En el 2013 ha habido un cambio de Secretario del Consejo. <a href="#">[4.1]</a> y <a href="#">[4.3]</a> |
| <b>Comité de Dirección</b>       | Seguimiento semanal. Compuesto por Consejero Delegado, Directora General, 2 Directores de Departamento y Director de RRHH externo (GDS Cusa- Grupo CaixaBank)   |
| <b>Comité de Compras</b>         | Seguimiento semanal. Compuesto por Directora General, 2 Directores de Departamento, 1 Responsable de Compras 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, realiza por cuarta vez en el 2013, su Informe de Responsabilidad Corporativa, conjunto para las dos instituciones GRI y Pacto Mundial, que son estándares internacionales para la elaboración de informes de sostenibilidad; con un nivel de aplicación C auto declarado. Es un informe del ejercicio 2013 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 Compras y Operaciones
- 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
- Gestión administrativa, subcontratado a GDS Cusa

todas 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 46% 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 87% de los Gastos de Estructura; de entre todos se ha elegido, Sumasa y Silk, dos de los principales proveedores. El tercer grupo de interés son los Empleados de PromoCaixa representados por el Director de RRHH. [\[4.14 y 4.15\]](#)

|             |   |
|-------------|---|
| Cientes     | CaixaBank como principal cliente                              |
| Proveedores | Empresas del Grupo: Sumasa y Silk                             |
| 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 3 Grupos en 1º posición <b>[EC1]</b>                             |
| <b>Cumplimiento normativo</b>  | En 2 Grupos en 3ª posición y en 1 Grupo en 2ª posición <b>[PR8]</b> |
| <b>Trabajo infantil</b>        | En 2 Grupos en 4ª y en 1 Grupo en 5ª posición <b>[HR6]</b>          |
| <b>Presencia en el mercado</b> | En 3 Grupos en 1ª, 2ª y 3ª posición <b>[EC6]</b>                    |

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 en países emergentes durante el 2013.

## 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.

|  | 2013         | 2012 [EC1]   |
|--|--------------|--------------|
| <b>Valor económico generado:</b>               |              |              |
| Volumen facturación                            | 99.597.529 € | 53.850.259 € |
| <b>Valor económico distribuido:</b>            |              |              |
| Costes de explotación                          | 809.519 €    | 1.002.915 €  |
| Retribución a empleados                        | 1.898.059 €  | 2.048.016 €  |
| Donaciones y otras inversiones en la comunidad | - €          | - €          |
| Beneficios no distribuidos                     | 79.593 €     | 21.919 €     |
| Pagos a proveedores de capital                 | - €          | - €          |
| Pagos a gobiernos                              | 3.843.770 €  | 552.263 €    |
| Subvenciones recibidas de administraciones     | - €          | 515 € [EC4]  |

PromoCaixa filial de CaixaBank, 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 **solicita los certificados y los controles medio ambientales de los proveedores más significativos además de incluirlos en sus contratos.**

**PromoCaixa tiene como requerimiento** para iniciar una relación comercial con nuestros proveedores, la obligatoriedad de presentar certificados medioambientales.

La actividad propia de PromoCaixa, no tiene un impacto directo sobre el medio ambiente, ya que no fabrica. Generamos un impacto indirecto sobre el entorno, en forma de emisiones derivadas del transporte de mercancías (compras) y de la venta de artículos, aunque este impacto no se ha podido cuantificar.

PromoCaixa no tiene una política general definida con relación a la participación en el desarrollo de políticas públicas o actividades de lobbying. Como fruto del compromiso social de PromoCaixa y del interés y preocupación de la sociedad sobre los 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 auditorías 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 [\[EN22\]](#)

|   | 2013           | 2012           |
|---|----------------|----------------|
| <b>Papel:</b>                                       |                |                |
| Total papel consumido                               | 575 kg         | 713 kg         |
| Total papel consumido por empleado                  | 19 kg          | 24 kg          |
| Porcentaje de ahorro de papel (reducción consumo)   | 19,00%         | 15,00%         |
| Total papel reciclado                               | 575 kg         | 713 kg         |
| Porcentaje de papel reciclado sobre total consumo   | 100%           | 100%           |
| <b>Residuos con tratamiento especial recogidos:</b> |                |                |
| Total cartuchos de tóner                            | 43,00 Unidades | 54,00 Unidades |
| Total fluorescentes                                 | 10 Kg          | 10 Kg          |
| Total papel y cartón                                | 2.415 Kg       | 3.060 Kg       |
| Total plástico                                      | 10 Kg          | 8 Kg           |
| Total materia orgánica                              | 30 Kg          | 24 Kg          |

Cabe destacar que en el 2013 se ha continuado 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 incluye 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.

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 2013, se han realizado 9 auditorías a fabricantes de artículos de grandes campañas que se fabrican en China, en 3 casos se consideraron las auditorías no aptas y se descartó la producción buscando una alternativa de producción nacional.

