

Memoria de  
Responsabilidad Social Corporativa  
ABANCA 2015



//ABANCA



1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

## SOBRE ESTA MEMORIA

G4-17

### PRINCIPIOS QUE LA RIGEN

La elaboración de esta Memoria RSC está basada en las directrices marcadas por la *Guía para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad Global Reporting Initiative (GRI)* en su versión G4, de conformidad con su opción exhaustiva. La información que contiene puede completarse con la contenida en [www.abanca.com](http://www.abanca.com).

La Memoria RSC ha sido verificada por KPMG Asesores de acuerdo con la norma ISAE 3000.

### PERÍMETRO DE LA INFORMACIÓN

A efectos de esta Memoria, se denomina:

- "ABANCA" a la sociedad ABANCA Corporación Bancaria S.A.
- "Grupo ABANCA", a ABANCA Corporación Bancaria S.A. y al conjunto de sociedades que integran el Grupo ABANCA Corporación Bancaria, que pueden ser consulta-

das en las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo.

La información financiera que se incluye en la Memoria procede de las Cuentas Anuales Consolidadas correspondientes al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2015, junto con el Informe de Gestión de dicho ejercicio, por lo que se refiere al Grupo ABANCA.

La información relativa a Capital Humano reportada en la Memoria se refiere exclusivamente a ABANCA y a las sociedades participadas relacionadas con la actividad financiera, sujetas a supervisión por parte del Banco de España: CORREDURIA DE SEGUROS, S.A., CORPORACIÓN FINANCIERA B. ETCHEVERRIA, ABANCA CORPORACIÓN INDUSTRIAL, ABANCA DIVISION GRUPO INMOBILIARIO, S.L., IMANTIA CAPITAL.

En aquellos casos en los que la información reportada presente un alcance diferente al perímetro establecido, se especificará en el correspondiente apartado o tabla con una nota a pie de página.

**1** PRESENTACIÓN | 7

UN NUEVO  
BANCO

**2**

Estructura  
accionarial | **17**

Modelo  
de Gobierno | **17**

Código  
de conducta | **28**

Compromiso  
con iniciativas  
institucionales | **32**

PRINCIPALES  
LÍNEAS 2015-2017

**3**

Visión | **39**

Estrategia  
y actividad | **39**

MODELO  
DE NEGOCIO

**4**

Banco líder  
en el noroeste  
de España | **45**

ABANCA Digital | **49**

Presencia  
internacional | **60**

Inversiones | **62**

NUEVA CULTURA  
CORPORATIVA

**5**

Ser clientecéntricos | **67**

Diseñar soluciones  
para cada situación | **73**

Apoyar a los empresarios  
y emprendedores  
en sus proyectos | **80**

Calidad de servicio | **85**

Extender la responsabilidad  
en la cadena de valor | **91**

Medioambiente | **93**

El Capital Humano | **100**

RSC, LA ESENCIA  
DEL MODELO  
DE ACTIVIDAD

6

Obra Social  
ABANCA | **121**

Afundación  
Obra Social  
ABANCA | **146**

CONTRIBUCIÓN  
ECONÓMICA  
A LA SOCIEDAD

7

Impacto  
económico de  
la actividad de  
ABANCA en  
Galicia | **163**

GESTIÓN ACTIVA  
DEL RIESGO

8

Gestión global  
del riesgo | **171**

Órganos responsables  
de la elaboración  
y gestión del riesgo | **173**

Nivel de tolerancia  
al riesgo | **174**

RESULTADOS  
E INFORMACIÓN  
FINANCIERA 2015

9

Claves  
del ejercicio | **180**

Resultados | **183**

Calidad  
de los activos | **186**

Solvencia | **187**

Financiación  
y liquidez | **188**

Ratings | **189**

10

ANEXOS | **191**





1

PRESENTACIÓN





- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

G4-1, G4-2

Tras la creación de ABANCA en junio de 2014, el ejercicio 2015, el primero completo de nuestra trayectoria, ha supuesto la materialización de los efectos positivos de la transformación que el banco implementó en sus meses de vida iniciales, así como la puesta en marcha de nuevos proyectos diseñados para seguir profundizando en nuestro modelo diferencial de entidad bancaria confiable, innovadora, sencilla y responsable.

Sobre las bases creadas en 2014, con claves como la reorientación de nuestra actividad hacia la banca minorista para empresas y particulares, la creación de un nuevo modelo de gobierno corporativo y la consideración de la solvencia y la calidad del riesgo como requisitos irrenunciables para nuestro proyecto a largo plazo, en 2015 hemos dado nuevos pasos en nuestro proceso de mejora continua para ajustarnos cada vez más al concepto de entidad financiera que nuestros clientes demandan.

Ese es el concepto fundamental de nuestro modelo: lo que importa es el cliente y sus necesidades. Siguiendo esta filosofía estamos diseñando y llevando a la práctica numerosas acciones para que el banco se adapte en todo momento al cliente, y no al revés. Iniciativas como el Programa Cero Comisiones, la apertura de oficinas en horario de tarde, la digitalización de nuestra actividad, la Tarifa Plana Seguros, la unidad especializada ABANCA Agro y Mar, el servicio Aplazos, o nuestra integración en la mayor red

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

de cajeros de España, aportan lo que el cliente nos pide cada día: soluciones que simplifican su vida y le proporcionan ventajas reales.

La diferencia se percibe por fuera, pero nace de dentro. Seguimos optimizando nuestros procedimientos, simplificando nuestros procesos y alcanzando nuevos niveles de excelencia operacional. Hemos implantado una nueva sistemática comercial para que nuestros gestores centren su tiempo en la creación de valor para el cliente. Consideramos estas mejoras como elementos críticos para proporcionar un servicio excelente en términos de atención y agilidad, pero, sobre todo, damos especial importancia a la cultura sobre la que se asientan: nuestros cuatro valores corporativos de calidad, confiabilidad, responsabilidad e innovación.

Otro factor esencial para lograr nuestros objetivos como entidad financiera es la capacidad de nuestros equipos. Estamos creando una cultura de alto desempeño apoyada sobre dos grandes ejes: la formación y el reconocimiento del talento. Queremos poder ofrecer a nuestros clientes el asesoramiento de los mejores profesionales, y a nuestros empleados el mejor entorno para trabajar.

En conjunto, todas estas iniciativas han conformado un ejercicio 2015 de gran intensidad que ha requerido del empleo de todas las capacidades humanas y técnicas del banco. Afortunadamente, podemos decir que la evolución mostrada por nuestro negocio nos reafirma en el camino de mejora elegido. Nuestros actuales niveles de rentabili-

dad, solvencia y penetración en el mercado son una buena base a partir de la cual seguir desarrollando nuestro proyecto.

ABANCA obtuvo en 2015 un beneficio superior a 330 millones de euros, gracias al relanzamiento de la actividad con pymes y familias, la positiva evolución del margen comercial, la mejora de la calidad del crédito y la fortaleza de los ratios de capital y liquidez. Para alcanzar este resultado, que sitúa nuestra rentabilidad (ROTE) en el 8,7%, ABANCA ha respondido a las desfavorables condiciones del entorno (caída de tipos de 31 puntos básicos en el año y no aplicación de cláusulas suelo en la cartera hipotecaria desde mayo de 2013) con una mejora del margen comercial procedente del efecto combinado de un mayor volumen de negocio y un más adecuado *mix* de precios.

La prioridad de nuestra estrategia de negocio es la concesión de crédito a empresas y particulares. En aplicación de este principio, el banco concedió un importe total de 11.444 millones de euros en nueva financiación, un 52% más (49% en número de operaciones) que en el ejercicio anterior. La variación interanual del crédito a clientes se situó en un 4,1% más, mientras que los recursos crecieron un 5,3%. Estas cifras nos permiten alcanzar una cuota de mercado en Galicia del 31% en crédito y del 41% en depósitos.

Gracias al buen ritmo de comercialización de los principales productos de valor añadido, los ingresos por prestación de servicios aumentaron un 8,2%, hasta situarse en 171 millones de euros. En especial, los ingresos

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

por comercialización de seguros, una de las líneas claves en nuestra estrategia de diversificación de fuentes de rentabilidad, se incrementaron en un 35%. Los ingresos por pasivos fuera de balance avanzaron un 18,8% y los correspondientes a activos un 52%.

En el capítulo de la calidad del riesgo, ABANCA presenta un mejor ratio de morosidad que el sistema por primera vez en los últimos seis años. En el ejercicio 2015 el banco registró una mejoría del 30% interanual en su tasa de morosidad, que quedó situada en el 8,6%, complementada con una cobertura del 63%, uno de los niveles más altos del sector.

Gracias a su política de máximo rigor y énfasis en la solidez, ABANCA mantiene su posición como una de las entidades más solventes del sector financiero español y europeo, con un nivel de capitalización muy por encima de las exigencias regulatorias. La fortaleza de la entidad se ve reforzada por una cómoda posición de liquidez cifrada en 10.917 millones de euros entre activos líquidos disponibles y capacidad de emisión. Para garantizar la sostenibilidad a largo plazo, los créditos representan el 90% de los depósitos de clientes.

EstamejoriadelosfundamentalesdeABANCA se ha visto reflejada en las calificaciones de las agencias de *rating*: a lo largo del año Fitch, Standard and Poor's y DBRS han comunicado al mercado subidas en el *rating* de fortaleza financiera del banco.

La sostenibilidad a largo plazo de ABANCA es condición indispensable para poder desarro-

llar la dimensión social de nuestro proyecto, que va más allá de lo meramente empresarial: somos una entidad que cree firmemente en su capacidad para mejorar su entorno.

Para ello hemos diseñado una estrategia de responsabilidad social corporativa de amplio alcance, cuyos primeros resultados están contenidos en esta memoria. Con rango de dirección general, primer nivel ejecutivo en el organigrama del banco, nuestro programa se articula en dos planos complementarios: por un lado, nuestro apoyo a la continuidad y sostenibilidad de la actividad de la Fundación Galicia Obra Social (Afundación), entidad heredera de la obra social de las antiguas cajas de ahorro gallegas; y, por otro, las acciones que el banco desarrolla por sí mismo bajo el programa Obra Social ABANCA.

Afundación y Obra Social ABANCA son iniciativas independientes, pero sus respectivas actividades se refuerzan mutuamente confluendo en beneficio de la sociedad. Con décadas de trayectoria, Afundación es un referente a nivel nacional en el campo de la difusión cultural, la educación y la inclusión social. Obra Social ABANCA nace ahora y se dirige a tres públicos con especificidades diferenciadas: nuestros empleados, nuestros clientes y la sociedad en general.

Nuestros empleados juegan un papel crucial en nuestra estrategia de responsabilidad social corporativa, pues toda acción de mejora social emprendida por una organización ha de partir, en primer lugar, de la manera en que sus integrantes desarrollan su actividad.

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

En este sentido, el Código Ético y de Conducta de ABANCA establece las condiciones necesarias para que la labor de nuestros equipos se adecúe siempre a los más altos estándares deontológicos.

No nos cansaremos nunca de enfatizar que la labor de las entidades financieras es profunda y, fundamentalmente, un empeño en el que el conocimiento y los recursos deben estar al servicio de la ética. Las entidades financieras cumplimos una función eminentemente social que no está reñida con la rentabilidad económica, sino que, precisamente, requiere de ella para cumplir sus objetivos. Debemos, en virtud de este convencimiento, poner el máximo empeño en minimizar las consecuencias negativas que el deterioro de su situación económica puede acarrear para nuestros clientes.

Por último, el triángulo de públicos a los que va dirigida nuestra estrategia de responsabilidad social corporativa tiene por tercer vértice al conjunto de la sociedad. Para ella hemos diseñado un completo programa de acciones en aspectos como la educación, el deporte y la cultura.

Sobre este último campo actuamos, fundamentalmente, a través de la puesta en valor y divulgación, a todas las capas de la sociedad, de la Colección de Arte ABANCA, una de las colecciones corporativas más importantes de España. En el pasado año fue objeto de la declaración de Bien de Interés Cultural tanto para su catálogo de artes plásticas como para sus contenidos bibliográficos.

Nos sentimos especialmente preocupados por la importancia de la transmisión de conocimientos y valores éticos. Es por ello que otro de los ámbitos fundamentales en los que actuamos es el de la educación y la formación, herramientas a través de cuyo uso podemos incidir de la manera más eficaz en la construcción de una sociedad más justa y próspera para todos.

De todo ello damos cuenta en esta memoria, en la que sintetizamos la labor de los 4.212 profesionales de ABANCA que diariamente ayudan a más de dos millones de empresas y clientes particulares para hacer realidad sus proyectos económicos y personales.



Javier  
Etcheverría de la Muela  
**Presidente de ABANCA**



Juan Carlos  
Escotet Rodríguez  
**Vicepresidente de ABANCA**



Francisco  
Botas Ratera  
**Consejero Delegado de ABANCA**







# 2

## UN NUEVO BANCO

Estructura accionarial  
Modelo de Gobierno  
Código de conducta  
Iniciativas institucionales





**Estructura accionarial**
**Modelo de Gobierno**

Código de conducta

Iniciativas institucionales

- |                          |                                |
|--------------------------|--------------------------------|
| 1. PRESENTACIÓN          | 6. RSC, LA ESENCIA             |
| <b>2. UN NUEVO BANCO</b> | 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA      |
| 3. PRINCIPALES LÍNEAS    | 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO   |
| 4. MODELO DE NEGOCIO     | 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015 |
| 5. NUEVA CULTURA         | 10. ANEXOS                     |

Uno de los principales objetivos de ABANCA es garantizar la transparencia, la independencia y el buen gobierno de la entidad con el fin de salvaguardar los intereses y contar con la participación de todos los grupos de interés tal y como se recoge en el plan estratégico.

## ESTRUCTURA ACCIONARIAL

G4-7

ABANCA cuenta con un accionista de referencia, ABANCA Holding Financiero, S.A., cuya participación es del 86,79% del capital social a fecha 31 de diciembre de 2015.

ABANCA Corporación Bancaria, S.A. mantiene como autocartera el 8,73% del capital social de la Entidad.

Denominación social del accionista	% del capital social
ABANCA Holding Financiero, S.A.	86,79%
ABANCA Corporación Bancaria, S.A.	8,73%

El restante 4,48% del capital social está en manos de otros accionistas minoritarios.

## MODELO DE GOBIERNO

ABANCA ha diseñado e implementado un nuevo modelo de gobierno corporativo que recoge los más altos estándares internacionales y que sirve de base para el cumplimiento de su misión como entidad financiera sostenible, rentable, solvente y enfocada hacia las necesidades de sus clientes.

En este nuevo modelo de gobernanza destacan el nombramiento de un nuevo consejo de administración, la renovación completa de la alta dirección y la adopción de las mejores prácticas en diversos ámbitos de la actividad.

En ABANCA, la gestión y el control de la compañía se distribuyen entre la Junta General de Accionistas y el Consejo de Administración, los cuales ostentan las facultades

Estructura accionarial

**Modelo de Gobierno**

Código de conducta

Iniciativas institucionales

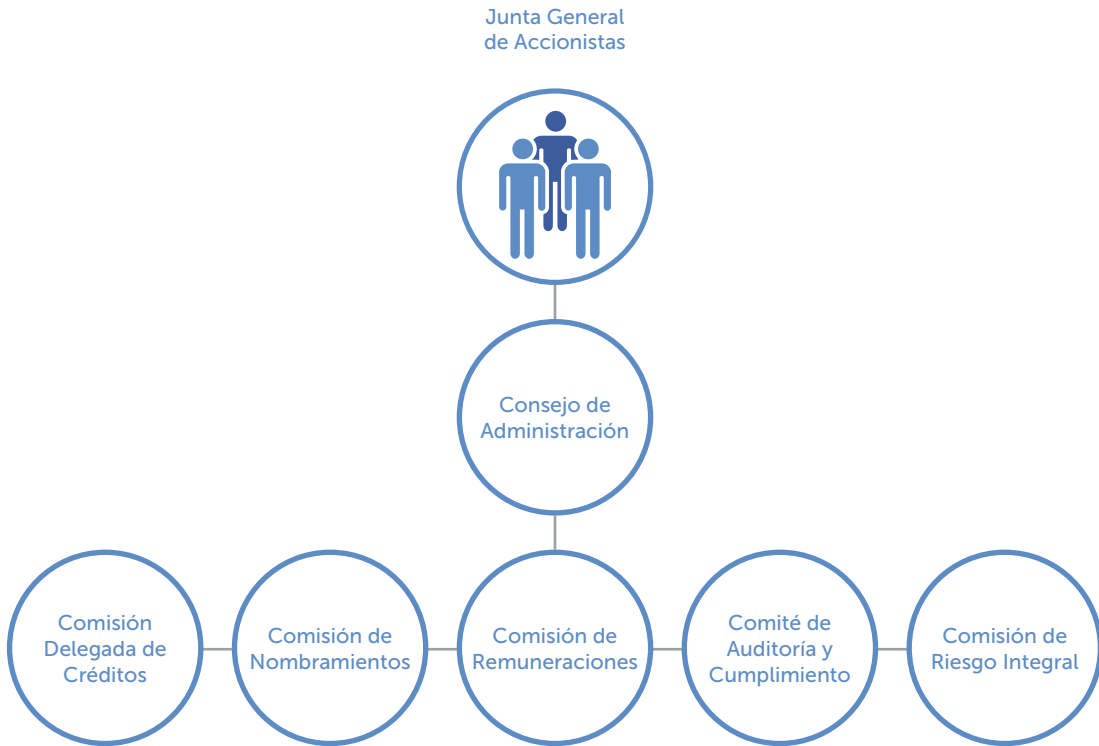
- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

que les asigna la ley y los estatutos, así como los órganos delegados que pueda designar el Consejo. El Consejo ha delegado facultades en la Comisión Delegada de Créditos y en el Consejero Delegado de la entidad. Asimismo, el Consejo de Administración ha constituido en su seno la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, la Comisión de Riesgo Integral, la Comisión de Nombramientos y la Comisión de Remuneraciones. (G4-35)

### Junta General de Accionistas

G4-34

Tendrán derecho de asistencia a las juntas generales los titulares de cualquier número de acciones inscritas a su nombre en el correspondiente registro contable con cinco días de antelación a aquel en que haya de celebrarse la junta y que se hallen al corriente en el pago de los desembolsos pendientes.



Estructura accionarial

**Modelo de Gobierno**

Código de conducta

Iniciativas institucionales

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## Consejo de Administración

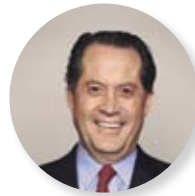
G4-38, G4-39, G4-40, G4-LA12

La selección de los miembros del consejo de administración ha sido realizada siguiendo los criterios de profesionalidad, independencia, prestigio personal y experiencia en la ges-

ción de entidades financieras. Está integrado por ocho miembros: dos consejeros dominicales, un consejero ejecutivo y cinco independientes. Su labor proporciona a ABANCA un impulso estratégico esencial para lograr los objetivos de negocio y de servicio que el banco se ha fijado para los próximos años.



**Presidente**  
Javier  
Etcheverría de la Muela  
Dominical



**Vicepresidente**  
Juan Carlos  
Escotet Rodríguez  
Dominical



**Consejero Delegado**  
Francisco  
Botas Ratera  
Ejecutivo



**Vocal**  
Miguel Ángel  
Capriles López  
Independiente



**Vocal**  
José  
García Montalvo  
Independiente



**Vocal**  
Pedro Raúl  
López Jácome  
Independiente



**Vocal**  
José Ramón  
Rodrigo Zarza  
Independiente



**Vocal**  
Carina  
Szpilka Lázaro  
Independiente



**Secretario**  
José Eduardo  
Álvarez-Naveiro Sánchez  
(no consejero)



**Vicesecretaria**  
María Consolación  
Borrás Retamero  
(no consejera)

Estructura accionarial

**Modelo de Gobierno**

Código de conducta

Iniciativas institucionales

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## Cambios en el Consejo de Administración en 2015

En 2015 no se han producido cambios en la composición del Consejo de Administración.

- La convocatoria y otros temas relativos a la Junta General Ordinaria y los accionistas.
- La remuneración de los miembros del Consejo de Administración y de los directivos.

## Funcionamiento y asuntos relevantes del año

G4-42, G4-43, G4-45, G4-47, G4-50

En 2015, el Consejo de Administración se ha reunido en doce ocasiones con asistencia presente o representada de la totalidad de sus miembros a todas las reuniones.

Asimismo, en 2015 se han adoptado otros acuerdos no recurrentes entre los que destacan:

El Consejo, con carácter previo a cada reunión, recibe información sobre el entorno macroeconómico y otras cuestiones de interés general y social. Asimismo, existe un Plan de Formación Continua para consejeros, diseñado con el apoyo de consultores externos especializados e impartido por estos, en el que se abordan en profundidad cuestiones relacionadas con la Gobernanza, el Capital, la Gestión del Riesgo y el Control interno, entre otras materias. Además, se producen encuentros y presentaciones monográficas sobre asuntos económicos y sociales de interés.

- El acuerdo de compra del 50% del capital a la aseguradora Caser de "Caixanova Vida y Pensiones S.A. de Seguros y reaseguros", pasando ABANCA a controlar el 100% del capital.
- La compra de la gestora Imantia Capital, SGIC, S.A.
- El acuerdo de venta de la participación de ABANCA en la operadora de telecomunicaciones R Cable y Telecomunicaciones Galicia, S.A. al Grupo Euskatel. Posteriormente, ABANCA ha adquirido el 5,27% del capital de Euskatel.

El Consejo debate, examina, revisa o toma acuerdos. Algunos de los temas recurrentes son:

## Comisiones delegadas

G4-36, G4-38

- La estrategia de la entidad.
- El control presupuestario y de riesgos.
- Las operaciones financieras e inversiones de relevancia.

### Comisión Delegada de Créditos

Asume en sus funciones todas las facultades que corresponden al Consejo de Administración en relación con la concesión y seguimiento de las operaciones de financiación cualquiera que sea su naturaleza, incluidas las relativas al perfeccionamiento, reconocimiento, modificación, prórroga, anticipación del vencimiento, resolución, extinción,

Estructura accionarial

**Modelo de Gobierno**

Código de conducta

Iniciativas institucionales

- |                          |                                |
|--------------------------|--------------------------------|
| 1. PRESENTACIÓN          | 6. RSC, LA ESENCIA             |
| <b>2. UN NUEVO BANCO</b> | 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA      |
| 3. PRINCIPALES LÍNEAS    | 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO   |
| 4. MODELO DE NEGOCIO     | 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015 |
| 5. NUEVA CULTURA         | 10. ANEXOS                     |

renovación y, en general, cuantas correspondan en relación con los actos, contratos u operaciones propias del giro o tráfico de las entidades bancarias en su operativa de financiación.

La Comisión Delegada de Créditos se reúne semanalmente con carácter general.

#### Presidencia

Francisco Botas Ratera

Ejecutivo

#### Vocales

Pedro Raúl López Jácome

Independiente

José Ramón Rodrigo Zarza

Independiente

#### Secretario (no consejero)

José Eduardo Álvarez-Naveiro Sánchez

#### Vicesecretario (no consejero)

José Luis Dorrego Martín-Barbadillo

### Comisión de Nombramientos

G4-40

- Formula y revisa los criterios que deben seguirse para la composición del Consejo y la evaluación de candidatos.
- Eleva al Consejo las propuestas de nombramientos de consejeros independientes para su designación o, en su caso, para su sometimiento a la decisión de la Junta.
- Comunica las propuestas del Consejo para el nombramiento de los restantes consejeros para su designación.

- Propone al Consejo los miembros que deban formar parte de cada una de las Comisiones.
- Evalúa periódicamente la idoneidad y la calificación de los diversos miembros del Consejo, y de este en su conjunto, e informa al Consejo en consecuencia.
- Verifica anualmente el carácter de los consejeros de la sociedad e informa al Consejo al respecto para su consideración en la elaboración del IAGC.
- Define políticas y alineamientos para la gestión del capital humano del Banco.

La Comisión de Nombramientos se reúne bimestralmente con carácter general.

#### Presidencia

Pedro Raúl López Jácome

Independiente

#### Vocales

José Ramón Rodrigo Zarza

Independiente

Carina Szpilka Lázaro

Independiente

#### Secretario (no consejero)

José Eduardo Álvarez-Naveiro Sánchez

### Comisión de Remuneraciones

- Propone al Consejo la política de retribución de los consejeros, que deberá someterse a votación de la Junta General y de los altos directivos, así como la retribución individual y las demás condiciones contractuales de los consejeros ejecutivos.

Estructura accionarial

**Modelo de Gobierno**

Código de conducta

Iniciativas institucionales

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

- b. Supervisa directamente la remuneración de los directivos encargados de la gestión de riesgo y con funciones de cumplimiento.
- c. Revisa periódicamente los programas de retribución, velando por que las remuneraciones de los consejeros y altos directivos se ajusten a los criterios de moderación y adecuación con los resultados de la sociedad, y que las políticas de remuneración de estos y de los demás miembros del Colectivo identificado no ofrezcan incentivos para asumir riesgos que rebasen el nivel tolerado por la sociedad, de forma que promuevan y sean compatibles con una gestión adecuada y eficaz de los riesgos.
- d. Vela por la transparencia de las retribuciones y por la observancia de la política retributiva establecida por la sociedad.
- e. Valora el cumplimiento de los objetivos a los que se encuentren vinculadas las remuneraciones, así como la necesidad, en su caso, de aplicar ajustes por riesgos a dichas remuneraciones.

La Comisión de Remuneraciones se reúne bimestralmente con carácter general.

**Presidencia**

Pedro Raúl López Jácome **Independiente**

**Vocales**

Miguel Ángel Capriles López **Independiente**  
 José García Montalvo **Independiente**

**Secretario (no consejero)**

José Eduardo Álvarez-Naveiro Sánchez

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

G4-DMA

- a. Informa a la Junta General de Accionistas sobre las cuestiones que en ella planteen los accionistas en materias de su competencia.
- b. Supervisa la eficacia del control interno de la sociedad, la auditoría interna, en su caso, y los sistemas de gestión de riesgos, velando por su independencia, y proponiendo la selección, nombramiento, reelección y cese del Auditor General.
- c. Supervisa el proceso de elaboración y presentación de la información financiera regulada.
- d. Propone al Consejo de Administración, para su sometimiento a la Junta General, la designación del auditor externo, estableciendo las oportunas relaciones para recibir información sobre aquellas cuestiones que puedan poner en riesgo la independencia de este, y cualesquiera otras relacionadas con el proceso de desarrollo de la auditoría de cuentas.
- e. Emite anualmente, con carácter previo a la emisión del informe de auditoría de cuentas, un informe en el que se expresa una opinión sobre la independencia de los auditores de cuentas.
- f. Examina el cumplimiento del Reglamento Interno de Conducta en los mercados de valores de las reglas de la sociedad, emitiendo informe sobre medidas disciplinarias, en su caso.
- g. Supervisa el funcionamiento y cumplimiento del manual de control interno para la prevención de riesgos penales.

Estructura accionarial

**Modelo de Gobierno**

Código de conducta

Iniciativas institucionales

- |                          |                                |
|--------------------------|--------------------------------|
| 1. PRESENTACIÓN          | 6. RSC, LA ESENCIA             |
| <b>2. UN NUEVO BANCO</b> | 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA      |
| 3. PRINCIPALES LÍNEAS    | 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO   |
| 4. MODELO DE NEGOCIO     | 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015 |
| 5. NUEVA CULTURA         | 10. ANEXOS                     |

h. Informa al Consejo sobre todas las materias previstas en la Ley, en los estatutos sociales y en el reglamento del Consejo en relación con la información financiera pública, creación o adquisición de participaciones de entidades de propósito especial o domiciliadas en países o territorios que tengan la consideración de paraísos fiscales, operaciones con partes vinculadas y/o modificaciones del reglamento del Consejo.

La Comisión de Auditoría se reúne mensualmente con carácter general.

#### Presidencia

José García Montalvo	Independiente
----------------------	---------------

#### Vocales

Pedro Raúl López Jácome	Independiente
José Ramón Rodrigo Zarza	Independiente
Carina Szpilka Lázaro	Independiente

#### Secretario (no consejero)

José Eduardo Álvarez-Naveiro Sánchez
--------------------------------------

tenga plenamente en cuenta el modelo empresarial y la estrategia de riesgo del Banco. En caso contrario, la Comisión presentará al Consejo un plan para subsanarlo.

- c. Determina, junto con el Consejo, la naturaleza, la cantidad, el formato y la frecuencia de la información sobre riesgos que deban recibir la propia Comisión y el Consejo.
- d. Colabora para el establecimiento de políticas y prácticas de remuneración racionales. A tales efectos, la Comisión examinará, sin perjuicio de las funciones de la Comisión de Remuneraciones, si la política de incentivos prevista en el sistema de remuneración tiene en consideración el riesgo, el capital, la liquidez y la probabilidad y oportunidad de los beneficios.
- e. Propone la selección, nombramiento, reelección y cese del director de la unidad de gestión de riesgos, esto es, al Director General de Control Corporativo y Riesgos.

La Comisión de Riesgo Integral se reúne mensualmente con carácter general.

#### Presidencia

José Ramón Rodrigo Zarza	Independiente
--------------------------	---------------

#### Vocales

Miguel Ángel Capriles López	Independiente
José García Montalvo	Independiente

#### Secretario (no consejero)

José Eduardo Álvarez-Naveiro Sánchez
--------------------------------------

#### Comisión de Riesgo Integral

G4-46

- a. Asesora al Consejo sobre la propensión global al riesgo, actual y futura, del Banco y su estrategia en este ámbito, y lo asiste en la vigilancia de la aplicación de esa estrategia.
- b. Vigila que la política de precios de los activos y los pasivos ofrecidos a los clientes

Estructura accionarial

**Modelo de Gobierno**

Código de conducta

Iniciativas institucionales

1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

## Cumplimiento de las mejores prácticas de buen gobierno

ABANCA, a pesar de no ser una sociedad cotizada, cumple con el 80% de los principios recogidos en el Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas de la Comisión Nacional del Mercado de Valores en su versión de 18 de febrero de 2015 y tiene, entre sus objetivos prioritarios, cumplir la totalidad de los mismos a corto plazo.

Entre todos los principios cabe destacar los siguientes:

- El Principio 10 establece que el Consejo de Administración posea la dimensión precisa para lograr un funcionamiento eficaz y participativo, lo que hace aconsejable que tenga entre cinco y quince miembros. ABANCA cuenta con un total de ocho miembros, dimensión que se considera adecuada para asegurar un funcionamiento eficaz.
- El Principio 11 establece que los consejeros dominicales e independientes constituyan una amplia mayoría del Consejo de Administración y que el número de consejeros ejecutivos sea el mínimo necesario, teniendo en cuenta la complejidad del grupo societario y el porcentaje de participación de los consejeros ejecutivos en el capital de la sociedad. De los ocho miembros que forman el Consejo de Administración en ABANCA solo uno es ejecutivo, dos son dominicales y los cinco restantes independientes.

En ese mismo sentido, todas las comisiones de la entidad están integradas exclusiva-

mente por miembros independientes con la única excepción de la Comisión de Delegada de Créditos en la que participa, como presidente, el único consejero ejecutivo.

- El Principio 14 recomienda que el Consejo de Administración se reúna con la frecuencia precisa para desempeñar con eficacia sus funciones y, al menos, ocho veces al año, siguiendo el programa de fechas y asuntos que establezca al inicio del ejercicio. ABANCA celebró un total de doce reuniones del consejo a lo largo del año 2015.
- El Principio 20 recomienda que los miembros de la Comisión de Auditoría, y de forma especial su presidente, se designen teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia en materia de contabilidad, auditoría o gestión de riesgos, y que la mayoría de dichos miembros sean consejeros independientes. En ABANCA todos los componentes de la comisión son consejeros independientes y de reconocido prestigio en el ámbito económico.
- El Principio 22 recomienda que la Comisión de Nombramientos y la de Retribuciones sean dos comisiones separadas y que los miembros se designen procurando que tengan conocimientos, aptitudes y experiencia adecuados a las funciones a desempeñar y que la mayoría de los miembros sean consejeros independientes. Como se ha recogido en apartados anteriores, ABANCA cuenta con dos comisiones diferenciadas, una para nombramientos y otra para remuneraciones, y ambas están constituidas exclusivamente por consejeros independientes con experiencia adecuada.



Estructura accionarial

**Modelo de Gobierno**

Código de conducta

Iniciativas institucionales

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## Retribución

G4-51, G4-52

La remuneración de los consejeros se determina de conformidad con la política de remuneración del Consejo de Administración aprobada por la Junta General de Accionistas del Banco con fecha 30 de junio 2015 (a la que asistió un 88,43 % del capital social). La propuesta contó con el 100% de votos a favor.

La política de remuneración aprobada es compatible con la estrategia de negocio de ABANCA, con sus objetivos y valores a largo plazo. El nuevo sistema tiene como objetivos atraer, retener y motivar el trabajo de los profesionales e integrar los principios para una correcta gestión del riesgo en el sistema retributivo.

## Comité de Dirección

El organigrama directivo de ABANCA ha sido objeto de una profunda renovación para adecuarlo a las prioridades estratégicas de la entidad: reorientación a la banca minorista, crédito para empresas y particulares, control de riesgos y compromiso social.

Sus principales novedades son:

- Creación del área de Control Corporativo y Riesgos, de la que nace un nuevo modelo de riesgos dirigido a aplicar las mejores prácticas bancarias, gestionar integralmen-

te los riesgos para garantizar la solvencia y difundir la cultura de riesgos transversalmente a toda la organización.

- Promover Capital Humano al primer nivel para reflejar el papel clave del equipo y las personas en el desarrollo futuro de la entidad.
- Refuerzo de la orientación al cliente y la eficiencia operativa a través de la dirección general de Infraestructura Tecnológica, Información, Procesos y Operaciones.
- Creación de una dirección general de Responsabilidad Social Corporativa para potenciar el compromiso con la sociedad.
- Creación de una dirección general de Negocio Internacional, para servir de nexo de unión con los emigrantes y potenciar la importación/exportación y la atracción de inversiones.



Estructura accionarial

**Modelo de Gobierno**

Código de conducta

Iniciativas institucionales

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## Comité de Dirección



Francisco Botas Ratera  
Consejero Delegado



José Eduardo Álvarez-Naveiro Sánchez  
DG Gobierno Corporativo y Asuntos Legales



Luis Beraza de Diego  
DG Negocio España



María Camino Agra  
DG Capital Humano



Alfonso Caruana Cámara  
DG Negocio Internacional



Alberto de Francisco Guisasaola  
DG Finanzas



Miguel Ángel Escotet Álvarez  
DG Responsabilidad Social Corporativa y Comunicación



Álvaro García Diéguez  
DG ABANCA Seguros



Juan María Hernández Andrés  
DG Desarrollo Activos Singulares



Pablo Triñanes Lago  
DG Control Corporativo y Riesgos



José Valiño Blanco  
DG IT, Información, Procesos y Operaciones



Juan Luis Vargas-Zúñiga de Mendoza  
DG M. de Capitales, Gestión y Distribución Institucional



José Luis Vázquez Fernández  
DG Crédito

Estructura accionarial

**Modelo de Gobierno**

Código de conducta

Iniciativas institucionales

1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS



### Cambios en el Comité de Dirección en 2015

Durante el ejercicio 2015 se han incorporado al Comité de Dirección:

**Alfonso Caruana**

Director General de Negocio Internacional.

**Álvaro García Diéguez**

Director General ABANCA Seguros.



### Comités Corporativos

- ABANCA Seguros.
- Activos y Pasivos.
- Capital Humano.
- Cumplimiento Normativo.
- Desarrollo de Negocio.
- Eficiencia y Procura.
- Ética.
- Foro de Innovación.
- Gestión del Capital.
- Inversiones, Inmobiliario y Participadas.
- Nuevos Productos.
- PMO, Proceso y Tecnología.
- Prevención de Blanqueo de Capitales.
- Riesgo Integral.
- RSC y Comunicación.
- Seguimiento de Crédito.
- Seguimiento de Negocio.

Estructura accionarial

Modelo de Gobierno

**Código de conducta**

Iniciativas institucionales

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## CÓDIGO DE CONDUCTA

G4-DMA, G4-41, G4-56, G4-HR2, G4-SO3, G4-SO4

En ABANCA la sostenibilidad es una de sus metas, en ese sentido se ha procedido a la implantación de una nueva cultura organizacional sustentada en los cuatro valores que deben regir el comportamiento de toda la plantilla.



Todas las personas que forman parte de ABANCA reciben el

## Código Ético

y la capacitación correspondiente sobre el mismo, siendo de obligado cumplimiento.



## Código Ético y de Conducta

G4-DMA

En ABANCA se considera fundamental garantizar que la conducta es acorde con los valores. En ese sentido dispone de un Código de Ética y de Conducta que formaliza los principales derechos y obligaciones que tanto la entidad como todas las personas que forman parte de ella asumen.

Todas las personas pertenecientes a ABANCA tienen el derecho y la obligación de conocer dicho Código, cumplirlo y difundirlo. Para ello, el Código Ético está permanentemente a disposición de la plantilla en la intranet, dentro del Canal Ético ABANCA.

Según el artículo 74 del Código, "ABANCA hará una difusión eficiente de sus informes institucionales y adoptará medidas para asegurar que la información financiera, así como cualquier otra que se emita en el marco de sus comunicaciones corporativas, sea completa, correcta, veraz, simétrica, equitativa y útil en el tiempo".

La nueva cultura organizacional se sustenta en los cuatro valores que deben regir el comportamiento de toda la plantilla de ABANCA: responsabilidad, confiabilidad, calidad e innovación.

Para realizar un seguimiento del funcionamiento y cumplimiento del Código Ético y de Conducta, se ha creado el Comité de Ética que se encarga de:

Estructura accionarial

Modelo de Gobierno

**Código de conducta**

Iniciativas institucionales

1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
<b>2. UN NUEVO BANCO</b>	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

- Velar por el cumplimiento de las normas del Código Ético de ABANCA.
- Impulsar la formación en temas de ética.
- Resolver consultas y conflictos de interés que se le planteen.
- Analizar denuncias y, en su caso, sancionar incumplimientos del Código Ético.



Estructura accionarial

Modelo de Gobierno

**Código de conducta**

Iniciativas institucionales

1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

El Comité está formado por el Consejero Delegado, el director general de Capital Humano, el Auditor General, el director general de Responsabilidad Social Corporativa, el director general de Control Corporativo y Riesgos y el director general de Gobierno Corporativo y Asuntos Legales.

## Canal de denuncias

G4-DMA, G4-57, G4-58

Para facilitar el cumplimiento del Código de Conducta existen dos canales de denuncia que permiten la comunicación al Comité de Auditoría de irregularidades de naturaleza financiera y contable, en lo relativo a eventuales incumplimientos del Código de Conducta y actividades irregulares en la organización, informando en su caso si este es de naturaleza confidencial.

- **El Canal Ético ABANCA** es el canal del nuevo Código Ético. A través de él se puede hacer llegar cualquier duda o sugerencia acerca del nuevo código. El área que gestionará las dudas y sugerencias es Responsabilidad Social Corporativa, y si fuese necesaria la participación del Comité de Ética para resolver alguna duda o aprobar alguna sugerencia, se incluiría en el orden del día del próximo comité.
- **El Canal Ético Consejero Delegado** es un instrumento regulado de denuncia de asuntos de gravedad a partir de cuya investigación pueden resultar sanciones

de todo tipo a cualquier empleada o empleado de la entidad. En este segundo canal, el sistema permite la comunicación confidencial y se podrán denunciar, entre otros:

- > Todos aquellos incumplimientos de obligaciones o conculcación de derechos establecidos en el ámbito del Código Ético y de Conducta ABANCA.
- > Las irregularidades e incumplimientos que provoquen un perjuicio, no solo económico, para la entidad.
- > Las actuaciones regulares con resultados manifiestamente antieconómicos para la entidad, existiendo un provecho no justificado en beneficio propio o de terceros.

A 31 de diciembre  
han sido contestadas el

**90,85%** de las

**175** consultas  
recibidas sobre  
el Código Ético.



Estructura accionarial

Modelo de Gobierno

**Código de conducta**

Iniciativas institucionales

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## Reglamento Interno de Conducta en el ámbito del Mercado de Valores

G4-DMA

Asimismo, existe un Reglamento Interno de Conducta en el ámbito del Mercado de Valores. Su objetivo es ajustar las actuaciones del Banco, de sus órganos de administración, empleados y representantes, a las normas de conducta contenidas en la Ley del Mercado de Valores y en sus disposiciones de desarrollo. Además, se establece, de acuerdo con la

normativa antes mencionada, una Política de Gestión de Conflictos de Interés. Todo ello con el fin de fomentar la transparencia en los mercados y preservar, en todo momento, el interés legítimo de los inversores.

Estos códigos y principios están disponibles para todos los empleados en la intranet corporativa. Así mismo, el Reglamento Interno de Conducta es accesible a todos los grupos de interés, a través de la página web corporativa.



Estructura accionarial

Modelo de Gobierno

Código de conducta

**Iniciativas institucionales**

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## COMPROMISO CON INICIATIVAS INSTITUCIONALES

G4-16

### Adhesión al Pacto Mundial

G4-15

ABANCA se sumó en 2015 a la Red Española del Pacto Mundial, una iniciativa internacional y que tiene como objetivo fundamental involucrar a las empresas y a otros organismos en el desarrollo sostenible.

La adhesión a esta plataforma global supone un apoyo a un proyecto con respaldo internacional –siendo además la mayor iniciativa de promoción voluntaria de responsabilidad social empresarial–, al mismo tiempo que se refuerza el compromiso con los derechos fundamentales y el progreso sostenible.

El Pacto Mundial trabaja por la implantación de diez principios básicos de conducta y acción en materia de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, en la estrategia y las operaciones diarias de la empresa, con el ob-





Estructura accionarial

Modelo de Gobierno

Código de conducta

**Iniciativas institucionales**

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

jetivo de conciliar las demandas de la sociedad civil, del tercer sector, de los sindicatos y de las instituciones educativas, con los intereses y procesos de la actividad empresarial.

La Red Española del Pacto Mundial supera en este momento los 400 socios y la red global (conocida como Global Compact) cuenta con la implicación de más de 12.000 entidades de 145 países. Se trata, por lo tanto, de la mayor iniciativa voluntaria de responsabilidad social empresarial que existe en este momento en el mundo.



El Pacto Mundial fue presentado por Kofi Annan en el Foro Económico Mundial de Davos en 1999 y adoptado por Naciones Unidas en el año 2000. En estos 15 años se ha convertido en un marco práctico para desarrollar, implantar y divulgar políticas y prácticas de



Estructura accionarial	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
Modelo de Gobierno	<b>2. UN NUEVO BANCO</b>	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Código de conducta	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
<b>Iniciativas institucionales</b>	4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
	5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

sostenibilidad corporativa, ofreciendo a sus firmantes una amplia gama de recursos y herramientas de gestión para ayudarlos a implementar modelos de negocio sostenible.