Las compras auditadas representan 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 varios 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.
- Aspectos medioambientales: medidas higiénicas adecuadas.
- Evitar riesgos: salidas de emergencia y extintores accesibles

Tras la solicitud, las mejoras han sido incorporadas. Porcentualmente sobre el total de proveedores del 2013, los auditados representan un 3% (en el 2012 fue del 3%) que traducido sobre el volumen total de compras del ejercicio supone un 0,2% (en el 2012 fue del 3 %). No se han registrado incidentes de carácter discriminatorio. [\[HR2 y HR4\]](#)

Cabe también señalar que PromoCaixa ha cumplido en 2013 su objetivo de consolidar el **Portal de Proveedores del Grupo CaixaBank**, con la entrada de gran parte de Proveedores de PromoCaixa, a nivel de volumen de compras representan un 97% de las compras del año, y en número de Proveedores un 68%. Este Portal permite la gestión documental de los contratos de nuestros proveedores, así como una interrelación entre las diferentes empresas del Grupo en la gestión de Proveedores y una facilidad para el proveedor que quiera ofrecer sus servicios a las Empresas del Grupo CaixaBank. El Portal facilita al proveedor informar sobre su compañía y servicios, incluyendo aspectos no financieros, como ambientales y sociales.

**Nuestro reto para el 2014 consiste en mantener como mínimo un 80% del volumen de compras gestionado, sea adjudicado por procesos controlados por terceros.**

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 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:

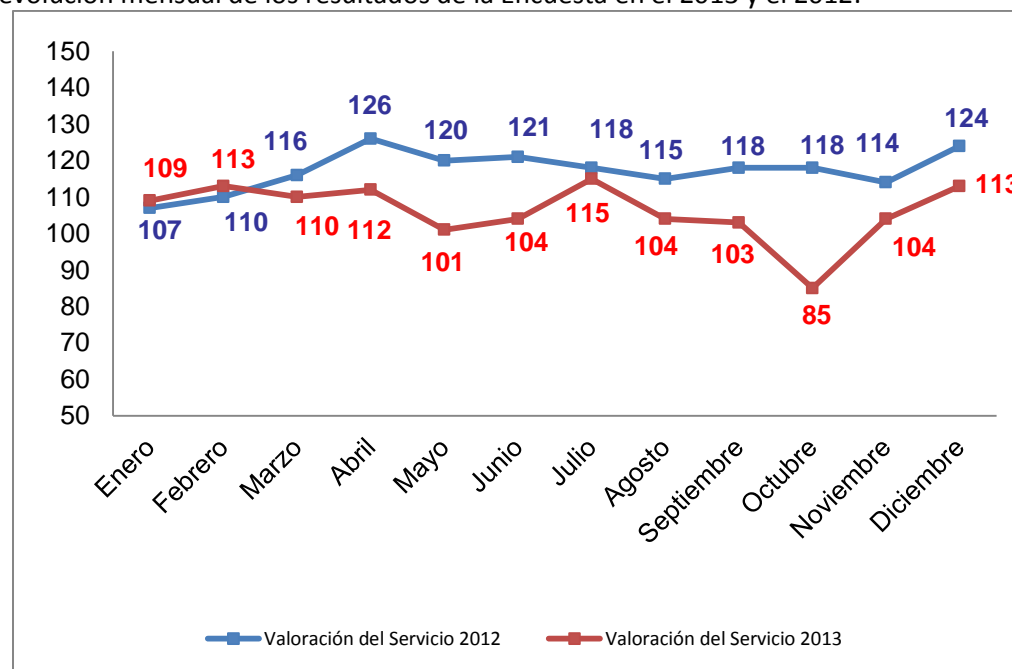
Contamos con dos estudios para medir la satisfacción de nuestro cliente directo (las oficinas de CaixaBank) y del cliente final de la Entidad. [\[PR5\]](#)

**1 La “Encuesta de Calidad de Oficinas”**, el Departamento de Calidad 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).

**La media anual del 2013 fue de 106** (donde 148 es el máximo), que presenta un decremento del 9% respecto al 2012 que fue de 117, pero continua teniendo un valor elevado. Adjuntamos evolución mensual de los resultados de la Encuesta en el 2013 y el 2012:



**2 “Encuesta de satisfacción a los clientes de Puntos Estrella”** el Departamento de Calidad de CaixaBank realiza la encuesta entre un muestra de los clientes de la Entidad, adjuntamos los resultados de Dic’12 y Dic’13.