Los 10 principios del Pacto Mundial son:

- Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
- Principio 2. Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
- Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- Principio 4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- Principio 5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- Principio 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
- Principio 7. Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- Principio 8. Las empresas deben fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Principio 9. Las empresas deben impulsar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
- Principio 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos la extorsión y el soborno.

## CECA

ABANCA colabora con la CECA en el desarrollo de iniciativas sectoriales de responsabilidad Social Corporativa, en ámbitos como la educación financiera, la promoción de conductas responsables hacia los clientes, el capital humano o la cadena de suministros, entre otros. ABANCA es miembro del Comité Sectorial de RSC desde su constitución.

## Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA)

El banco y la AECA han creado la "Cátedra AECA-ABANCA sobre Economía, Finanzas y Administración de Empresas". El propósito de esta iniciativa es potenciar el desarrollo científico de dichas materias y fomentar los contactos e intercambios de conocimiento entre expertos del ámbito académico y profesional-empresarial, tanto a nivel nacional como internacional.

La cátedra AECA-ABANCA desarrollará su actividad fundamentalmente en Galicia, aunque también estará presente en otras comunidades autónomas. La iniciativa nace con vocación de contribuir al desarrollo económico, y para ello se ha fijado como objetivo poner sus conclusiones a disposición de las empresas gallegas y la sociedad en general. Para ello se desarrollarán acciones divulgativas y editoriales, organizará seminarios profesionales y jornadas de formación sobre la aplicación práctica de los trabajos, y organizará másteres y postgrados sobre temas afines a su actividad.

Estructura accionarial

Modelo de Gobierno

Código de conducta

**Iniciativas institucionales**

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO**
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## Asociación Gallega de la Empresa Familiar

El banco colabora con la asociación empresarial y potencia su programa formativo y divulgativo. Esta labor se centra en la organización periódica de seminarios y conferencias a cargo de profesionales de referencia en los principales problemas que deben afrontar este tipo de empresas. Las temáticas que suelen abordar estas acciones formativas y divulgativas ponen el acento en aspectos concretos como la mejora y profesionalización de la gestión, la planificación ordenada de la sucesión o el reto del crecimiento, expansión y diversificación. Además, se respalda la prestación de asesoramiento personalizado a los socios, ayu-

dándolos a afrontar los retos de la gestión de sus empresas. La Asociación Gallega de la Empresa Familiar cumple también con el objetivo de canalizar las principales preocupaciones que involucran a este tipo de organizaciones y transmitírselas a las administraciones.

## Autocontrol

ABANCA se encuentra adherida a la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol) sometiendo los mensajes publicitarios a sus revisiones al objeto de tener una comunicación publicitaria que cumpla con las máximas garantías.







# 3

## PRINCIPALES LÍNEAS 2015-2017

Visión

Estrategia y actividad





**Visión**

**Estrategia y actividad**

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS**
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

La visión de ABANCA es reforzar su posición de banco de referencia del norte de España, orientado al cliente con un servicio global innovador, cercano y confiable, con altos niveles de calidad, eficiencia y rentabilidad, con un equipo de alto desempeño motivado y con una clara orientación a la responsabilidad con el desarrollo económico y social de su entorno.

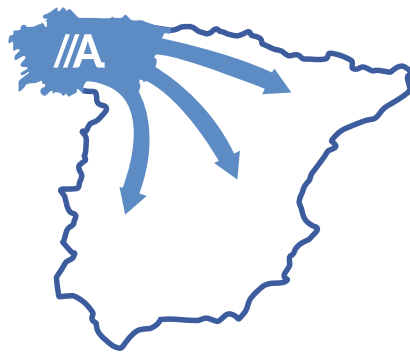
**ESTRATEGIA Y ACTIVIDAD**

G4-DMA

Para lograr esta visión, la entidad se fija, en sus distintas perspectivas, tanto objetivos financieros como de clientes, de cambio organizacional y de capacidades que, en modo resumido, son:

**Reforzar su posición de banco líder del noroeste de España**

Desde Galicia, origen y núcleo de su actividad, ABANCA trabaja para consolidarse como la entidad de referencia del noroeste de España. Ya dispone de una importante implantación en Asturias y León. Además, está presente en los centros de población más importantes del resto de España.



Visión

**Estrategia y actividad**

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS**
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

### Hacer banca minorista

ABANCA es una entidad financiera que centra su actividad en la banca minorista tradicional, prudente y de servicio para empresas, autónomos y particulares. A ellos dedica su crédito, y en ellos centra la obtención de recursos, financiando su crédito con sus depósitos en detrimento de otras fuentes de financiación. En síntesis, la entidad cree en la función básica de la banca: servir de puente entre el ahorro y la inversión.



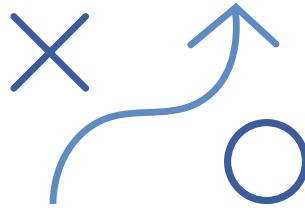
### Ser clientecéntricos

El cometido de ABANCA es, en diálogo permanente con los clientes, detectar sus necesidades financieras y ayudarlos a satisfacerlas.



### Ayudar a los clientes de banca personal a tomar las mejores decisiones de inversión

Se ha diseñado una oferta de valor diferenciada para los clientes de banca personal. El modelo de asesoramiento se basa en el servicio personalizado, la adecuación al perfil del cliente y la perspectiva a medio y largo plazo como estrategias para proteger y hacer crecer el valor de su cartera.



### Apoyar a los empresarios y emprendedores en sus proyectos

Con equipos especializados en los diferentes segmentos de la banca para empresas, desde las grandes operaciones corporativas a la puesta en marcha de proyectos pyme, la entidad trabaja, codo con codo, con empresarios y emprendedores de todos los sectores para proporcionarles las soluciones financieras necesarias para el crecimiento de sus negocios.





Visión

**Estrategia y actividad**

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS**
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

### Diseñar soluciones especializadas

Se han creado unidades y líneas de negocio especializadas para segmentos de actividad que requieren tratamiento diferenciado:

- ABANCA Seguros, para el sector asegurador.
- ABANCA Agro y Mar, para el sector primario.
- A-Impulsa, para apoyar a empresas viables que atraviesan dificultades financieras.
- COMEX, para las empresas internacionales.
- IMANTIA, la gestora de la entidad para el segmento de fondos.
- .....



### Apostar por la sencillez y la innovación

ABANCA apuesta por los productos transparentes y sencillos como base de la relación de confianza con sus clientes; por la multicanalidad para dar respuesta a sus necesidades en cualquier momento y lugar; y por la innovación constante para ofrecerles siempre los mejores productos y servicios.

### Impulsar la banca electrónica y móvil a través de ABANCA Digital

Con ABANCA Digital se potencian los canales de banca electrónica y móvil para realizar todo tipo de transacciones y gestionar y contratar productos a través de la web y del teléfono.



### Reforzar la cultura corporativa

La labor de todas las personas que forman parte de ABANCA se rige por cuatro valores corporativos: responsabilidad, calidad, confiabilidad e innovación, y por los principios de obligado cumplimiento recogidos en el Código Ético de la entidad.





# 4

## MODELO DE **NEGOCIO**

Banco líder

ABANCA Digital

Presencia internacional

Inversiones





**Banco líder**

ABANCA Digital

Presencia internacional

Inversiones

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

ABANCA desarrolla un modelo de negocio centrado en la banca minorista en el que el cliente se configura como el centro de atención prioritario de toda la organización, que se vuelca en la cobertura integral de sus necesidades financieras a través de productos y servicios sencillos y de calidad, adaptados a sus requerimientos específicos y cumpliendo los valores corporativos de la organización (responsabilidad, confiabilidad, calidad e innovación).

ABANCA es la entidad líder del sistema financiero gallego (con una cuota de mercado próxima al 40%), y una de las once entidades financieras más relevantes del sistema financiero español por volumen de activos. Asimismo, cuenta con una red de oficinas distribuida por gran parte de las provincias españolas, al tiempo que su presencia internacional se extiende a ocho países europeos y americanos.

**BANCO LÍDER EN EL NOROESTE DE ESPAÑA**

G4-4, G4-8, G4-9, FS6, FS13

La actividad de ABANCA representa el 2,3% del negocio minorista del mercado financiero español, cuota que se aproxima al 40% en su mercado natural, Galicia, en donde da cobertura al 98% de la población a través de la implantación de la red comercial en el 88% de los municipios de la Comunidad Autónoma.

**Banco líder**

ABANCA Digital

Presencia internacional

Inversiones

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

ABANCA ha centrado su actividad en la banca tradicional, prudente, cercana y de servicio, y sitúa a los particulares, las pymes y los autónomos como los colectivos que constituyen el pilar fundamental sobre el que se sustentan el resto de propuestas de valor especializadas.

% de negocio por segmentos	
Personas físicas	%
Banca minorista	97,1%
Banca personal y privada	2,9%
Personas jurídicas	%
Pymes y colectivos	32,9%
Empresas e institucional	67,1%

Los **particulares** constituyen el segmento de clientela principal de ABANCA, suponiendo el 94% de sus más de 2,1 millones de clientes y cerca de las dos terceras partes del saldo de la financiación concedida a clientes.

% de clientes por segmentos	
Particulares	94,22%
Empresas	5,67%
Administraciones públicas	0,11%

La entidad pone a disposición de este colectivo un amplio abanico de productos y servicios:

- **Ahorro:** depósitos a plazo, libretas de ahorro, cuentas corrientes y vivienda, fondos

de inversión en sus distintas modalidades, seguros, planes de pensiones o títulos de renta fija y variable. Al finalizar 2015 la entidad tenía activas 1,7 millones de cuentas de ahorro, cerca de 600.000 cuentas corrientes y 300.000 imposiciones a plazo.

- **Financiación:** préstamos personales, financiación al consumo, créditos hipotecarios, avales, tarjetas, etc. A cierre de 2015 ABANCA tenía suscritos con sus clientes particulares más de 680.000 préstamos.
- **Otros servicios:** domiciliaciones, medios de pago, intermediación de valores y la operatoria continuada a través de un amplio abanico de canales de atención remota (banca electrónica, *online* y telefónica que utilizan más de la mitad de los clientes de la entidad).

La entidad ofrece productos sencillos y transparentes a través de una amplia red comercial de

**667** oficinas  
en España.



**Banco líder**

ABANCA Digital

Presencia internacional

Inversiones

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

Con 540 oficinas en Galicia es la entidad líder, dando cobertura a más del

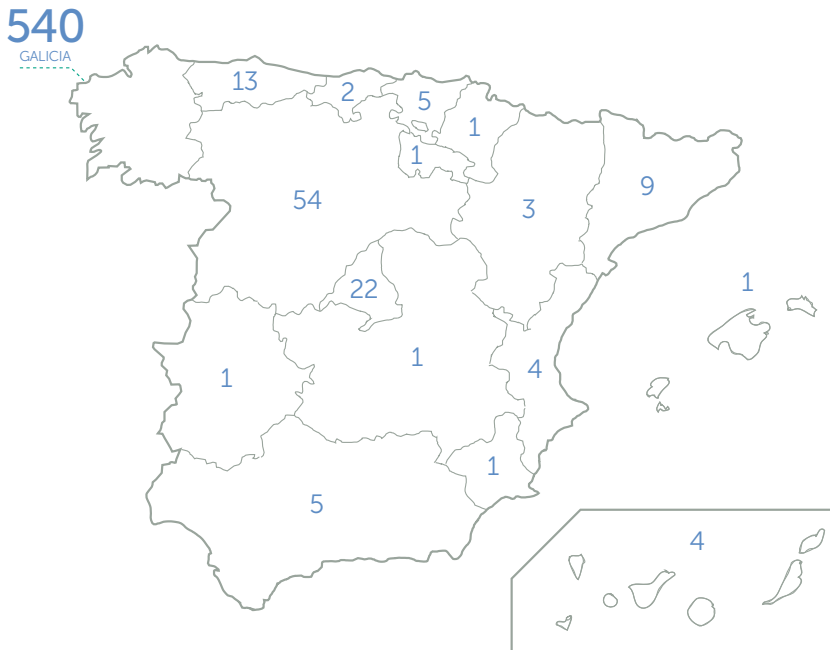
**98%** de la población

En León es ya la segunda entidad por implantación territorial.

98 pequeños municipios en los que es la única entidad financiera presente y cuenta con dos oficinas móviles que se desplazan de forma periódica a otros núcleos de población en los que no posee sucursal, favoreciendo así la inclusión financiera de esos núcleos.

El servicio a la **empresa** ocupa igualmente un lugar prioritario en la actividad de ABANCA, y, especialmente, el orientado a las pymes y los autónomos, tal y como demuestra el hecho de que el saldo de créditos destinados a la financiación empresarial supone en torno a un tercio del saldo de la financiación concedida. El número de créditos destinados a financiar a este colectivo superaba a cierre de 2015 los 206.000.

La amplia red de oficinas de ABANCA en Galicia facilita el acceso a los servicios financieros en un contexto de singular dispersión poblacional característica de la geografía gallega. De hecho, ABANCA presta servicio en



<p><b>Banco líder</b></p> <p>ABANCA Digital</p> <p>Presencia internacional</p> <p>Inversiones</p>	}	<p><b>4. MODELO DE NEGOCIO</b></p>	<p>1. PRESENTACIÓN</p> <p>2. UN NUEVO BANCO</p> <p>3. PRINCIPALES LÍNEAS</p> <p>4. MODELO DE NEGOCIO</p> <p>5. NUEVA CULTURA</p> <p>6. RSC, LA ESENCIA</p> <p>7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA</p> <p>8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO</p> <p>9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015</p> <p>10. ANEXOS</p>
---	---	------------------------------------	---

Entre los productos y servicios dirigidos a este segmento cabe destacar:

- Ahorro-Gestión de tesorería: si bien comparte la utilización de instrumentos comunes a particulares, las empresas cuentan con productos específicos como “Cash Pooling” (gestión de tesorería para grupos de empresas), cuentas corrientes y de ahorro, depósitos o planes de pensiones de promoción conjunta.
- Financiación:
  - > Circulante: a los productos tradicionales (descuento y anticipos, cuentas de crédito, gestión de tesorería...) se une un amplio abanico de productos específicos, como el *confirming* (gestión de pagos a proveedores) o el *factoring*.
  - > Otras finalidades: avales, descubiertos, *leasing*, el *renting*, productos de coberturas de riesgos, etc.
  - > Comercio exterior: asesoramiento en comercio exterior, financiación, operaciones *import-export*, cuentas en divisas, coberturas de riesgo de pago y entrega de mercancía y transferencias internacionales, entre otros.
- Otros productos y servicios: seguros, comercio electrónico, diferentes líneas de asesoramiento sobre informes comerciales, ayudas y subvenciones públicas, licitación y concursos públicos, etc. Asimismo, el segmento empresarial cuenta con el servicio de banca electrónica específico que es utilizado por más de 200.000 empresas.

La completa cartera de productos dirigidos a este segmento, la presencia de la entidad en los principales polos de desarrollo del país y la extensa cobertura de la operatoria internacional hacen de la oferta de ABANCA a la empresa una atractiva alternativa de servicio financiero.

El **sector público** recibe, asimismo, la atención de ABANCA a través de los múltiples convenios de servicio firmados por la Entidad con colegios profesionales, asociaciones e instituciones diversas, lo que tiene su complemento en la financiación a la administración pública, ya sea estatal, autonómica o local. Además, la entidad dispone de planes de pensiones específicos para este segmento, así como una pasarela de pagos propia que facilita el pago *online* de impuestos y tasas en diferentes administraciones públicas.

Durante el ejercicio 2015 la gestión se ha centrado en una visión clientecéntrica de diálogo constante con los clientes para conocer sus necesidades financieras y satisfacerlas. Los principales focos de actividad fueron:

- La fidelización y captación de clientes: **Cero Comisiones.**
- La captación de clientes del sector primario: **lanzamiento de la Banca Agro-Mar.**
- La comercialización de soluciones de protección: **ABANCA Seguros.**



Banco líder

**ABANCA Digital**

Presencia internacional

Inversiones

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## ABANCA DIGITAL

FS13

El modelo de gestión personalizada de ABANCA se complementa con un sistema de distribución multicanal innovador y en constante apuesta por la inversión tecnológica. ABANCA cuenta con una de las plataformas multicanal más evolucionada del sector financiero español, lo que permite una prestación de servicios global sin limitaciones horarias ni barreras de acceso.

En 2015, ABANCA ha puesto en marcha el proyecto

# ABANCA Digital



‘ABANCA Digital’ es una iniciativa para agilizar los procesos para ofrecerle al cliente un servicio omnicanal, innovador, con altos niveles de calidad y con la posibilidad de contratar productos y servicios sin necesidad de acudir a una oficina. El objetivo es que los clientes del banco puedan realizar, en cualquier momento y en cualquier lugar, todo tipo de transacciones financieras, de modo que elijan cómo quieren gestionar y contratar sus productos con ABANCA, a través de oficinas, de la web, del teléfono, de la banca electrónica o de la banca móvil.

## Nueva Web

[www.abanca.com](http://www.abanca.com) es la carta de presentación de la entidad, tanto para los clientes que quieren realizar alguna consulta o contratación sin acudir a su oficina como para los no clientes que buscan información sobre sus servicios. La página web es una de las más avanzadas del sector. Los contenidos, la navegación y la usabilidad se adaptan al soporte preferido por los clientes, ya sea *tablet*, móvil, ordenador o *smartTV*.

Siempre pensando en los usuarios, se emplea un lenguaje próximo y coloquial, sin terminología financiera difícil de comprender por un cliente no experto. Por ese mismo motivo, se ha prestado mucha atención a la información de ayuda y se ofrecen herramientas avanzadas que permiten explicar mejor los productos o realizar simulaciones que ayudan al cliente a decidir cuál de los servicios puede dar respuesta a sus necesidades.



Banco líder

**ABANCA Digital**

Presencia internacional

Inversiones

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## Nueva Sala de Comunicación

ABANCA apuesta por ofrecer a sus grupos de interés espacios de comunicación intuitivos, claros y sencillos donde encontrar toda la información generada por la entidad de manera rápida y atractiva. Con este objetivo, en noviembre de 2015 la entidad lanzó una nueva sala de comunicación, accesible a través del dominio <https://comunicacion.abanca.com>.

Se trata de una plataforma informativa que aglutina los recursos más demandados por medios de comunicación y profesionales, pero también por accionistas, em-

presas relacionadas, personas relevantes en las redes sociales, clientes y público en general.

Ofrece una navegación sencilla e intuitiva y un contenido estructurado y relacionado que facilita y fomenta la participación e interacción en sus contenidos.

Se ha puesto el acento, especialmente, en los recursos audiovisuales, gracias a una mediateca que aglutina vídeos, imágenes, audios y otros documentos. Además, su diseño Mobile First permite la navegación desde cualquier dispositivo (ordenador, tablet o móvil).



Banco líder

**ABANCA Digital**

Presencia internacional

Inversiones

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## Redes sociales

Desde el nacimiento de ABANCA la entidad ha apostado por mantener una presencia activa en las principales redes sociales y crear una comunidad de usuarios que permita establecer una comunicación y un diálogo más directo tanto con los clientes como con el resto de grupos de interés.

A cierre de 2015, esta comunidad está formada por 30.332 usuarios activos en los perfiles corporativos del banco en Facebook, Twitter, LinkedIn, G+ y Youtube.

Los perfiles sociales de ABANCA están orientados a ofrecer información de valor a los usuarios, centrándose en informar sobre los productos y servicios de ABANCA, así como en difundir los valores de la entidad y toda la actividad que desarrolla, especialmente en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa.

### Principales magnitudes de los perfiles corporativos ABANCA en redes sociales

**4.809**

seguidores



**20.453**

seguidores



**4.567**

seguidores



**318.624**

seguidores



Banco líder

**ABANCA Digital**

Presencia internacional

Inversiones

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

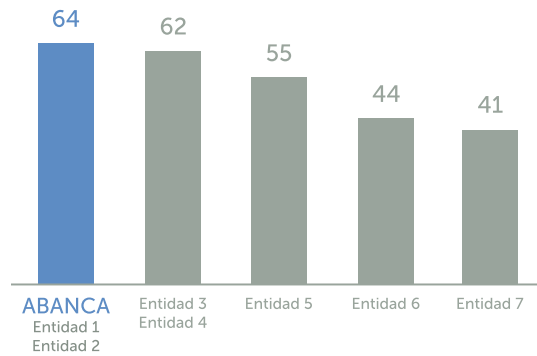
### Banca online

En 2015 se han creado nuevos servicios *online*. A través de la web de ABANCA cualquiera puede hacerse cliente de la entidad a distancia y contratar productos como la *Cuenta online*, la *Hipoteca Maricarmen*, tanto a tipo fijo como variable, el *Préstamo 24 horas* y el *Préstamo 24 horas Auto*. Además, los clientes con banca electrónica pueden contratar, a través de este servicio, depósitos, fondos, seguros e invertir en bolsa.

En [www.abanca.com](http://www.abanca.com) los clientes y nuevos clientes tienen también a su disposición un catálogo completo de productos que pueden solicitar *online* y contratar finalmente con cita en la oficina, como depósitos, tarjetas de débito, crédito y VIA T, seguros (vida, auto, hogar y salud), planes de pensiones, fondos de inversión y productos para empresas.

La banca electrónica de particulares de ABANCA se ha posicionado como una de las tres mejor valoradas en el ámbito financiero español.

Valoración de la banca electrónica de particulares



Fuente: Encuesta de satisfacción de clientes Banca Electrónica Empresas. Elaboración propia



Banco líder

**ABANCA Digital**

Presencia internacional

Inversiones

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## Banca móvil

ABANCA ha venido trabajando en la mejora continua de su banca móvil en cuanto a servicio, así como en lo que a usabilidad se refiere.

En 2015 se ha publicado una nueva versión de banca móvil que permite la consulta de saldos y movimientos en Fondos de Inversión y Planes de Pensiones, así como la posibilidad de realización de aportaciones extraordinarias. Además, si el cliente no dispone de contratos de alguno de estos productos se le ofrece la posibilidad de solicitarlos.

Asimismo, ABANCA ha lanzado la actualización más ambiciosa de banca móvil para los dispositivos de Apple. Los progresos de esta versión de la banca móvil de ABANCA permiten convertirla en la primera entidad financiera de España que aprovecha todo el potencial de la nueva versión del sistema operativo iOS9 y de la nueva gama de terminales móviles de Apple. Los clientes ahora podrán utilizar la tecnología 3D Touch y los nuevos gestos Peek y Pop para mejorar la experiencia de uso, siempre que sus terminales sean compatibles.

Otro de los avances pioneros que trae esta versión es la integración con Spotlight, que facilita la información de oficinas y operaciones frecuentes en el propio buscador del dispositivo de una manera intuitiva. La nueva aplicación también incorpora ahora la tecnología *autolayout*, que adapta la infor-

mación mostrada al tamaño de la pantalla del dispositivo, algo que supone una mejora considerable para los modelos 6, 6S, 6 Plus y 6S Plus.

También se ha conseguido que la comunicación de la banca móvil con el dispositivo Apple Watch esté ahora más integrada y permita compartir notificaciones de acceso seguro, así como oficinas y cajeros cercanos. El acceso a la correspondencia es ahora más rápido e incluye todas las comunicaciones recibidas, tras unificar "e-correspondencia" y "Mis solicitudes".



Banco líder

**ABANCA Digital**

Presencia internacional

Inversiones

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

### Acceso seguro móvil

G4-PR1

Los usuarios de banca electrónica que dispongan de la aplicación de banca móvil tienen la opción de solicitar un sistema de refuerzo de seguridad denominado Acceso Seguro Móvil que permite generar claves únicas para acceder al servicio de banca electrónica por Internet. El sistema es similar al token físico pero utilizando el propio móvil como dispositivo. Cuando el cliente va a acceder a la banca electrónica, se le enviará una notificación "push" (sistema similar al popular WhatsApp) a su móvil, con el código que debe teclear para acceder o firmar operaciones. La mayor parte de los usuarios de banca móvil utilizan el acceso seguro móvil como método de acceso y firma en su banca por internet. Desde la aplicación de gestión de contrato de BEP es posible modificar el método de seguridad. Este sistema es el recomendado para clientes que residen en el extranjero, ya que de esta forma no necesitarían el token físico para acceder a la banca electrónica.



### Accesibilidad universal de la aplicación Banca Móvil

FS14

ABANCA lanzó, en el mes de mayo, la primera aplicación de Banca Móvil, para iPhone, totalmente accesible para personas con discapacidad, con la que ha logrado el sello de accesibilidad universal. Esta certificación garantiza que puede ser utilizada por personas con cualquier tipo de discapacidad, incluyendo la visual parcial y la ceguera.

El sello de accesibilidad universal es el resultado final del proceso de certificación realizado por ILUNION Accesibilidad, Estudios y Proyectos, empresa especializada perteneciente al grupo empresarial de la ONCE y su Fundación.

Actualmente, ABANCA es la única entidad financiera en España que cuenta con este certificado de accesibilidad para su aplica-

**ABANCA** lanzó la primera aplicación de Banca Móvil, para iPhone, totalmente accesible para personas con discapacidad.

Es la única entidad financiera en España que cuenta con este certificado de accesibilidad.



Banco líder	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
<b>ABANCA Digital</b>	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Presencia internacional	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Inversiones	<b>4. MODELO DE NEGOCIO</b>	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
	5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

ción de Banca Móvil, la primera de todo el sistema financiero español que cumple con los estándares de accesibilidad. Con esta iniciativa, ABANCA y la ONCE contribuyen a la supresión de barreras que impiden o dificultan la plena integración social de las personas con discapacidad.

La aplicación está totalmente integrada con los requerimientos técnicos de accesibilidad del sistema operativo de los dispositivos móviles y tabletas de Apple, lo que permite la correcta utilización del lector de pantallas que traen integrados, el VoiceOver. Esta tecnología facilita al usuario la lectura y navegación. Las personas con discapacidad visual escucharán una descripción detallada de lo que hay en pantalla y la aplicación los va guiando para seleccionar una opción del menú o pulsar cualquier botón. VoiceOver va ofreciendo también información externa contextual que hace más precisa su utilización y ayuda al usuario a manejar dicha aplicación. Esta tecnología también permite que exista un contraste de colores adecuado entre textos y fondos o que cada usuario pueda utilizar textos ampliados o colores

personalizados para sus capacidades visuales específicas.

Esta accesibilidad universal de su banca móvil ha sido reconocida y presentada como un caso de éxito por la ONCE en la jornada "The App Date Fintech", organizada por la Fundación Telefónica, que reunió a empresas destacadas del mundo de las finanzas y la tecnología.

Asimismo, los clientes con iPhone han sido los primeros del sistema financiero español en poder acceder a la banca móvil de ABANCA usando su huella dactilar. El acceso a la firma por huella digital se realiza gracias a la tecnología TouchID, disponible en los dispositivos iOS de Apple.

Desde que se lanzó esta nueva forma de acceso, un 35,23% de los clientes con dispositivos iOS con tecnología TouchID han utilizado su huella dactilar como forma de acceso. Además, cuatro de cada cinco clientes con iPhone han habilitado el acceso mediante huella. Esta nueva forma de acceso, en sustitución del PIN, mantiene la máxima seguridad en las operaciones y su uso es opcional.



Banco líder

**ABANCA Digital**

Presencia internacional

Inversiones

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

### Pago de impuestos a través de móvil

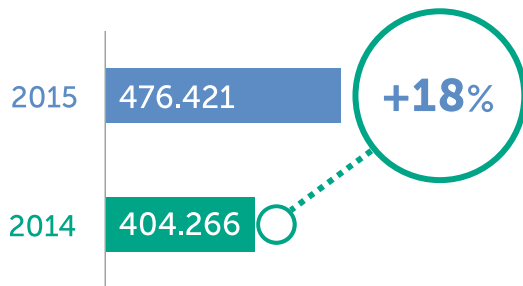
Otra de las iniciativas para hacer más fácil y accesibles los servicios a los ciudadanos ABANCA, en el marco de colaboración con la Deputación da Coruña, es la app que permite el pago de impuestos locales a través del teléfono móvil.

La aplicación de móvil permite el pago de impuestos locales de forma rápida y sencilla en dos cómodos pasos. Primero se elige cómo se introducen los datos del recibo (haciendo una foto con la cámara del móvil al código de barras, introduciendo los números de dicho código o escribiendo los datos del recibo) y, después, hay que teclear los datos de la tarjeta para efectuar el pago. Para agilizar la introducción de datos, tanto de la tarjeta como del recibo, la herramienta permite añadirlos haciéndoles una foto con la cámara del móvil. La aplicación cuenta, ade-



más, con un asistente que ayuda al usuario a formalizar el pago de recibos guiándolo en todo el proceso. El pago de recibos a través de la aplicación de móvil es gratuito, sin ningún tipo de comisión.

Clientes digitales activos



Canal de acceso (últimos 6 meses)





Banco líder

**ABANCA Digital**

Presencia internacional

Inversiones

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

## Medios de pago

G4-9

A lo largo de 2015 ABANCA ha implantado más de 200 cajeros *full equip* que incorporan gran parte de las últimas innovaciones disponibles en el mercado. Todos ellos cuentan con un módulo que permite el ingreso de efectivo en firme, en cuentas propias o de terceros, y el pago de recibos con billetes y devolución de cambio exacto. Además, integran nuevas tecnologías como el acceso sin contacto o *contactless*.

Su llegada favoreció una mejora notable de la experiencia y satisfacción de los clientes, ya que ofrecen más servicios, interactúan con el usuario de una manera más rápida e intuitiva y contribuyen a absorber operaciones que anteriormente restaban tiempo a la actividad comercial. Presentan una imagen

más moderna y reducen drásticamente las averías, hecho que permite incrementar el tiempo efectivo de servicio. Como cualquier otro dispositivo automático de ABANCA, estos cajeros funcionan de manera ininterrumpida, cualquier día a cualquier hora, son totalmente seguros, no cobran comisiones por uso y reducen las esperas.

La llegada de estos cajeros a las oficinas llevó aparejada una llamativa campaña de señalización que personifica los dispositivos automáticos. Unos vinilos con forma de globos rebautizan las máquinas como Ana, Lucía, Luis o Pablo y transmiten de una manera muy visual las operaciones más útiles que incorporan. Con esta acción innovadora se pretende que las máquinas sean más amigables para algunos clientes y que de un modo muy sencillo se diferencien todos los cajeros que permiten operar en efectivo.

**1.046** cajeros

**56.109.412**  
operaciones en cajeros



**1.385.221**  
tarjetas financieras emitidas

**65.230.326**  
operaciones en TPV



Banco líder	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
<b>ABANCA Digital</b>	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Presencia internacional	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Inversiones	<b>4. MODELO DE NEGOCIO</b>	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
	5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

### Las mejores tarjetas en aplazamiento de pagos

El aplazamiento de pagos a través de las tarjetas es una de las opciones para quienes necesitan financiar sus compras por motivos de liquidez. Según informe publicado el 4 de Diciembre de 2015, por el diario *Expansión*, la Visa de ABANCA, en sus dos modalidades, Clásica y Oro, se posiciona como una de las mejores opciones a la hora de recurrir a este tipo de financiación.

En el mismo informe se indica que, según los expertos, el plazo recomendado para disfrutar de los mejores tipos a la hora de aplazar pagos con las tarjetas de crédito es de tres meses. En este contexto, ABANCA se sitúa como la opción más competitiva en términos de TAE, con un tipo de interés nominal del 0% y una comisión por aplazamiento de 2,45€.



En términos de cuota anual, la tarjeta también se encuentra dentro de las más ventajosas del mercado, a pesar de que esté situada en la banda alta de precios, ya que, a diferencia del resto, ofrece mayores descuentos y cuenta con el seguro más completo contra fraudes. Además, esa cuota anual puede ser bonificada a través del Programa Cero Comisiones.

### El mayor rating de calidad para nuestra tecnología

G4-PR1

ABANCA ha renovado el nivel 5 de CMMI (Modelo Integrado de Capacidad y Madurez, en sus siglas en inglés), estándar internacional que mide la madurez de desarrollo de *software* en una organización. ABANCA se mantiene así como la única entidad financiera europea, y segunda en el mundo, en disponer de este nivel de certificación.

El CMMI reconoce oficialmente que el equipo de desarrollo de la entidad posee y aplica un modelo de trabajo definido, maduro y eficaz para el desarrollo de *software*, lo que permite ofrecer un mejor servicio a sus clientes.

La renovación de esta certificación de calidad evidencia una decidida apuesta de ABANCA por las mejores prácticas de gestión de la tecnología y un compromiso con la calidad. El nivel 5 de CMMI permite a la entidad un ahorro importante de costes y pres-

Banco líder

**ABANCA Digital**

Presencia internacional

Inversiones

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO**
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

tar un mejor servicio a los clientes, al tiempo que aumenta la rapidez en la tramitación de productos y una mejora en la disponibilidad de los canales.

Entre los beneficios que aporta el nivel 5 de CMMI destaca el mejor alineamiento de los procesos de desarrollo con la estrategia de negocio y las necesidades de los clientes. Trabajar siguiendo este modelo incremen-

ta también la eficacia en la detección de errores durante el proceso de desarrollo y reduce el número de defectos en los servicios ofrecidos al cliente. El nivel 5 de CMMI, además, permite a la entidad tener registros contrastados de cumplimiento de plazos y trabajar con la máxima calidad, lo que está facilitando a ABANCA avanzar en el desarrollo de un modelo de banca más digital y multicanal.



Banco líder	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
ABANCA Digital	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
<b>Presencia internacional</b>	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Inversiones	<b>4. MODELO DE NEGOCIO</b>	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
	5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

## PRESENCIA INTERNACIONAL

G4-DMA, G4-6

El negocio internacional es una de las prioridades estratégicas para ABANCA como una forma de respaldar a los gallegos dentro y fuera de sus fronteras, así como apoyar a las empresas gallegas y españolas que han internacionalizado su actividad y demandan cobertura financiera en su apertura exterior.

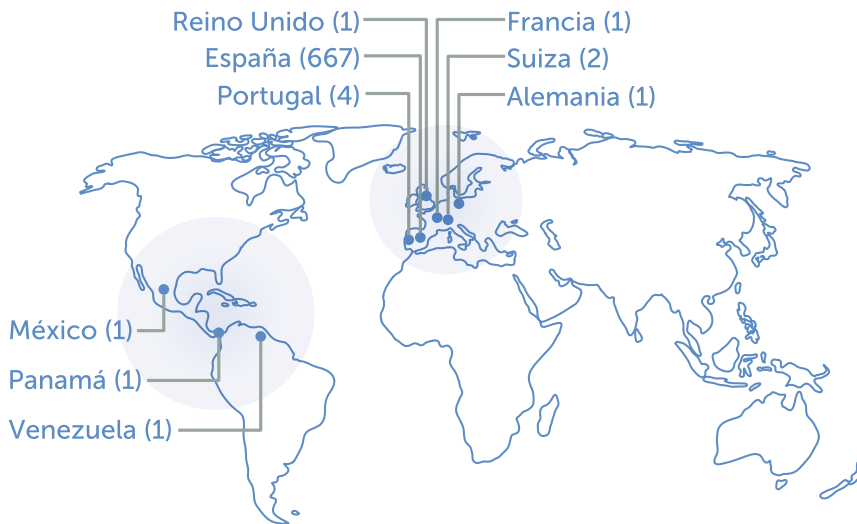
ABANCA desarrolla su actividad en el exterior a través de un modelo diferencial respecto al mercado que está basado en la triple atención a estos clientes a través de equipos ubicados tanto en España como en su país de residencia.

Así, el cliente tiene a su disposición tres puntos de atención entre los que elige en cada

momento en función de sus necesidades: en su país de residencia, su oficina de representación local, y en España, su oficina apoyada por gestores especializados en el segmento de clientes no residentes, más, en el caso de ser empresarios, la unidad de Comercio Exterior de ABANCA.

En el ámbito internacional, ABANCA está presente:

- **Con oficinas operativas:** en Portugal, donde dispone de ficha bancaria propia, lo que permite tener oficinas operativas en Braga, Lisboa, Porto y Viana do Castelo; y en Suiza, donde dispone de una oficina operativa en Ginebra.
- **Con oficinas de representación:** en Alemania (Frankfurt), Francia (París), México (México), Panamá (Panamá), Reino Unido (Londres), Venezuela (Caracas) y Suiza (Zúrich).



Banco líder	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
ABANCA Digital	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
<b>Presencia internacional</b>	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Inversiones	<b>4. MODELO DE NEGOCIO</b>	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
	5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

Dentro del compromiso con la fidelidad y calidad de atención al colectivo de no residentes, ABANCA desarrolló, en Santiago de Compostela, una jornada sobre fiscalidad y oportunidades de inversión para no residentes en colaboración con el Colegio de Economistas de Ourense y bajo la dirección de Guillermo Díez Iglesias, decano de este órgano profesional, a la que asistieron más de un centenar de clientes de fuera de Galicia procedentes de ocho países de Europa y América (Francia, Reino Unido, Suiza, Argentina, Estados Unidos, México, Panamá y Venezuela).

Esta jornada fue el acto central dentro de la "Semana grande de los clientes no residentes de ABANCA" con la que la entidad qui-

so mostrar su compromiso y apoyo a este tipo de clientes de gran relevancia para el banco. El vicepresidente de ABANCA, Juan Carlos Escotet Rodríguez, fue el encargado de clausurar las jornadas, y, en su intervención, destacó el esfuerzo que está haciendo ABANCA para apoyar a los clientes no residentes, un sector estratégico para la entidad y para Galicia.

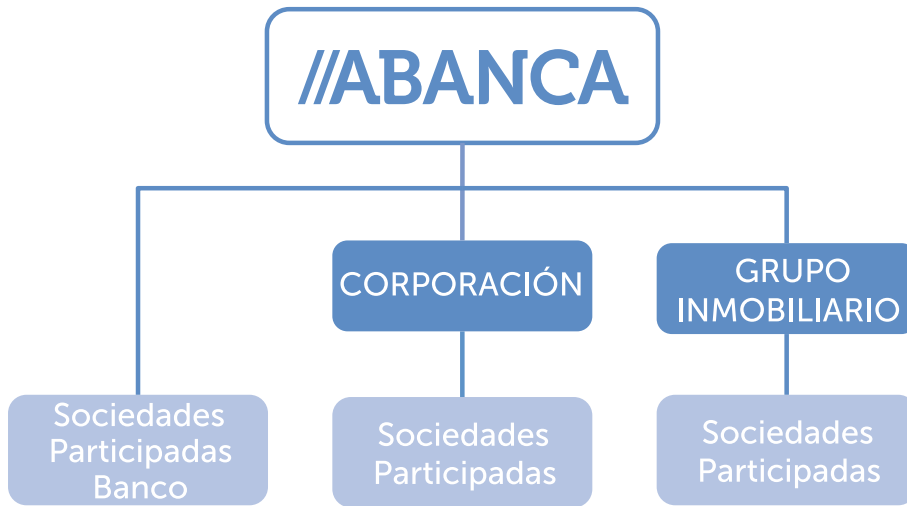
Dentro de los actos programados también destacó la "I Romería ABANCA" que se celebró el 8 de agosto en Maceda (Ourense) y reunió a más de 400 clientes no residentes de la entidad de países como México, Venezuela, Panamá, Suiza, Francia, Reino Unido o Alemania.



Banco líder	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
ABANCA Digital	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Presencia internacional	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
<b>Inversiones</b>	<b>4. MODELO DE NEGOCIO</b>	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
	5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

## INVERSIONES

G4-DMA



En 2015 el banco ha procedido a la reorganización de su cartera de participadas pasando a disponer de una estructura más sencilla y eficaz.

De la cartera de 154 participadas perteneciente a una veintena de sectores, en la actualidad:

- **97** de ellas están ubicadas societariamente bajo el paraguas de ABANCA Corporación Industrial y Empresarial.
- **38** cuelgan directamente del banco aunque son gestionadas por ABANCA Corporación Industrial y Empresarial como por el Grupo Inmobiliario y el Área de Seguros.
- **19** dependen y son gestionadas por el Grupo Inmobiliario.

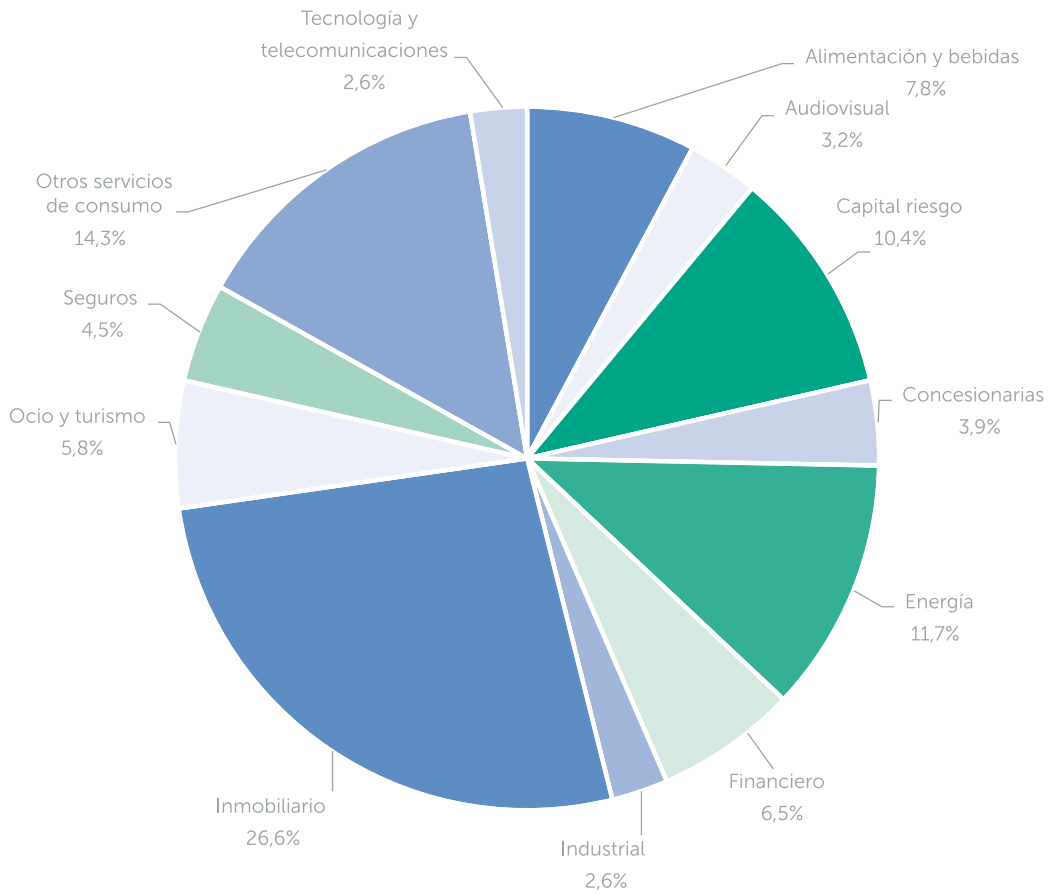
Dentro de las participaciones directas del banco se encuentran tres tipos:

1. Societades de carácter institucional (entidades empresariales o sectoriales).
2. Societades directamente relacionadas con la operatoria de la entidad financiera en su negocio bancario y parabancaario (medios de pago, gestión de fondos, etc.)
3. Otras participadas sin actividad relevante.