| SATISFACCION DEL CLIENTE PARTICULAR                    |        |        | SATISFACCION DEL CLIENTE PARTICULAR                        |        |        | SATISFACCION DEL CLIENTE PARTICULAR                   |        |        |
|--|--------|--------|--|--------|--------|---|--------|--------|
| SATISFACCION GLOBAL MULTIESTRELLA                      |        |        | ¿Nos puede indicar el motivo?                              |        |        | ¿Que tipo de incidencia?                              |        |        |
|  | dic-12 | dic-13 |  | dic-12 | dic-13 |   | dic-12 | dic-13 |
| ¿Conoce el programa multiEstrella?                     |        |        | Recogio tarde el regalo y no lo encontraron en la oficina. | 100%   |        | Por caducidad de los puntos                           |        | 27%    |
| SI   | 57%    | 42%    | Piensa que se habran vuelto a equivocar                    |        |        | El regalo deseado no está disponible                  |        | 9%     |
| NO   | 43%    | 58%    | Tuvo que consumir  |        |        | El regalos se ha extraviado                           |        | 9%     |
| Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:  | 432    | 1404   | No era una reclamación formal                              |        |        | Por la calidad del regalo                             |        | 18%    |
| ¿Ha cambiado usted PE por regalos en los últimos 12 m? |        |        | No lo intento  |        | 40%    | No le contabilizan los puntos                         |        |        |
| SI   | 27%    | 27%    | Han reclamado 2 veces                                      |        |        | El regalo entregado no era el solicitado              | nd     |        |
| NO   | 73%    | 73%    | No han vuelto a ofrecer el regalo                          |        |        | Por un error en el cobro de puntos                    |        |        |
| Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:  | 594    | 1404   | Todavía esta pendiente                                     |        | 10%    | No inf. que el regalo estaba disponible               |        |        |
| Calidad de los regalos                                 |        |        | Tuvo que elegir otro regalo                                |        |        | No funcionaba por internet y se fue a la              |        |        |
| > 100  | 47%    | 45%    | No lo recuerda   |        |        | Lo tuvo que pedir varias veces                        |        |        |
| < 100  | 53%    | 55%    | Otros  |        | 50%    | Otros   |        | 37%    |
| Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:  | 161    | 374    | Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:      | 1      | 10     | Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas: |        | 22     |
| Plazos de entrega de los regalos                       |        |        |  |        |        |   |        |        |
| > 100  | 59%    | 53%    |  |        |        |   |        |        |
| < 100  | 41%    | 47%    |  |        |        |   |        |        |
| Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:  | 158    | 371    |  |        |        |   |        |        |
| ¿Ha tenido alguna incidencia con los PE?               |        |        |  |        |        |   |        |        |
| SI   | 3%     | 6%     |  |        |        |   |        |        |
| NO   | 97%    | 94%    |  |        |        |   |        |        |
| Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:  | 164    | 378    |  |        |        |   |        |        |
| ¿Se resolvió correctamente?                            |        |        |  |        |        |   |        |        |
| SI   | 80%    | 55%    |  |        |        |   |        |        |
| NO   | 20%    | 45%    |  |        |        |   |        |        |
| Porcentajes calculados sobre un total de entrevistas:  | 5      | 22     |  |        |        |   |        |        |

## 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>4</b> | <b>1</b>  |                 | <b>3</b>           | <b>2</b>           |
| <b>Plantilla:</b>                |          |           |                 |                    |                    |
| Dirección                        | 1        | 1         |                 |                    | 2                  |
| Jefes de departamento            |          | 2         |                 | 1                  | 1                  |
| Empleados                        | 7        | 19        |                 | 22                 | 4                  |
| <b>Total Plantilla</b>           | <b>8</b> | <b>22</b> | <b>0</b>        | <b>23</b>          | <b>7</b>           |

Los **beneficios sociales** que ha contado toda la plantilla de PromoCaixa en el ejercicio 2013 han sido: [LA3] [EC3]

- Seguro médico (12.272 €)
- 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 2013-2012 han sido: [\[LA7\]](#)

|  | 2013     | 2012    |
|--|----------|---------|
| <b>Absentismo por accidentes en el centro de trabajo:</b>                                  |          |         |
| Duración media de ausencias por accidentes   | 0 Horas  | 0 Horas |
| Nº total de accidentes con baja laboral  | 0        | 0       |
| Nº total de accidentes in itinere con baja laboral   | 0        | 0       |
| 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        | 0       |
| <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   | 15       | 5       |
| Nº total de jornadas perdidas por enfermedad común   | 575      | 98      |
| Índice de absentismo por enfermedad común  | 5,31%    | 0,91%   |
| <b>Absentismo por paternidad/maternidad:</b>   |          |         |
| Nº total de bajas por maternidad:  | 2        | 1       |
| Nº total de bajas por paternidad:  | 1        | 0       |
| Nº total de jornadas perdidas por bajas de paternidad/maternidad:                          | 234 Días | 78 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        | 23      |
| Nº total de empleados formados en prevención de riesgos laborales                          | 0        | 22      |

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

|  | 2013    | 2012    |
|--|---------|---------|
| <b>Nuevas incorporaciones y creación neta de empleo:</b>                                 |         |         |
| Nº total de empleados que han abandonado la empresa                                      | 0       | 1       |
| Nº total de hombres incorporados   | 0       | 0       |
| 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   | 100,00% | 100,00% |
| <b>Rotación de los empleados:</b>  |         |         |
| Nº total de empleados con contrato fijo o indefinido que han dejado la empresa (Hombres) | 0       | 1       |
| Nº total de empleados con contrato fijo o indefinido que han dejado la empresa (Mujeres) | 0       | 0       |
| Rotación media de los empleados (Hombres)  | 0,00%   | 3,22%   |
| Rotación media de los empleados (Mujeres)  | 0,00%   | 0,00%   |

**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  | S05,S06            |

## 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  | 9       |
| EN2   | Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados   | 9       |
| 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 |