Todas ellas están ubicadas dentro del banco de manera directa, aunque también son gestionadas por la Corporación.

Banco líder	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
ABANCA Digital	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Presencia internacional	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
<b>Inversiones</b>	<b>4. MODELO DE NEGOCIO</b>	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
	5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

Distribución porcentual de participadas según sector de actividad









# 5

## NUEVA CULTURA CORPORATIVA

Ser clientecéntricos  
Diseñar soluciones  
Empresarios y emprendedores  
Calidad de servicio  
Extender la responsabilidad  
Medioambiente  
El capital humano



**Ser clientecéntricos**

- 
- Diseñar soluciones
- 
- Empresarios y emprendedores
- 
- Calidad de servicio
- 
- Extender la responsabilidad
- 
- Medioambiente
- 
- El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

ABANCA ha completado en su primer año y medio de vida un profundo programa de transformación del que ha nacido una entidad financiera completamente renovada.

El banco se ha dotado de una nueva estrategia comercial centrada en la visión clientecéntrica de la banca minorista para empresas y particulares, y ha adoptado un nuevo modelo de gestión basado en la prudencia y el rigor. Todo ello se apoya en una nueva cultura corporativa basada en los valores de responsabilidad, calidad, confiabilidad e innovación.

**SER CLIENTECÉNTRICOS**

**Horario adaptado a los clientes**

ABANCA ha sido la primera entidad financiera de España en adaptar el horario de sus oficinas a las demandas de sus clientes ofertando el servicio en horario de mañana y tarde. En el mes de enero de 2015 este horario comercial se reforzó haciendo posible disponer de más tiempo de atención al cliente, y a la vez ofrecer una atención más personalizada, ajustando el horario de las oficinas a las necesidades de sus clientes:

- **40 oficinas**, situadas en las principales ciudades y cabeceras de comarca en las que ABANCA tiene presencia: 26 en Galicia y 14 en el resto de España. Estas oficinas ponen todos los servicios a disposición del cliente (contratación de productos, opera-

ORIENTACIÓN AL CLIENTE



PROCESOS ÁGILES

CALIDAD DE SERVICIO

**Ser clientecéntricos**

- 
- Diseñar soluciones
- 
- Empresarios y emprendedores
- 
- Calidad de servicio
- 
- Extender la responsabilidad
- 
- Medioambiente
- 
- El capital humano

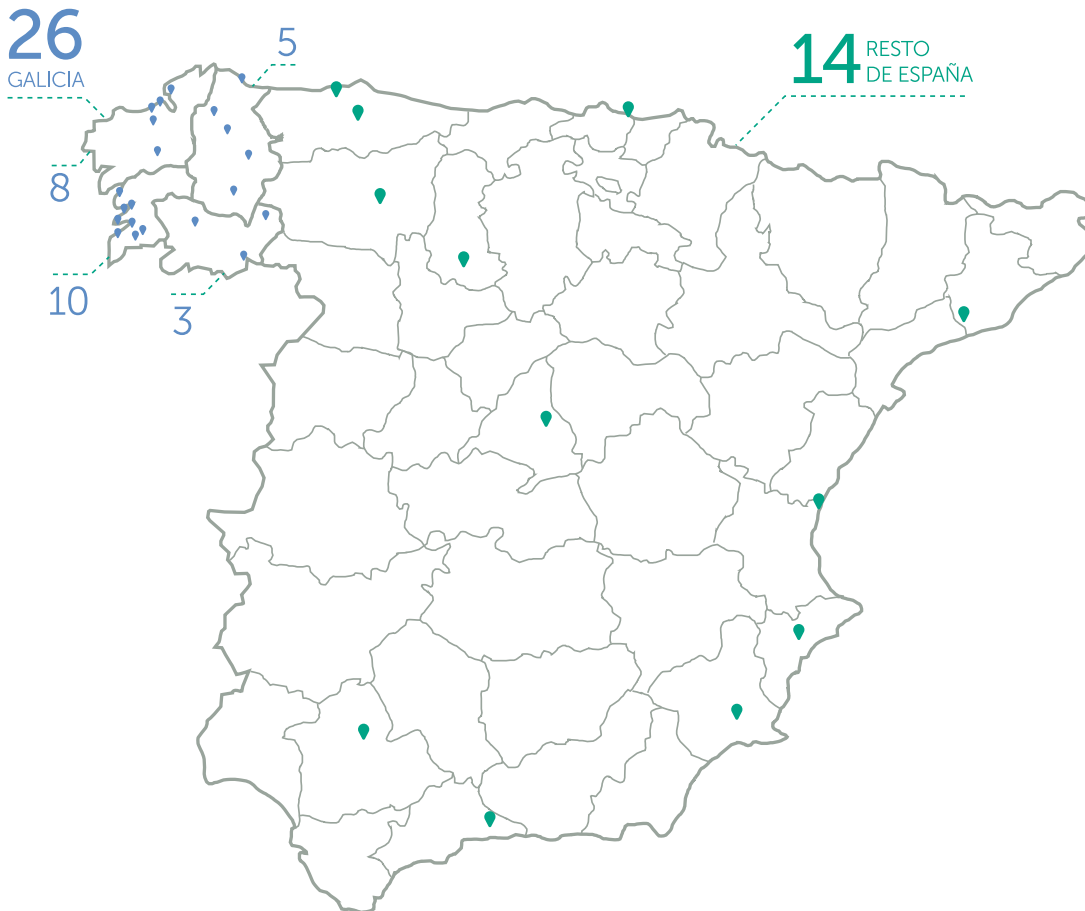
- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

ciones de caja, etc.) de 8.15 a 14.15 h. de lunes a viernes y de 16.30 a 18.45 h. de lunes a jueves.

- **El resto de oficinas** de la entidad abren al público de 8.15 a 14.15 h. de lunes a viernes y los jueves por la tarde de 16.30 a 18.45 h. Las tardes de los lunes, martes y miércoles, los clientes pueden solicitar cita previa con los gestores de ABANCA para realizar cual-

quier gestión comercial (contrataciones, solicitud de información, etc.), excepto operaciones de caja que estarán limitadas exclusivamente a las tardes de los jueves.

- **Por otra parte, las 8 oficinas de empresas existentes en Galicia** tienen un horario diferenciado, no cerrando al mediodía de lunes a jueves y con atención comercial de 8.00 a 19.00 h.



**Ser clientecéntricos**

- Diseñar soluciones
- Empresarios y emprendedores
- Calidad de servicio
- Extender la responsabilidad
- Medioambiente
- El capital humano

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS



**Programa Cero Comisiones**

Para premiar la fidelidad de sus clientes, ABANCA ha puesto en marcha el novedoso Programa Cero Comisiones que ha beneficiado a más de 1.139.554 clientes asalariados con la nómina domiciliada, pensionistas, menores de 30 años o personas que usen los medios *online*; así como a más de 72.200 autónomos, micropymes y pequeño comercio.

El resto de clientes también pueden beneficiarse del Programa Cero Comisiones cum-

pliendo unos requisitos mínimos muy accesibles, como tener una cuenta sin libreta, realizar al menos 24 compras al año con la tarjeta de débito, disponer de banca electrónica y tener registrado en la base de datos de ABANCA el teléfono móvil y el correo electrónico.

El Programa Cero Comisiones de ABANCA establece dos niveles de servicio en función de la vinculación del cliente con la entidad. Quiere agradecer a sus clientes vinculados con ABANCA su fidelidad y, por ello, cuanta más vinculación más servicios gratuitos.

No obstante, otros clientes que, por ejemplo, no disponen de ingresos regulares, pero hacen sus operaciones ordinarias sin acudir a la oficina, tampoco pagarán las comisiones más habituales.

Los clientes más vinculados no pagan ni por la administración y mantenimiento de sus cuentas, ni por las transferencias, tarjetas, ingresos de cheques nacionales en euros, ni por el servicio de avisos por SMS. Además, los autónomos tienen una tarifa especial en cobro de recibos y una tarifa muy reducida en tasa de descuento de TPV.

El Programa Cero Comisiones se rige por unas bases depositadas ante notario; estas se pueden consultar en la página web [www.abanca.com/cerocomisiones](http://www.abanca.com/cerocomisiones) o en cualquier oficina de ABANCA.

**Ser clientecéntricos**

- 
- Diseñar soluciones
- 
- Empresarios y emprendedores
- 
- Calidad de servicio
- 
- Extender la responsabilidad
- 
- Medioambiente
- 
- El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## Ampliación gratuita de las coberturas en tarjetas

ABANCA amplió, en el mes de abril, las coberturas de los seguros gratuitos asociados a sus tarjetas. Los cambios introducidos tienen como principales objetivos mejorar la percepción de seguridad del cliente mediante una mayor protección ante usos fraudulentos y lograr así que las tarjetas sean más atractivas e incorporen nuevas prestaciones diferenciadoras.

El seguro de fraude incorporó, como novedad, la cobertura por uso fraudulento de la tarjeta por parte de terceras personas en los casos de retirada de efectivo en cajero con tecleo de PIN, siempre que el plástico haya sido perdido o extraviado, robado, hurtado o expoliado. El importe máximo cubierto en estos casos es de 1.000 euros. Hasta ahora, las operaciones fraudulentas en cajero con uso del número personal y secreto estaban excluidas de las coberturas de seguro.

Además, los titulares de las tarjetas de débito y crédito ABANCA siguieron teniendo cubierto, de forma gratuita, el reembolso –con límites que varían entre los 4.500 y los 6.000 euros– del coste de compras efectuadas o cantidades sustraídas con tarjeta en caso de atraco, expoliación o uso fraudulento.

## Garantía de retirada de efectivo en cajeros sin recargo

ABANCA ha suscrito con las demás entidades de la red Euro 6000, Bankia y Banco Sa-

badell un acuerdo que permite a sus clientes retirar dinero en efectivo en 17.808 cajeros automáticos de toda España, el 37% del parque total, en condiciones ventajosas, en la mayoría de los casos de manera gratuita.

El acuerdo suscrito, ajustado al Real Decreto Ley 11/2015, de 2 de octubre, que regula las comisiones por la retirada con tarjeta de dinero en efectivo en cajeros automáticos, permite al banco ampliar en más de 8.000 el número de cajeros en los que los clientes pueden realizar, de manera gratuita, operaciones de retirada en efectivo a débito.

Los clientes de ABANCA pueden retirar efectivo a débito, sin coste alguno, en cualquier dispositivo de la red de cajeros del banco en toda España. Fuera de Galicia también pueden hacerlo gratuitamente en los cajeros de la red Euro 6000, Bankia y Banco Sabadell, con un límite de hasta cinco operaciones al mes.

En caso de existir un coste, los clientes de ABANCA se beneficiarán de una importante rebaja sobre las tarifas existentes con anterioridad, abonando 0,45 € por operación en los cajeros de Euro 6000 y 0,65 € en los de Bankia y Banco Sabadell. Estos importes se corresponden estrictamente con los costes del servicio y no suponen margen alguno para las entidades.

## Nuevo modelo de oficina

El proyecto es fruto de un importante trabajo en equipo en el que han estado implicadas muchas áreas del banco y cuyo espacio ha

**Ser clientecéntricos**

- 
- Diseñar soluciones
- 
- Empresarios y emprendedores
- 
- Calidad de servicio
- 
- Extender la responsabilidad
- 
- Medioambiente
- 
- El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

sido diseñado teniendo en cuenta los proyectos estratégicos para los próximos años: la nueva sistemática comercial, la descarga operativa, la estrategia digital y la renovación tecnológica.

El nuevo modelo de oficina es totalmente transparente; desde que el cliente entra puede ver dónde están los diferentes gestores y dónde va a ser atendido. Lo más importante del modelo es el espacio abierto, es una oficina sin barreras donde se ve todo desde todas partes.

Nada más entrar en la oficina, el cliente se encuentra con el *pre lobby*. Se trata de la zona en la que están colocadas las máquinas de autoservicio de la oficina: cajeros, actualizadores, etc. Durante el día, los cajeros

están integrados en la sucursal y, al cierre, quedan fuera para que puedan funcionar las 24 horas del día.

Al seguir avanzando, el cliente llega a un espacio abierto, sin barreras, con un gestor de colas que le permite identificarse y solicitar el servicio por el que quiere ser atendido. No hay despachos, pero sí áreas y zonas de privacidad para poder atender a los clientes de manera confidencial.

La oficina cuenta con dos áreas muy importantes dentro de la misma, el llamado mundo transaccional y el llamado mundo asesoramiento, separados por un sello de identidad que es un muro azul de cristal transparente que quiere separar ambos mundos sin estar separados.



**Ser clientecéntricos**

- 
- Diseñar soluciones
- 
- Empresarios y emprendedores
- 
- Calidad de servicio
- 
- Extender la responsabilidad
- 
- Medioambiente
- 
- El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

Se trata de que el cliente se encuentre lo más cómodo posible. Para ello, el puesto de caja está más elevado de lo habitual para que pueda hablar de tú a tú con los profesionales de ABANCA. Al lado de la caja se encuentra el puesto de gestión sin cartera, un puesto móvil que en los días pico del mes ayudará a los compañeros y compañeras de caja, y en los días valle puede ser utilizado como puesto de asesoramiento y de ayuda a la descarga operativa.

La gran novedad, y lo más rompedor, de este nuevo modelo, es el *pool* de trabajo donde están los compañeros de la oficina haciendo su labor comercial. Se trata de una zona acristalada, transparente; desde esos puestos se puede ver toda la oficina. Todos los puestos de esta zona están equipados tecnológicamente con unas tabletas Microsoft Surface Pro 3.

Además de las Microsoft Surface Pro 3, desde el punto de vista tecnológico, la ofi-

cina está equipada con los dispositivos más modernos e innovadores: cajeros *full equip* en los que se puede hacer tratamiento de recibos y gestión de monedas, wifi gratis para los clientes y teléfonos con manos libres.

Otra de las novedades que se ha querido incorporar es el impacto visual en la oficina. Esto se consigue con varios elementos como el *videowall*, una pantalla de 2x2 que pretende vestir la oficina y servir como soporte para transmitir al cliente los mensajes; o los cubos transparentes, elementos innovadores que permiten combinar una proyección con un objeto real.

En relación con el mobiliario, se han elegido materiales ecológicos y que cumplieren los máximos requerimientos de calidad. Así mismo, se ha optado por un modelo de climatización sostenible y de máxima eficiencia.





Ser clientecéntricos

**Diseñar soluciones**

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## DISEÑAR SOLUCIONES PARA CADA SITUACIÓN

### ABANCA Seguros

La comercialización directa del 100% de seguros y planes de pensiones aporta a ABANCA una parte fundamental en su estrategia de negocio y soluciones a las distintas necesidades de sus clientes no solo a nivel individual y colectivo sino también a nivel empresarial. ABANCA Seguros busca la excelencia en la venta y asesoramiento, tanto a nivel asegurador como de previsión y planificación social, y ser una referencia como proveedor integral para sus clientes.

Estos principios y estrategia orientada al cliente se trasladan en los siguientes datos respecto del año 2015:



de facturación en primas de seguros, un **27% más** que en 2014. Además, las primas de nueva producción del ejercicio **se han incrementado en un 35%**.



el volumen total de seguros gestionados se sitúa **por encima de esta cifra**.



en prestaciones a los que han contribuido a pagar los **seguros de Vida, Hogar y Pagos Protegidos** de la entidad.



de patrimonio total gestionado a través de los planes de pensiones **para un número de 235.663 partícipes y beneficiarios**.



es el **nivel de anulaciones**, por debajo de la media del sector, **tras el descenso producido este ejercicio**.



ha sido el **aumento de las ventas mensuales por oficina**.



de **incremento en la captación de planes externos, y aumento de la retención de salidas en un 22%**. Gracias a ello las aportaciones a planes individuales han ascendido a 57 MM€.



en **pagos de pensiones privadas** asumidos por ABANCA Vida.

- Ser clientecéntricos
- Diseñar soluciones**
- Empresarios y emprendedores
- Calidad de servicio
- Extender la responsabilidad
- Medioambiente
- El capital humano

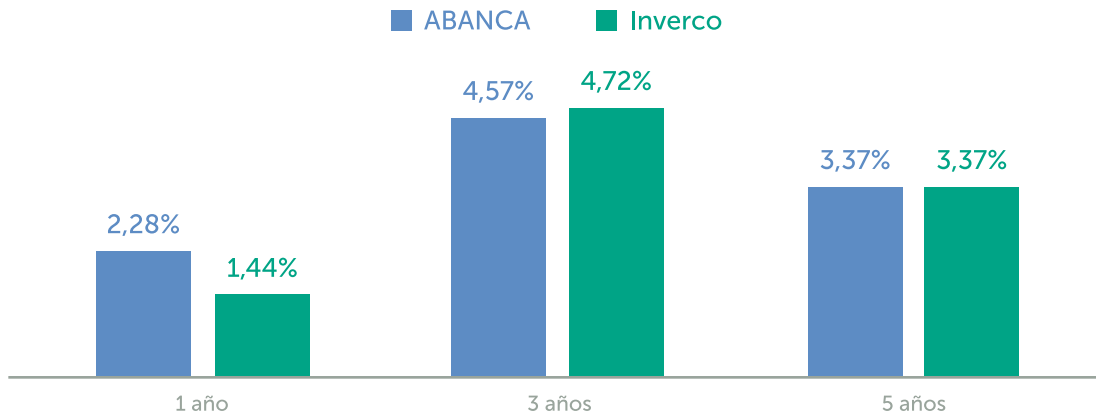
- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

### Rentabilidades

La estrategia de inversión de ABANCA Vida se centra en maximizar la rentabilidad de los

clientes adecuándose a sus perfiles de riesgo. Esta gestión ha permitido obtener unos excelentes resultados de rentabilidad en ejercicio, como en los últimos 3 y 5 años.

Rentabilidades ponderadas de planes de pensiones individuales



Inverco: rentabilidades medias de sus asociados

### Cuenta única ABANCA Seguros

La cuenta única ABANCA Seguros es una iniciativa innovadora en el mercado y sencilla con la que se mejora la oferta de valor al cliente y se avanza en la estrategia de diferenciación del mercado.

La cuenta permite importantes beneficios para el cliente:

- Unificar todos los seguros familiares (vida riesgo libre, hogar libre, salud, decesos y

auto) en un único recibo mensual beneficiándose de importantes ahorros.

- Financiación mensual gratuita.
- El aplazamiento, también de forma gratuita, de hasta dos mensualidades al año en caso de que el cliente lo necesite.
- Información periódica integrada del Programa y de sus Seguros.
- Teléfono único gratuito para gestionar de forma personalizada los seguros.
- Sistema de bonificaciones para premiar la fidelidad del cliente con la entidad.

Ser clientecéntricos

**Diseñar soluciones**

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## ABANCA Agro y Mar

G4-16, G4-SO1, FS6, FS7, FS13

El banco se ha marcado como objetivo reforzar su posicionamiento líder en el sector primario gallego que aglutina a 68.000 unidades productivas (explotaciones agrarias y ganaderas) y 4.500 embarcaciones de pesca. Este sector, según datos del Instituto Galego de Estadística (IGE), generó en 2014 en Galicia un valor añadido bruto de 2.356 millones de euros. Sus actividades suponen, en conjunto, el 6,5% del empleo de la comunidad autónoma, cerca de 70.000 puestos de trabajo, y da soporte a la potente industria alimentaria con 7.200 millones de facturación.

Para ello, ha creado la unidad especializada ABANCA Agro e Mar a través de la cual presta servicios financieros adaptados a las necesidades de los profesionales, empresas, cooperativas y demás agentes del sector primario gallego, abarcando todas las actividades de la cadena de valor.

Con la creación de ABANCA Agro e Mar, la institución movilizó todos sus recursos y capacidades en los segmentos agrícola, pesquero y ganadero; lo potenció mediante la aportación de un alto grado de especialización, apoyado en la gran capilaridad de la red; y lo dirigió hacia el sector para dar la mejor respuesta a sus necesidades.



**337**  
Oficinas

**170**  
Gestores  
especializados

Ser clientecéntricos

**Diseñar soluciones**

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

El capital humano

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

ABANCA Agro e Mar proporciona a sus clientes actuales y potenciales tres grandes ventajas:

1. La cercanía a sus explotaciones y negocios, ya que los servicios se canalizarán a través de una red de proximidad formada por 337 oficinas de ABANCA situadas en las zonas rurales y en el litoral de Galicia, cifra que supone el 49,6% del total de sucursales de la entidad.
2. La especialización. La unidad cuenta con un equipo de 170 gestores especializados en las soluciones financieras mejor adaptadas a las características del segmento agro-mar. Como ejemplo, la entidad ha proporcionado a su plantilla 1.700 horas en formación específica acerca de la gestión de las ayudas de la Política Agraria Común (PAC) de la Unión Europea.
3. La amplitud de la oferta financiera presentada, con la que ABANCA da respues-

ta a las diferentes necesidades del sector (realización de inversiones, circulante, seguros, PAC y otras, anticipo de subvenciones e impuestos, comercio exterior, avales, etc.) tanto generales como de los subsectores específicos (forestal, vitivinícola, ganadero, acuicultor, etc.).

En ese sentido, se ofrecen productos específicos al sector, adaptados a las necesidades financieras de este tipo de clientes y con condiciones muy ventajosas respecto al mercado, lo cual ha permitido a ABANCA:

Ser líder en la domiciliación de ayudas PAC en Galicia

En 2015 ABANCA lideró la tramitación de ayudas de la Política Agraria Común Europea (PAC) a agricultores y ganaderos con un total de 11.778 solicitudes, un 140% superior a la siguiente entidad financiera.



ABANCA lideró la tramitación de ayudas de la PAC con un

**48,38%**,

un **140%**

superior a la segunda entidad.



Fuente: Xunta de Galicia – Consellería do Medio Rural

Ser clientecéntricos

**Diseñar soluciones**

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

Dar apoyo al sector primario en toda su extensión

ABANCA impulsa la sostenibilidad del **sector agrario** mediante la firma de convenios financieros con las principales entidades representativas del sector –Unións Agrarias, Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores (ASAJA), Asociación Gallega de Cooperativas Agrarias (AGACA) y Armadores de Burela, S.A.(ABSA)– para ofrecer soluciones a las principales demandas de los asociados del sector.

Los convenios firmados están centrados en la atención en la mejora del acceso al crédito como herramienta imprescindible para reforzar la competitividad de las explotaciones y reforzar la sostenibilidad. Para adecuarse a sus necesidades financieras, el banco ofrece un amplio abanico de productos entre los que destaca una póliza de crédito que se

puede extender hasta cinco años y que permite hacer frente a las necesidades de circulante del día a día, al tiempo que hacer frente a las inversiones de una manera flexible. Para la financiación de inversiones se incluye un préstamo con garantía personal con un plazo de hasta 12 años.

El acuerdo firmado con todas las entidades incluye otras opciones de financiación con productos expresamente adaptados al sector, como el descuento comercial, préstamos personales o hipotecarios, *leasing* o avales. La apuesta se complementa con la opción de anticipar subvenciones o las PAC sin intereses o sin comisiones, o fraccionar de manera flexible el pago de impuestos.

El banco también ha perfilado un amplio catálogo de productos que responde a las necesidades de **bodegas y viticultores**, al tiempo que lanzó una póliza de crédito que da



Ser clientecéntricos

**Diseñar soluciones**

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

El capital humano

1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
<b>5. NUEVA CULTURA</b>	10. ANEXOS

solución a la necesidad más acuciante que tiene el sector del vino: el cumplimiento de la Ley 12/2013 en materia de cadena alimentaria. Entre otros se ha firmado acuerdo con:

- El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Monterrei.
- La Denominación de Origen Ribeira Sacra.
- La Denominación de Origen Valdeorras.

En esa misma línea también existe un decidido apoyo al **mundo del mar** a través de un acuerdo con los **armadores** en el que se oferta un amplio catálogo de financiación adaptado a las necesidades de este colectivo. Se ofrecen fórmulas con condiciones es-

peciales para dar respuesta a algunas de las problemáticas del sector. Entre los principales productos destaca una cuenta de crédito que permite acompañar los pagos o los cobros de las mareas, así como cubrir los déficits de tesorería que provocan los amarres por ausencia de cuota o paros biológicos que afectan al sector. La entidad también pone a disposición del colectivo la posibilidad de anticipar subvenciones e impuestos para atender la operatoria de las empresas pesqueras.

Es destacable el acuerdo de colaboración con la Fundación Clúster de Conservación de Productos del Mar con el objetivo de impulsar, a través de distintas actividades, el



Ser clientecéntricos

**Diseñar soluciones**

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

El capital humano

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

emprendimiento en el tejido empresarial relacionado con los productos del mar.

ABANCA también ha alcanzado un acuerdo con la Asociación Galega de Cooperativas Agroalimentarias (AGACA) para **apoyar el cooperativismo** a través de un ambicioso plan de financiación. Para aquellas necesidades más inmediatas, ABANCA propone a los asociados de AGACA una póliza de crédito que permite hacer frente a las necesidades más urgentes e imprevistos de una manera flexible. Para reforzar la mejora competitiva y la productividad de las explotaciones asociadas o lanzar nuevos proyectos empresariales, se ofrece también, a los asociados de AGACA, el acceso a los convenios suscritos con organismos públicos como Igape, ICO o SGR que pongan el acento en la modernización de las instalaciones o la puesta en marcha de nuevos proyectos.

ABANCA suscribió todos los convenios oficiales de apoyo financiero al sector: moratoria de préstamos, planes de mejora, IGAPE y apoyo al sector lácteo. En la firma de convenios y acuerdos de colaboración con ofertas financieras a medida, se siguen los criterios de anticipación y agilidad. A su vez, se da prioridad a los colectivos que están atravesando alguna dificultad.

Por último, es especialmente destacable el acuerdo de colaboración alcanzado con la Fundación Semana Verde que servirá para impulsar la actividad del recinto ferial de Silleda y, en particular, los eventos relacionados con el sector agrario.

## Imantia Capital

La gestora de fondos de ABANCA, Imantia Capital, es una compañía surgida de la antigua Ahorro Corporación Gestión, una de las gestoras históricas del mercado español de fondos de inversión. En sus más de 40 años de trayectoria, AC Gestión protagonizó hitos como el lanzamiento de productos, como FIAMM (1986), Fondtesoro (1990) o Fondedepósito (2006). La gestión de un patrimonio de 3.000 millones de euros le permitió situarse en el puesto 13º del *ranking* nacional.



Tras su adquisición por parte de ABANCA, y ya como Imantia Capital, la compañía afrontó a lo largo de 2015 una profunda transformación de su modelo de negocio. Imantia Capital se dirige a clientes institucionales, tanto nacionales como internacionales, de diferentes tipos: gestoras de fondos de inversión y planes de pensiones, aseguradoras, entidades financieras, banca privada, *family office*, agencias y sociedades de valores, *corporate* y asociaciones y mutualidades. Su actividad también incluye el segmento *retail* y la comercialización a través de terceros, línea en la que ABANCA será una de las principales entidades comercializadoras. Su filosofía de gestión sitúa las necesidades del cliente como centro de su actividad.

- Ser clientecéntricos
- Diseñar soluciones
- Empresarios y emprendedores**
- Calidad de servicio
- Extender la responsabilidad
- Medioambiente
- El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**

- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## APOYAR A LOS EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES EN SUS PROYECTOS

G4-EC7, G4-EC8, G4-SO1

ABANCA realizó, a lo largo de 2015, un enorme esfuerzo para contribuir a la mejora de la productividad empresarial. Para ello, ha puesto a disposición de autónomos, pymes y empresas una amplia oferta de productos y servicios.

### Plan A-Impulsa

ABANCA ha puesto en marcha un apoyo personalizado a empresas gallegas que atraviesan dificultades financieras, con el objetivo de darles estabilidad y garantizar su supervivencia a medio y largo plazo. La ayuda se canaliza a través del Plan A-Impulsa, una iniciativa puesta en marcha por el banco en el último trimestre de 2014 con la finalidad de mejorar la situación crediticia de pymes y empresas viables con problemas financieros que ponen en riesgo su continuidad.

Para desarrollar este plan, el banco ha creado un equipo de especialistas en crédito, que se encarga de analizar en profundidad la situación de estas empresas y de elaborar un plan personalizado para solventar sus dificultades financieras. Entre otras fórmulas, se plantean reorganizaciones de deuda (nuevos préstamos) o renegociaciones de condiciones (ampliación de plazos de amortización, etc.). Posteriormente, el equipo de A-Impulsa realiza un seguimiento para verificar si las medi-

das adoptadas son suficientes para estabilizar la empresa y garantizar su viabilidad, o si, por el contrario, se requieren otras soluciones.

Desde la puesta en marcha de este proyecto ABANCA ha venido trabajando en la normalización, a través de A-Impulsa, de la situación financiera de más de 300 empresas gallegas, con lo que el banco contribuye a garantizar su continuidad y a mantener, en su conjunto, más de 5.000 puestos de trabajo directos en la comunidad.

En el plan se incluyen tanto micropymes, como pymes y grandes empresas, sin importar su tamaño, volumen de negocio ni el importe de su financiación. El objetivo es poder apoyar a más de 500 empresas y 11.000 puestos de trabajo durante los próximos dos años y contribuir a la reactivación económica de Galicia apoyando y auxiliando a las empresas que cuentan con un producto rentable o un buen posicionamiento en el mercado, pero que han visto deteriorada su situación económica a causa de la crisis.

### Plan Activamos

Un acuerdo entre ABANCA y las cuatro diputaciones gallegas, firmado en 2014 y dotado con un presupuesto de 202 millones de euros, permitió financiar iniciativas enfocadas al desarrollo económico y social de la provincia.

A través del Plan Activamos ABANCA financió, en condiciones preferentes con respec-



Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

**Empresarios y emprendedores**

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

El capital humano

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

to a las estándar del mercado, proyectos relacionados con la formación, la accesibilidad de las viviendas, la extensión de las nuevas tecnologías, la eficiencia energética, el emprendimiento y la creación de empleo. Los productos de financiación del "Plan Activamos" cuentan con tipos de interés bonificados en relación con la oferta bancaria actual. Además, carecen de comisiones de apertura, estudio, amortización o cancelación anticipada; disponen de amplios plazos de amortización; y cuentan con carencias en aquellas modalidades en las que el cliente necesita un plazo para situarse en condiciones de generar ingresos.

Pymes, micropymes, comerciantes, autónomos, corporaciones locales y organismos autónomos dependientes han sido los principales beneficiarios de los créditos del "Plan Activamos". En total, se han tramitado con estos segmentos 7.318 operaciones. En suma, ABANCA ha tramitado, a través del "Plan Activamos", préstamos a particulares por un importe global de 192 millones euros en las cuatro provincias gallegas.

## APLAZOS

El nuevo servicio de financiación en el punto de venta, APLAZOS, es una potente herramienta que mejora sustancialmente la oferta al pequeño comercio. Con ella el pequeño comercio puede ofrecer a sus clientes el pago aplazado del importe de las compras que realicen en sus establecimientos. Cuen-

ta con dos modalidades, en función del canal en el que se realice la operación de financiación, en TPV o en banca electrónica.

## Comercio con talento

ABANCA y la Xunta de Galicia lanzaron la campaña "Comercio con talento", que pretende facilitar el emprendimiento en materia de comercios entre estudiantes de ciclos de Formación Profesional. El IES A Pontepedriña de Santiago de Compostela sirvió como escenario de presentación del proyecto para incentivar el autoempleo con el objetivo de llegar a más de 1.000 estudiantes de toda Galicia.

El proyecto "Comercio con talento", que contó con empleados de ABANCA para su presentación, recaló en otros 22 centros de A Coruña, Arzúa, Betanzos, Caldas de Reis, Carballo, Cedeira, Ferrol, Foz, Lugo, Marín, Negreira, Ourense, Pontevedra, Redondela, Santiago de Compostela, Silleda, Tui, Vilagarcía, y Vigo.

La dinámica del proyecto incluyó un concurso en el que diferentes grupos de cuatro alumnos defendieron al comercio más innovador de cada comarca, según los criterios fijados por la Dirección Xeral de Comercio. El jurado, tras valorar los trabajos presentados, decidió, por unanimidad, elegir a los ganadores de cada demarcación que recayeron en:

- "Saborplace", "La canalla", "Berbiriana" y "Eco-lógica" de A Coruña.

Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

**Empresarios y emprendedores**

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

El capital humano

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

- “E. Ferro” de Arzúa.
- “Mar de encuentros” de Carballo.
- “Granxa Maruxa” de Monterroso.
- “La Torta” de Ourense.
- “Mimate delicatesen” de Pontevedra.
- “Pijus Magnifikus” y “Amboa” de Santiago de Compostela.
- “Volvoreta” de Tui.

Los vencedores recibieron tarjetas regalo VISA ABANCA para utilizar en los comercios de su localidad.

## Apoyo a la creación de nuevos negocios

El banco ha puesto en alquiler un total de 483 inmuebles (445 en España y 38 en el extranjero) de su propiedad con importantes descuentos para facilitar la creación de nuevos negocios o la expansión empresarial. El banco ofrece tres meses de carencia en el pago de la renta, a aplicar al inicio del contrato. Con esta carencia, el banco pretende apoyar a los emprendedores en la etapa inicial del proyecto empresarial, al reducir los gastos que deben afrontar para poner en



Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

**Empresarios y emprendedores**

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

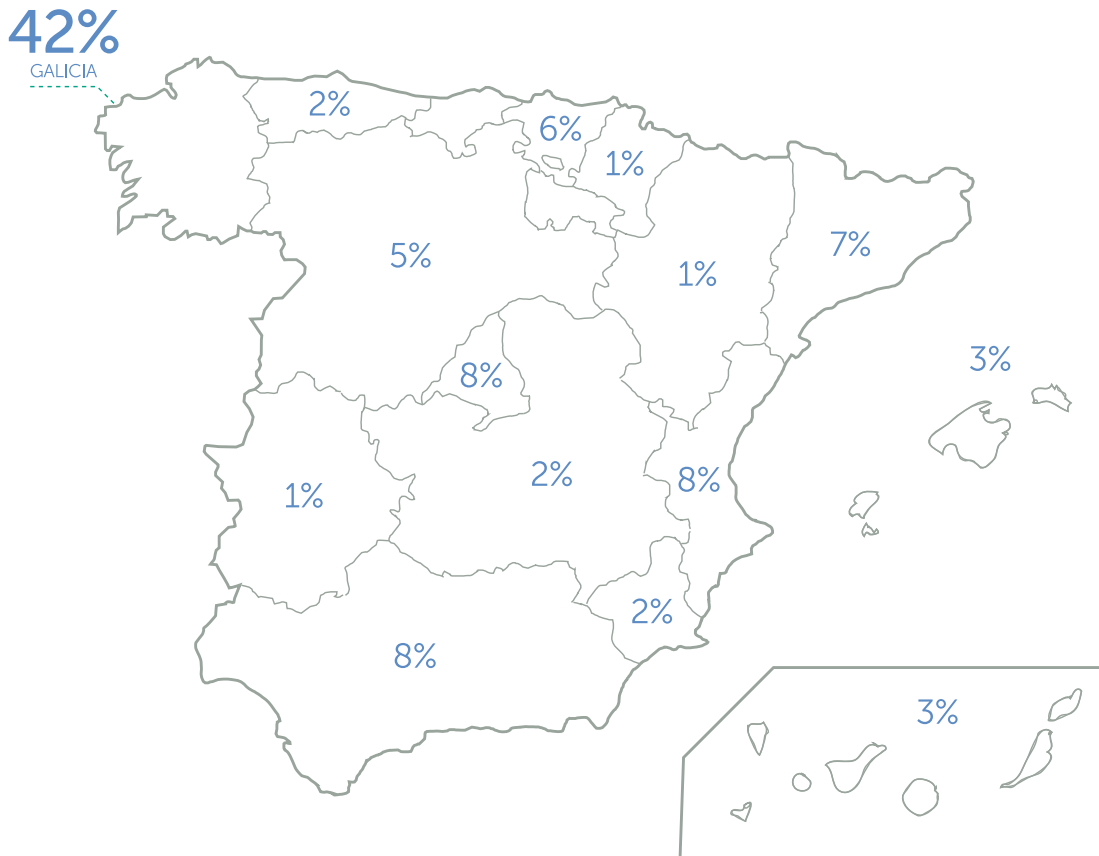
El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

marcha su nuevo negocio. Nueve de cada diez inmuebles disponibles para el alquiler son locales comerciales, entre los que figuran bajos que en su día albergaron oficinas del banco, cerradas durante el proceso de reestructuración. La entidad también incluye en esta iniciativa el arrendamiento de naves industriales y oficinas.

Los locales están ubicados en las principales zonas comerciales de 177 ayuntamientos, pertenecientes a 44 provincias. Más del 40% de los inmuebles están localizados en Galicia, mayoritariamente en las provincias de Pontevedra y A Coruña. Más información relativa a los locales disponibles en [www.escogecasa.es](http://www.escogecasa.es).

### Distribución nacional de los inmuebles



Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

**Empresarios y emprendedores**

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

El capital humano

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

## Bierzo Innova y Emprende

Dentro de su estrategia de apoyo al tejido empresarial, y en particular de fomento del emprendimiento y la creación de empresas, la entidad impulsó la celebración del Encuentro ABANCA: Bierzo Innova y Emprende. La iniciativa, que reunió a 40 emprendedores de la comarca, se fijó como objetivos generar propuestas concretas y viables para facilitar la innovación empresarial, potenciar la puesta en marcha de nuevos proyectos y crear canales que permitan la integración horizontal entre ellos.

Las sesiones de trabajo tuvieron como resultado la elaboración de propuestas de mejora para favorecer el emprendimiento y la creación de nuevas empresas en los ámbitos de

la colaboración entre proyectos, el apoyo público, la financiación y la responsabilidad social. Se celebró, además, una mesa redonda abierta al público y centrada en la innovación y el emprendimiento social como factores de desarrollo para la comarca de El Bierzo.

La jornada vino precedida de una exhaustiva labor de detección desarrollada en los meses previos para seleccionar las 40 empresas y proyectos participantes, caracterizados por su alto grado de innovación y su carácter social. Los proyectos seleccionados están vinculados a la zona de influencia de El Bierzo y tienen en común su conciencia social, su carácter respetuoso con el medio ambiente, su inspiración en el comercio justo y la economía colaborativa y su filosofía de comercialización directa productor/consumidor.



- Ser clientecéntricos
- Diseñar soluciones
- Empresarios y emprendedores
- Calidad de servicio**
- Extender la responsabilidad
- Medioambiente
- El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## CALIDAD DE SERVICIO

G4-DMA, G4-26, G4-PR5

La calidad en la atención a los clientes, así como la transparencia y accesibilidad a los productos y servicios son dos objetivos destacados para la entidad.

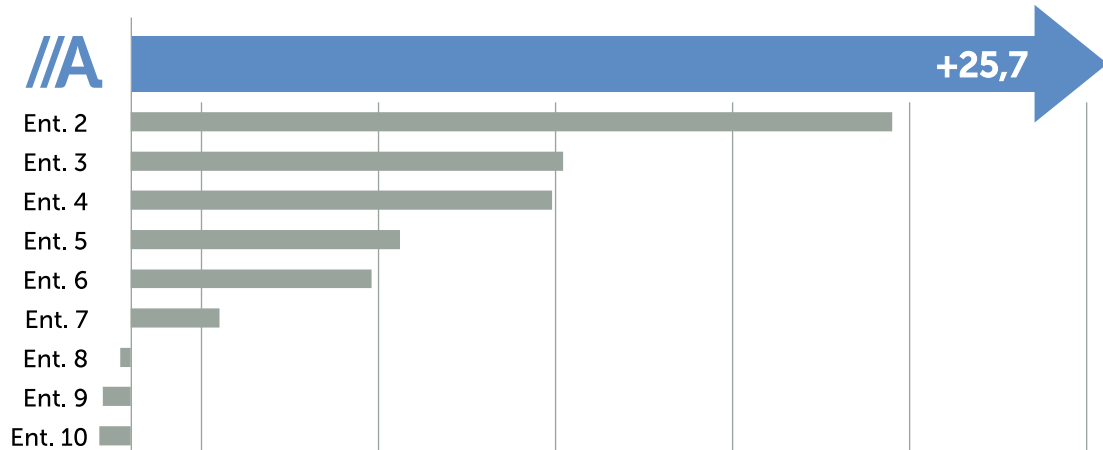
### Escuchar a los clientes para conseguir la excelencia operacional

ABANCA se ha marcado, como uno de sus principales retos, estar entre los bancos con mejor recomendación y satisfacción de sus clientes. Y según el estudio efectuado por la consultora EMO Insights, ABANCA es la entidad que más crece en valoración de los clientes en periodo 2014-2015.

En esta línea, es muy importante conocer cuál es la experiencia del cliente en cada punto de contacto y en cada interacción con ABANCA. Para ello, la entidad mide la satisfacción del cliente con los distintos canales con los que interactúa: la atención telefónica, la banca electrónica, de particulares, empresa, móvil y los cajeros automáticos.

Igualmente, se recoge la opinión de los clientes y su satisfacción en los denominados "momentos de la verdad", tales como contratación de un nuevo producto. En este sentido, destaca la monitorización de la Hipoteca Mari Carmen, donde la medición de la satisfacción con este producto revela que, en el momento de la contratación, el 95% de los clientes considera satisfactoria la gestión y la valora por encima de 7.

Crecimiento del índice de vinculación emocional del cliente con su banco (2015 vs 2014)



Fuente: Consultora emo insights


- Ser clientecéntricos
- Diseñar soluciones
- Empresarios y emprendedores
- Calidad de servicio**
- Extender la responsabilidad
- Medioambiente
- El capital humano

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

**Porcentaje de satisfacción con la gestión de la Hipoteca Mari Carmen (agosto 2015)**

**57,2%** muy satisfechos

**37,5%** satisfechos



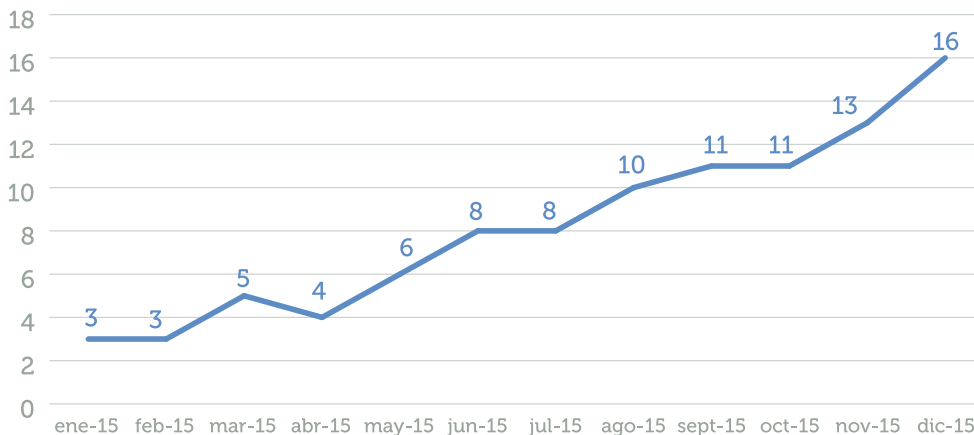
se les ofrece. Esto permite a ABANCA no solo poner en valor la importancia de la satisfacción de sus clientes, sino también conocer los puntos fuertes y aspectos de mejora más fácilmente gestionables, con el objetivo de despertar emociones positivas entre los clientes.

La preocupación de ABANCA por alcanzar buenos índices en la satisfacción y recomendación de sus clientes a través de la mejora de su experiencia llega a tal punto que durante todo el año 2015 se realizaron talleres de Experiencia de Cliente donde se impactó en más de 250 empleados/as con la finalidad de ir dinamizando una cultura Cliente-céntrica. El contenido de estos talleres, además de englobar aspectos teóricos sobre la experiencia de clientes, la metodología de la obtención de los datos y el cálculo de los indicadores, aborda también las sensaciones concretas que generan recomendación y vinculación y que, consecuentemente, impactan en los resultados de negocio.

ABANCA también ha incorporado las métricas de satisfacción y recomendación a nivel oficina, de modo que una parte de la retribución variable de los empleados va a depender de la satisfacción de los clientes.

La obtención y tratamiento de los datos a nivel de oficina posibilita que cada sucursal sea más consciente de la percepción que tienen sus clientes de la entidad y del servicio que

Diferencia IPN dic 2014 - dic 2015



Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

Empresarios y emprendedores

**Calidad de servicio**

Extender la responsabilidad

Medioambiente

El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

En torno a 7.000 clientes contestan mensualmente las encuestas que permiten efectuar el seguimiento de la evolución mensual del índice de satisfacción y recomendación neta, no solo a nivel Entidad, sino también a nivel de oficina. La evolución de la mejora en el índice de recomendación neta a lo largo del 2015, tomando como referencia el dato de diciembre de 2014, ha sido de 16 puntos.

Estos datos positivos animan a la entidad a seguir trabajando en el diseño de nuevas experiencias que sorprendan a los clientes, situando el foco de la relación con ellos en la cercanía y la personalización.

### Innovamos en calidad y transparencia de nuestros procesos y servicios

G4-PR3

ABANCA es pionera en el sector en disponer de una carta de servicio certificada, logrando en diciembre de 2014 ser la primera entidad financiera española en superar la auditoría externa de AENOR de su Carta de Servicios –Multicrédito 48 horas– según la norma UNE 93200:2008.

Esta certificación supone la confirmación de que la entidad aboga por una banca sencilla, innovadora, responsable y transparente, que apuesta por el compromiso con la calidad de servicio y claridad de información:

- Escucha a sus clientes y establece compromisos de calidad exigentes buscando mejorar la experiencia y satisfacción de los clientes.

- Facilita que los clientes conozcan en todo momento las características del servicio, los derechos que adquieren y los compromisos de calidad cuantificables que asume.
- Entidad transparente que hace públicos, de manera trimestral, los niveles de cumplimiento a través de indicadores de calidad en la web.
- Establece medidas de subsanación y compensación a los clientes en los casos de incumplimiento de los compromisos de calidad. Además, analiza las causas e implementa medidas para evitar que se produzcan nuevos incumplimientos.

Durante 2015 la entidad logró mejorar sus procesos y reducir el plazo de respuesta a la mitad de tiempo, lo que le ha permitido mejorar el grado de exigencia y certificar el **Préstamo 24 horas** en todas las modalidades de producto y canales de comercialización. El compromiso con la calidad de servicio ha permitido mantener un cumplimiento superior al 98% en el plazo máximo de 24h, compensando económicamente a todos los clientes que no han recibido su servicio en las condiciones comprometidas.



Ser clientecéntricos	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
Diseñar soluciones	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Empresarios y emprendedores	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
<b>Calidad de servicio</b>	4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
Extender la responsabilidad	<b>5. NUEVA CULTURA</b>	10. ANEXOS
Medioambiente		
El capital humano		

## Avanzamos en la cultura de calidad interna en los procesos

ABANCA mantiene valores y fomenta la cultura de calidad y servicio al cliente también en sus procesos internos. Durante 2015 se han desplegado nuevas métricas de calidad y satisfacción del cliente interno. Con visión clientecéntrica y de gestión por procesos se mide la calidad en los servicios y no por unidades organizativas, priorizando aquellos que tienen un mayor impacto en la Red Comercial y en la Satisfacción y Recomendación de los clientes.

El seguimiento de los niveles de calidad interna se realiza de forma continua, de modo que mensualmente cerca de un 6% de los empleados efectúa una encuesta para valorar alguno de los servicios de los que son clientes internos. Los niveles de participación son cercanos al 70% y demuestran el compromiso de la plantilla con la cultura de la calidad y la mejora continua.

La metodología utilizada es innovadora en su aplicación y adaptación, permitiendo disponer de una métrica homogénea y estandarizada para todos los servicios, al tiempo que es capaz de recoger las diferencias y particularidades que existen entre distintos servicios. El sistema participativo, en las fases de diseño y construcción del sistema, facilita y traslada a los responsables de los procesos el sentimiento de responsabilidad sobre la calidad y orientación al cliente interno de sus procesos.

Con los primeros resultados ABANCA ha comenzado a trabajar en las fortalezas y debilidades identificadas en los estudios de calidad, poniendo en marcha los primeros planes de acción concretos para algunos servicios. El resultado y la eficacia de estos planes son reevaluados a través del seguimiento de las métricas de calidad interna.

## Madurez de nuestros sistemas. Gestión Calidad

G4-DMA

ABANCA mantiene alto nivel de madurez en los Sistemas de Gestión de Calidad, superando un año más la auditoría externa de AENOR de acuerdo a la norma UNE-EN ISO 9001:2008, que avala la apuesta por la calidad de servicio destacando en 2015, como puntos fuertes, el nivel de implicación y auto-exigencia interna de los equipos.

Esta certificación está presente desde 1996 para los servicios Tarjetas Financieras y Banca Electrónica y supone un reconocimiento a la capacidad para proporcionar un servicio centrado en el cliente, de acuerdo a los máximos estándares de calidad internacionales.

## Servicio de Atención al Cliente

G4-27, G4-58

La transparencia con sus clientes y su protección es un pilar básico de su actividad,



Ser clientecéntricos	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
Diseñar soluciones	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Empresarios y emprendedores	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
<b>Calidad de servicio</b>	4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
Extender la responsabilidad	<b>5. NUEVA CULTURA</b>	10. ANEXOS
Medioambiente		
El capital humano		

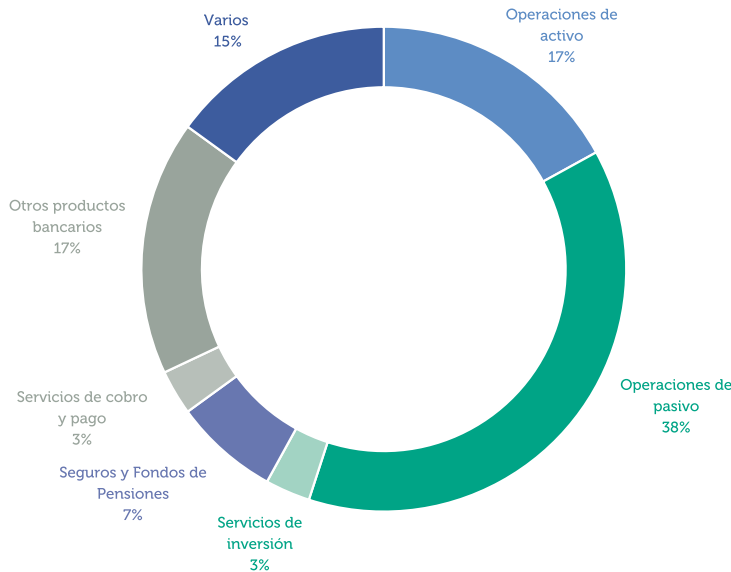
Y así se recoge en el Código de Conducta ABANCA. El Banco dispone de un Servicio de Atención al Cliente conforme a la normativa sectorial reguladora (Orden ECO/734/2004, de 11 de marzo) que tiene por objeto tramitar y resolver las quejas y reclamaciones presentadas en el banco por quienes reúnan la condición de clientes o usuarios, siempre que tales quejas o reclamaciones se refieran a sus intereses y derechos legalmente reconocidos, ya deriven de contratos, de la normativa de transparencia y protección de la clientela o de las buenas prácticas y usos

financieros y, en particular, del servicio de equidad.

Asimismo, este servicio traslada a la organización las recomendaciones y sugerencias derivadas de su experiencia sobre aquellas cuestiones que puedan suponer una mejora y fortalecimiento de la confianza que debe imperar entre ABANCA y sus clientes.

A 31 de diciembre de 2015 han resuelto el 92,85% de las reclamaciones recibidas siendo el plazo medio de resolución de 23 días.

Distribución, por tipología<sup>1</sup>, de las reclamaciones recibidas por el SAC<sup>2</sup>



<sup>1</sup> Otros productos bancarios engloba: tarjetas de débito y crédito (76,6%); cajeros dispensadores y actualizadores (11,7%); TPV's (0,3%); otros productos bancarios: avales, *confirming*, derivados (11,4%).

<sup>2</sup> La distribución por tipología corresponde a las reclamaciones de ABANCA, ABANCA Mediación Correduría de Seguros Generales, SA y Corporación Financiera Etcheverría, SL.

Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

Empresarios y emprendedores

**Calidad de servicio**

Extender la responsabilidad

Medioambiente

El capital humano

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**

6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

Respecto a los criterios establecidos para la toma de decisiones en cuanto a la resolución de reclamaciones, el banco siempre tiene en consideración las circunstancias particulares de cada reclamación y de cada cliente o usuario que la plantea, llevándose a cabo un minucioso análisis de los documentos e informaciones que, en cada caso, pueda recabar.

Los criterios de decisión utilizados por el servicio de atención al cliente (SAC) se basan en las resoluciones dictadas por el Banco de España, Comisión Nacional del Mercado de Valores y Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones para supuestos similares, así como en la política de gestión del propio SAC de ABANCA, que tiene como principios básicos:

- Atender a clientes y usuarios que han sufrido una insatisfacción vinculada a los productos y servicios de la entidad, adquiriendo con cada uno de ellos el compromiso de respuesta motivada.
- Atender a cada cliente en el menor tiempo posible, dando un tratamiento individual y personal en cada caso.
- Cumplir y hacer cumplir al resto de la organización la legislación y la normativa que regula su propio funcionamiento.
- Fomentar una política de concienciación, en materia de atención a clientes y usuarios, entre todas las unidades de la organización, aludiendo a los principios de buenas prácticas y transparencia.

La toma de decisiones tiene su fundamento en el cumplimiento de las normativas internas y externas, amparándose en las cláusulas contractuales, en las normas de transparencia y de protección del cliente, así como en las buenas prácticas y usos financieros. Las conclusiones alcanzadas deben permitir una respuesta clara y precisa al problema planteado.

Las decisiones tienden siempre a alcanzar una solución equitativa para las partes implicadas, así como a mantener la mutua confianza entre ellas.

Al cierre del ejercicio 2015, las reclamaciones pendientes de resolución no derivarán pagos que tengan un efecto significativo en el cierre de cuentas anuales de la entidad.



Ser clientecéntricos	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
Diseñar soluciones	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Empresarios y emprendedores	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Calidad de servicio	4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
<b>Extender la responsabilidad</b>	<b>5. NUEVA CULTURA</b>	10. ANEXOS
Medioambiente		
El capital humano		

## EXTENDER LA RESPONSABILIDAD EN LA CADENA DE VALOR

### Compras responsables

G4-DMA, G4-12, G4-EC9, G4-HR4

ABANCA tiene como objetivo prioritario la mejora de los niveles de eficiencia evolucionando hacia las mejores prácticas del mercado. Para velar por esa eficiencia se ha desarrollado una norma que regula la adquisición de bienes y contratación de servicios de ABANCA. La norma detalla los procedimientos de abastecimiento que implican finalmente pagos a proveedores y es de obligado cumplimiento para toda la organización.

Algunos de los aspectos destacables de esta norma son:

- El proceso de procura y contratación de bienes y servicios debe velar por optimizar la relación calidad, precio y oportunidad, la equidad del proceso y la transparencia en la selección del proveedor.
- Se cuidará especialmente la relación con el proveedor que estará basada en criterios de continuidad e interés recíproco. La información de proveedores, su homologación y valoración estará permanentemente actualizada.
- El control de los procesos se garantiza a través de su centralización y el uso de una

herramienta integral que permite la revisión y el seguimiento de todas las actuaciones.

Con la implantación de esta norma y de sus requisitos, se hace una apuesta sólida por incorporar la transparencia y eficiencia en todos los procesos internos y por fortalecer la relación con los proveedores con los que hay una relación de continuidad.

De los 2.017 proveedores<sup>1</sup> que han trabajado con ABANCA en el año 2015, el 31,32% de la facturación corresponde a proveedores gallegos y un 85,52% facturaron servicios por valores inferiores a los 50.000 euros, lo que refleja el esfuerzo de la entidad por diversificar sus compras en el máximo número de proveedores posibles, salvo aquellas compras en que la naturaleza del servicio exige una centralización de la contratación. En este sentido, solo hay un proveedor de la entidad que acumula el 9,64% del gasto, ninguno de los proveedores restantes acumula más de un 5,72% del gasto total en suministros a lo largo del 2015.

Asimismo, ABANCA favorece la contratación de proveedores locales, como ponen de manifiesto los 1.285 proveedores con domicilio social en Galicia, que acumularon en 2015 un total de 57,5 millones de euros de facturación, cifra superior al 31% del gasto total en proveedores.

<sup>1</sup> Los datos de proveedores corresponden a proveedores contratados por el área de Procura de ABANCA en España y no incluye suministros.

Ser clientecéntricos	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
Diseñar soluciones	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Empresarios y emprendedores	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Calidad de servicio	4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
<b>Extender la responsabilidad</b>	<b>5. NUEVA CULTURA</b>	10. ANEXOS
Medioambiente		
El capital humano		

Una de las prioridades establecidas tras la constitución de ABANCA es la revisión y unificación de criterios con que se homologan los proveedores que prestan servicios a la entidad. De esta forma, la entidad define los criterios que capacitan a un tercero como proveedor de productos o servicios a las áreas de la organización, considerando factores como la experiencia en el sector, la capacidad de respuesta, la solvencia económica, los niveles de concentración de negocio con la entidad y las relaciones anteriores o presentes, así como otros de naturaleza intangible que respondan a las expectativas de ABANCA en cuanto a la alienación de sus colaboradores empresariales con la cultura y con la estrategia de responsabilidad social corporativa de la entidad.

Los criterios que contempla la nueva política de compras de ABANCA persiguen los siguientes objetivos:

- Agilizar el proceso de compra, contratación y toma de decisiones de gasto sin perder los estándares de rigurosa objetividad y transparencia que deben prevalecer en todo proceso de compras.
- Disponer de una base de datos que aglutine la información básica de todos los proveedores para su selección y homologación.
- Asegurar que cada proveedor reúna las condiciones económicas, los recursos y la estructura suficiente para su homologación y selección.
- Definir un sistema periódico y objetivo de evaluación de los proveedores.
- Establecer mecanismos de control del gasto de las unidades solicitantes.



- Ser clientecéntricos
- Diseñar soluciones
- Empresarios y emprendedores
- Calidad de servicio
- Extender la responsabilidad
- Medioambiente**
- El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**

- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## MEDIOAMBIENTE

La protección del medio ambiente constituye un elemento consustancial a la estrategia de RSC de ABANCA. Este compromiso se comprende de forma transversal en toda su cadena de valor, desde la gestión de los impactos generados como consumidora de recursos y generadora de residuos, hasta la consideración de los aspectos ambientales en su actividad financiera y social.

### Consumidores de recursos

G4-DMA, G4-EN3, G4-EN4, G4-EN5, G4-EN6, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19, G4-EN30

ABANCA ha venido realizando en los últimos años un estudio pormenorizado de los consumos y demandas energéticas que han permitido saber dónde, cómo y cuándo consumen la energía y, a su vez, obtuvo las variables sobre las que actuar prioritariamente, a fin de conseguir la mayor eficiencia. Dado que la mayor parte de su gasto energético proviene de los suministros eléctricos, en ellos se han centrado sus esfuerzos iniciales.

Con la implementación del nuevo modelo de oficina se ha puesto en marcha un sistema de gestión remota automatizada que les permite interactuar sobre diversas instalaciones, como la climatización, la iluminación, los horarios de funcionamiento de los equipos electrónicos, etc., optimizando el consumo eléctrico. Asimismo, ha comenzado la implementación de dicho sistema en las oficinas ya existentes.

A su vez, ha programado una migración ordenada hacia tecnología de iluminación LED (ya implantada en las oficinas nuevo modelo) que permite una enorme reducción de consumo eléctrico y, por ende, de emisiones de CO<sub>2</sub>. Por otra parte, al exigir el cumplimiento de la normativa ROHS (*Restriction Of Hazardous Substances*) se ha restringido la utilización de sustancias altamente tóxicas (plomo, mercurio, cadmio, óxido de cromo, PBB y PBDE) en los componentes de la luminaria que, de otro modo, podrían entrar en el medio ambiente y en nuestro organismo.



- ..... Ser clientecéntricos
- ..... Diseñar soluciones
- ..... Empresarios y emprendedores
- ..... Calidad de servicio
- ..... Extender la responsabilidad
- ..... **Medioambiente**
- ..... El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

Cualquier plan de ahorro energético tiene que estar basado en la sensibilización e implicación continua de todos los empleados, ya que hasta las acciones más pequeñas y sencillas encaminadas a la reducción de los consumos energéticos pueden tener un gran impacto positivo global, si todos

los actores implicados las ponen en práctica. Para ello, se ha puesto en marcha una campaña de sensibilización de los usuarios difundiendo las mejores prácticas respecto a la optimización en el consumo de recursos y la adecuada gestión de los residuos generados.

Consumo energético	2014	2015	Variación (%)
Electricidad (kwh)	29.168.522	28.753.328	(1,4%)
Gasóleo C (kwh) <sup>1</sup>	995.207	956.688	(3,9%)
<b>Total</b>	<b>30.163.729</b>	<b>29.710.016</b>	<b>(1,5%)</b>
Intensidad energética de las ventas (kwh/empleado)	6.899	7.216	4,6%

Alcance: ABANCA

En cuanto a las medidas adoptadas para la reducción de las emisiones, destacan, entre otras, la sustitución de calderas de gasóleo por bombas de calor de alta eficiencia, la utilización de refrigerantes homologados que no contienen sustancias destructoras de la capa de ozono, la eliminación de todos los transformadores eléctricos que utilizaban aceite contaminante y el fomento de la formación *online*, en lugar de la formación presencial, para evitar desplazamientos no estrictamente necesarios.

En lo referente a la política de transporte, desde la entidad se han implantado medidas para tratar de disminuir los desplazamientos, fomentando las reuniones a través de video o multiconferencia, así como la utilización de una herramienta informática interna para el uso compartido del vehículo particular. El uso del transporte público es la manera preferente de desplazamiento, según la Norma General de Gastos de Viaje.

<sup>1</sup> Poder calorífico de Gasóleo C: 10,28 kwh/l. Fuente: "Guía Técnica 11: diseño de centrales de calor eficientes" de IDAE.

Ser clientecéntricos	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
Diseñar soluciones	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Empresarios y emprendedores	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Calidad de servicio	4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
Extender la responsabilidad	<b>5. NUEVA CULTURA</b>	10. ANEXOS
<b>Medioambiente</b>		
El capital humano		

Prueba de estas medidas es que, a pesar de haber incrementado los kilómetros recorridos este ejercicio (10,4 millones de km fren-

te a 7,5 millones de km el ejercicio pasado) las emisiones de CO<sub>2</sub> totales solo han sufrido un incremento del 2,9%.

Emisiones de CO <sub>2</sub>	2014	2015	Variación (%)
Energía <sup>1,2</sup>	8.729	8.598	(1,5%)
Transporte <sup>3,4,5</sup>	1.678	2.111	25,8%
<b>Total</b>	<b>10.407</b>	<b>10.709</b>	<b>2,9%</b>
Intensidad emisiones de las ventas (kg de CO <sub>2</sub> /empleado)	2.380	2601	9,3%

Alcance: ABANCA

## Generadores de residuos

En 2012 ABANCA formalizó un acuerdo de colaboración con Revertia, estableciendo las condiciones de un servicio de gestión integral de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (en adelante RAEE) por parte de esta última.

Durante el año 2015 se realizaron dieciséis retiradas en sus instalaciones, doce de ellas en A Coruña y cuatro en Vigo. Se han retirado en total 51,7 toneladas de RAEE en ambas ubicaciones. Por su tipología, la gran mayoría (69%) han sido los considerados como otros residuos (cajeros automáticos, actualizadores de libreta, armarios de comunicaciones, dispensadores

<sup>1</sup> Factor de emisión de la electricidad consumida: 0,29 kg CO<sub>2</sub>/kwh. Fuente: Gas Natural.

<sup>2</sup> Factor de emisión del Gasóleo C consumido: 2,786 kg CO<sub>2</sub>/kwh. Fuente: "Guía Huella de Carbono" de Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

<sup>3</sup> Se ha estimado el total de km recorridos en tren en función del precio medio en España: 5,16 €/100km. Fuente: "Transportation Price Index" de GoEurope.

<sup>4</sup> Para determinar las emisiones de CO<sub>2</sub> derivadas del transporte mediante coche y tren se ha utilizado la "Transport\_Tool\_V2\_6" de GHG Protocol.

<sup>5</sup> Las emisiones de CO<sub>2</sub> derivadas del transporte aéreo han sido proporcionadas por nuestro proveedor del servicio.

- ..... Ser clientecéntricos
- ..... Diseñar soluciones
- ..... Empresarios y emprendedores
- ..... Calidad de servicio
- ..... Extender la responsabilidad
- ..... Medioambiente**
- ..... El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

de efectivo...), siendo un 26% ordenadores de sobremesa, un 3% pantallas planas, un 2% impresoras de gran volumen y un 0,3% RACK.

tario (Unión Europea), este último mediante el empleo del código LER (Lista Europea de Residuos).

Actualmente, existen dos sistemas de identificación y clasificación de residuos, compatibles entre sí: uno nacional y otro comuni-

Estos sistemas tipifican los residuos en función de la peligrosidad y características de los componentes que contienen.

Tipo de RAEE	Total	Total (Kg)	Código LER - Descripción
Pantallas planas	88	1.305,0	160213 - Equipos desechados <sup>1</sup> que contienen componentes peligrosos <sup>2</sup>
Equipos (CPU`s)	1.458	13.469,0	
Impresoras gran volumen	27	836,0	160214 - Equipos desechados distintos de los especificados en el código anterior (160213)
RACK	18	180,0	
Otros		35.900,0	
<b>Total</b>		<b>51.690,0</b>	

<sup>1</sup> Distintos de los transformadores y condensadores que contienen PCB.  
<sup>2</sup> Distintos del amianto libre.

De los equipos retirados se han conseguido reutilizar 495 CPU de sobremesa y 35 pantallas planas. De los procesos de reutilización de equipos informáticos se realiza también un análisis de ciclo de vida (en adelante ACV) aplicando la metodología diseñada en el marco del proyecto ecoRae, cofinanciado por la Comisión Europea dentro del programa LIFE +. De los resultados

del impacto ambiental de la gestión de los RAEE, detallados anteriormente, se desprende que la reutilización de las CPU y pantallas ha permitido ahorrar 14,7 toneladas de CO<sub>2</sub> que de otra manera habrían sido liberadas a la atmósfera. A título orientativo, esta cantidad equivale al CO<sub>2</sub> fijado por 15.015 robles<sup>1</sup> durante un año, o al emitido por un coche nuevo al recorrer 89.573 km<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> R. C. Dewar y M. G. R. Cannel, "Carbon sequestration in the trees, products and soils of forest plantations: an analysis using UK examples", *Tree physiology* 11, 1992, 49-71.  
<sup>2</sup> Se asume que el vehículo tiene unas emisiones de 164 g. de CO<sub>2</sub>.



- Ser clientecéntricos
- Diseñar soluciones
- Empresarios y emprendedores
- Calidad de servicio
- Extender la responsabilidad
- Medioambiente**
- El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

Por otro lado, ABANCA inició un proceso de eliminación progresiva del soporte libreta derivando a los clientes a soportes alternativos. A través de diversas iniciativas se disminuye la apertura de nuevas cuentas con libreta:

- Casi la mitad de las aperturas de nuevas cuentas a plazo en la entidad se realizan sin libreta.
- Asimismo, es requisito del Programa Cero Comisiones la renuncia al soporte libreta para el acceso al nivel básico de jóvenes y autoservicio.

Además, el pasado 15 de junio se lanzó una batería de mejoras que incrementan el atractivo de la correspondencia electrónica que, en los últimos años, ha ganado peso entre las opciones que se utilizan para relacionarse con los clientes. Se trata de un servicio

completamente gratuito y que destaca por su rapidez, ya que se puede consultar la documentación con mayor antelación y elimina posibles retrasos o pérdidas. Su utilización tiene un impacto decisivo en el medio ambiente, ya que permite un ahorro evidente de papel. Además, tiene la misma validez jurídica que el papel y contiene la misma información.

En cuanto al papel din A4 que se continúa consumiendo en las oficinas, es un 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) o la eco etiqueta europea (EU Ecolabel) que se otorga a aquellos productos que garantizan un alto nivel de protección ambiental a lo largo de su ciclo de vida.



- Ser clientecéntricos
- Diseñar soluciones
- Empresarios y emprendedores
- Calidad de servicio
- Extender la responsabilidad
- Medioambiente**
- El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

## Productos y Servicios

G4-DMA, G4-EC2, G4-EN27, FS8, FS10, FS11

ABANCA consolida su compromiso con el medioambiente en su cartera de productos y servicios a través de dos vías: la de la financiación y la de la inversión.

Novedosa es la línea de financiación para particulares del Plan Activamos que ofrece facilidades de financiación a un tipo de interés preferente y sin comisiones para:

- La adquisición de vehículos automóviles eficientes: híbridos, eléctricos, alimentados con gas natural, con gases licuados del petróleo (GLP) o vehículos con pila de combustible, por importe entre 3.000€ y 30.000€.

- Reformas en el hogar que conlleven mejora de la accesibilidad o de la eficiencia energética en la vivienda habitual, concretamente: envolvente térmica, instalaciones (térmicas y de iluminación), así como sustitución de energía convencional por biomasa, por importe entre 3.000€ y 60.000€

Además, para empresas y autónomos se ofrecen facilidades de financiación a un tipo de interés preferente y sin comisiones para:

- Actuaciones de mejora de la eficiencia energética en la empresa: envolvente térmica, instalaciones (térmicas y de iluminación), así como sustitución de energía convencional por biomasa, entre 3.000€ y 100.000€.

Financiación con interacción en temas medioambientales (M€)			
Sector actividad	Nacional	Internacional	Total
Eólico	229	17	246
Solar	251	14	265
Minicentral hidráulica	111		111
Biocombustible	23	23	46
Cogeneración	4		4
Biomasa	2		2
Otros	1		1
<b>Total</b>	<b>621</b>	<b>54</b>	<b>675</b>

Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

**Medioambiente**

El capital humano

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**

- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

En cuanto a la inversión, ABANCA trata de apoyar iniciativas ambientalmente responsables, siendo consciente de su responsabilidad como partícipe directo de proyectos empresariales con vocación de investigar, diseñar, implantar o explotar procesos dirigidos a reducir los impactos de la actividad social y económica en el entorno.

**Inversiones con interacción en temas medioambientales**

Sociedad participada	% participación
Norvento Montouto, S.L.	19,90%
Norvento Curuxeiras, S.L.	19,90%
Norvento Sasdonigas, S.L.	19,70%
Norvento Neda, S.L.	19,70%
Enerfin-Enervento, S.A.	30,00%
Solgomar Energía, S.L.	50,00%
Fotonova Energía, S.L.	100,00%
Ferrolterra Renovables, S.L.	12,49%



Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

**El capital humano**

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**

6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

## EL CAPITAL HUMANO

El primero de los pilares de la gestión de ABANCA es la profesionalidad del Capital Humano. Un banco de personas para personas, donde el talento, la profesionalidad y el alto nivel de compromiso de todas las personas que trabajan en el banco son la base y la garantía de un proyecto de éxito.

Una entidad innovadora donde iniciativas como “Marca la diferencia”, impulsada por Capital Humano en 2014 para apoyar el lanzamiento de la nueva marca del banco, ha sido reconocida en la XIII Edición de los Premios Expansión y Empleo 2015 por su creatividad.

Asimismo, dieciocho profesionales de ABANCA han sido distinguidos con el reconocimiento de “Ciudadanos y Ciudadanas Ejemplares” dentro de la organización. Todos pertenecen a la red comercial y han sido reconocidos por sus logros, compromiso y dedicación a lo largo del tiempo.

Esta iniciativa, impulsada desde ABANCA por las áreas de Responsabilidad Social Corporativa y Capital Humano, con la colaboración de la Escuela de Negocios de Afundación, tiene como objetivo reconocer a los mejores profesionales del grupo con un programa en el que se combina formación personal y profesional con la posibilidad de compartir experiencias con otros compañeros y compañeras de la entidad y del grupo.



Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

**El capital humano**

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**

6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

## Estructura y composición

G4-DMA, G4-10, G4-LA12, G4-EC6

En ABANCA el equipo y las personas tienen un papel clave en el desarrollo del futuro de la entidad. Prueba de ello ha sido la promoción de la dirección de Capital Humano al primer nivel dentro de la nueva estructura del banco.

Actualmente, forman parte de ABANCA más de 4.200 personas, con contrato fijo, ubicadas en los nueve países en los que la entidad tiene presencia. La edad media de la plantilla se sitúa en los 42 años, con una media de antigüedad en la empresa de quince años. El índice de *engagement* de los empleados con la empresa es del 76%.



	2014	2015
Nº de empleados <sup>1</sup>	4.463	4.212
Media antigüedad (años)	14	15
% universitarios	68%	69%
Distribución según sexo		
> Mujeres	49,9%	49,8%
> Hombres	50,1%	50,2%
Media edad (años)	42,1	42,1



<sup>1</sup> Los datos reportados en el presente capítulo de Capital Humano no tienen en cuenta los contratos temporales al ser un 0,3% de la plantilla, ni tampoco el programa Experiencia ABANCA descrito en la pág. 114 de este mismo capítulo.

Ser clientecéntricos	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
Diseñar soluciones	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Empresarios y emprendedores	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Calidad de servicio	4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
Extender la responsabilidad	<b>5. NUEVA CULTURA</b>	10. ANEXOS
Medioambiente		
<b>El capital humano</b>		

El capital humano se ubica principalmente en Galicia, Asturias y León, territorio que supone el núcleo del negocio de ABANCA, con un 83,3% de concentración. Cabe destacar que la paridad de género se mantiene

próxima al 50-50 en la práctica totalidad de ubicaciones en que la entidad desarrolla la actividad, siendo "Resto de España" el territorio que mayor desviación presenta con un 59,5% de hombres.

Desglose de la plantilla por ubicación y género	2014		2015	
	T	M (%)	H (%)	T
Galicia, Asturias y León	3.828	51,4	48,6	3.507
Resto de España	557	40,5	59,5	634
Extranjero	78	53,5	46,5	71
<b>Total</b>	<b>4.463</b>	<b>48,5</b>	<b>51,5</b>	<b>4.212</b>

Por otro lado, el tramo de edad en el que se concentra la mayor parte de la plantilla

es el que se encuentra entre los 30 y los 50 años.

Desglose de la plantilla por ubicación y edad	<30	30-50	>50
Galicia, Asturias y León	0,7%	83,0%	16,3%
Resto de España	0,8%	88,8%	10,4%
Extranjero	2,8%	87,3%	9,9%
<b>Total</b>	<b>0,8%</b>	<b>83,9%</b>	<b>15,3%</b>

El ejercicio 2015 se ha cerrado con un total de 85 nuevas incorporaciones al equipo de

personas que configura la entidad, un 33% más que en el ejercicio anterior.

Incorporaciones por edad (G4-LA1)	2014		2015	
	T	M	H	T
Menores de 30	3	5	4	9
Entre 30 y 50 años	53	20	52	72
Mayores de 50	8	0	4	4
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>25</b>	<b>60</b>	<b>85</b>

Ser clientecéntricos	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
Diseñar soluciones	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Empresarios y emprendedores	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Calidad de servicio	4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
Extender la responsabilidad	<b>5. NUEVA CULTURA</b>	10. ANEXOS
Medioambiente		
<b>El capital humano</b>		

Incorporaciones por ubicación (G4-LA1)	2014		2015	
	T	M	H	T
Galicia, Asturias y León	52	16	24	40
Resto de España	10	6	33	39
Extranjero	2	3	3	6
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>25</b>	<b>60</b>	<b>85</b>

Además, la rotación de plantilla se sitúa en el 1,1%<sup>1</sup> para el ejercicio 2015, lo que supone una reducción de 0,3 puntos respecto al dato de 2014 (1,4%).

Rotación media por edad y género (G4-LA1)	2014		2015	
	T	M	H	T
Menores de 30	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Entre 30 y 50 años	1,3%	1,2%	0,9%	1,1%
Mayores de 50	1,7%	1,3%	1,4%	1,4%
<b>Total</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,2%</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,1%</b>

Rotación media por ubicación y género (G4-LA1)	2014		2015	
	T	M	H	T
Galicia, Asturias y León	1,2%	1,0%	0,8%	0,9%
Resto de España	1,6%	0,4%	1,3%	0,9%
Extranjero	7,7%	15,8%	12,1%	14,1%
<b>Total</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,2%</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,1%</b>

<sup>1</sup> Excluyendo las salidas derivadas del acogimiento voluntario al Procedimiento de Regulación de Empleo (PRE), descrito en la página 107, y el traspaso a otras empresas del grupo no incluidas en el perímetro ABANCA.

- Ser clientecéntricos
- Diseñar soluciones
- Empresarios y emprendedores
- Calidad de servicio
- Extender la responsabilidad
- Medioambiente
- El capital humano**

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

Más del 60% del comité de dirección de ABANCA procede de Galicia, origen y núcleo de su actividad, desde donde refuerza

la posición de entidad de referencia en el noroeste de España.

Distribución de la plantilla por categoría y sexo	2014			2015	
	Distribución	M	H	T	Distribución
Alta dirección	0,2%	8,3%	91,7%	100,0%	0,3%
Dirección	1,3%	13,1%	86,9%	100,0%	1,4%
Mandos intermedios	22,1%	27,2%	72,8%	100,0%	23,4%
Técnicos	76,4%	57,8%	42,2%	100,0%	74,9%
	<b>100,0%</b>				<b>100,0%</b>

Distribución de la plantilla por categoría y edad en 2015			
	<30	30-50	>50
Alta dirección	0,0%	75,0%	25,0%
Dirección	0,0%	73,8%	26,2%
Mandos intermedios	0,2%	84,8%	15,0%
Técnicos	1,0%	83,9%	15,2%
<b>Total</b>	<b>0,8%</b>	<b>83,9%</b>	<b>15,3%</b>

La promoción interna es uno de los pilares del desarrollo profesional en ABANCA, así, durante el año 2015 han mejorado su carrera un total de

**195** compañeros/as

lo que supone un

**16%** de profesionales más que en 2014.





Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

**El capital humano**

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

## Formación y desarrollo

G4-DMA, G4-LA9, G4-LA10

La apuesta de ABANCA por potenciar las capacidades de sus profesionales queda demostrada en el 2015 con el incremento de los datos tanto de actividad (horas lectivas) como de cobertura de empleados formados como inversión. Al menos el 98% de la plantilla ha participado en alguna acción formativa puesta en marcha por la entidad. Y esto promoviendo la mejora continua de los programas, como se muestra en el incremento de los índices de satisfacción.

Cifras clave sobre formación	2014	2015
Inversión total (m€)	472,00 €	1.119,00 €
Inv. / empleado formado	136,97 €	276,23 €
Horas / empleado	45,7	63,1
Índice de satisfacción (1 a 4)	3,2	3,3
Empleados formados (%)	79%	98%

Promedio horas de capacitación anuales	2014		2015	
	T	M	H	T
Alta dirección	14	66	34	37
Dirección	21	57	60	60
Mandos intermedios	40	67	61	62
Técnicos	47	69	56	64
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>69</b>	<b>57</b>	<b>63</b>

Alcance: ABANCA

Los planes de formación en ABANCA tienen tres ejes de actuación fundamentales: apoyar los cambios y transformaciones demandadas por la estrategia de la entidad; cumplir con los compromisos de la entidad en formación normativa; y apoyar las necesidades técnicas del negocio y la operativa. El compromiso de la organización con el cumplimiento de sus obligaciones se pone de manifiesto en el importante peso que tiene la formación regulatoria en participantes y horas lectivas:

	Participantes	Horas lectivas
Estrategia	28%	18%
Regulatoria	46%	74%
Táctico-operativa	26%	8%

Alcance: ABANCA

Ser clientecéntricos	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
Diseñar soluciones	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Empresarios y emprendedores	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Calidad de servicio	4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
Extender la responsabilidad	<b>5. NUEVA CULTURA</b>	10. ANEXOS
Medioambiente		
<b>El capital humano</b>		

Además, ABANCA abona el 90% de los costes de matrícula y materiales a los profesionales que cursen estudios universitarios, de post-grado, o de acceso a la universidad, siempre y cuando dichos estudios estén alineados con la actividad propia de la entidad. Complementariamente, ABANCA prevé la posibilidad de conceder permisos para formación con reserva de puesto de trabajo.

Entre las acciones formativas puestas en marcha este año destacan dos iniciativas:

- **“Formas de Hacer ABANCA”**, programa dirigido a impulsar la transformación comercial que el mercado demanda de los profesionales de banca comercial. Se ha estimado que en el 2018, los resultados comerciales obtenidos a raíz de este programa en Gestores Comerciales multiplicarán por nueve la inversión realizada. El programa ha recibido de una nota media de satisfacción de 3,51 sobre 4. El objetivo es que el 100% de los gestores, subdirectores y directores participen en esta acción formativa.
- **Refuerzo de la certificación profesional** externa como palanca generadora de valor tanto para la entidad, al contar con profesionales con capacidad contrastada por organismos externos, como para la persona, que ve potenciada su empleabilidad. En el 2015, 21 personas (95% de los que se presentaron) lo han hecho en dirección de proyectos (Project Management Professional PMP), apoyando, además, una línea de trabajo estratégica en la entidad. Así mis-

mo, ha dado continuidad a la preparación de profesionales del área comercial para su certificación en asesoramiento financiero (EFA), anticipando las futuras exigencias del regulador.

Por otro lado, durante 2015, la entidad ha puesto en marcha el Plan de Desarrollo Profesional ABANCA que arrancó con la creación del primer Plan de Canteras ABANCA, en el que 65 profesionales han sido seleccionados por sus aptitudes y sus resultados para desarrollar sus habilidades y convertirse, en un futuro, en directores de oficina.

Dentro del mismo plan de desarrollo, en 2015, el banco lanzó la primera fase de los Itinerarios Profesionales ABANCA, con el fin de impulsar la carrera de los profesionales que superan sus metas, están comprometidos con las necesidades de la organización y buscan enfrentarse a nuevos retos. Los Itinerarios Profesionales recogen la carrera natural por puesto, tanto a nivel vertical como horizontal, y permiten a las personas conocer las opciones de carrera que tienen desde sus puestos actuales. Partiendo de la posición actual, e indicando a qué tipo de puesto y área les gustaría aspirar, el aplicativo arroja los tres caminos más cortos para alcanzar el objetivo, facilitando las funciones, requisitos de acceso, puestos de origen y destino y requerimientos formativos de cada etapa del itinerario, para así ir enfocando la autoformación en esa línea. En el 2015 se implementan las carreras comerciales y de análisis de crédito, y en el 2016 se completarán con el resto de carreras profesionales.

Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

**El capital humano**

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

### Empleados que han recibido capacitación sobre la prevención Blanqueo Capitales<sup>1</sup> (G4-SO4)

	Galicia, Asturias y León	España	Extranjero	Total (%)
Alta dirección	9	2	0	92%
Dirección	40	4	1	74%
Mandos intermedios	791	92	10	91%
Técnicos	2.411	434	53	92%
<b>Total</b>	<b>3.251</b>	<b>532</b>	<b>64</b>	<b>91%</b>

Alcance: ABANCA

#### Programas de ayuda a la transición en el final de la carrera profesional

A cierre de 2015, y desde su aprobación en enero de 2013, ABANCA ha llevado a cabo prácticamente el 90% de las salidas previstas en el Procedimiento de Regulación de Empleo (PRE) 32/2013, si bien en el ejercicio 2015 se han limitado a las medidas de acogimiento voluntario establecidas en el mismo (189 solicitudes aceptadas), previéndose indemnizaciones más favorables para las personas de mayor edad, que pueden incluir el pago del Convenio Especial con la Seguridad Social hasta la edad pactada.

Además, ABANCA tiene contratado con dos proveedores un servicio voluntario de recolocación externa (*outplacement*) de doce meses de duración, a favor de las personas afectadas por la medida de extinción de la relación laboral como consecuencia de la

aplicación del Expediente de Regulación de Empleo en vigor. El programa incluye capacitación para la reinserción laboral, orientación profesional y prospección activa del mercado laboral. Hasta la fecha, 233 personas se han beneficiado del servicio, de las cuales 68 han conseguido recolocarse gracias al programa.

Hasta la fecha,

**233** personas se han beneficiado del servicio voluntario de recolocación externa, de las cuales

**68** han conseguido recolocarse gracias al programa

<sup>1</sup> Datos totales acumulados a fecha 31/12/2015.

- Ser clientecéntricos
- Diseñar soluciones
- Empresarios y emprendedores
- Calidad de servicio
- Extender la responsabilidad
- Medioambiente
- El capital humano**

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

### Evaluación del desempeño

G4-LA11

La evaluación del desempeño forma parte de la cultura corporativa de ABANCA y es la herramienta fundamental para que todos los profesionales identifiquen su nivel de contribución a la organización y sepan cómo pueden mejorarlo. Además, es la base para determinar los planes de desarrollo profesional y tiene impacto en la determinación de los planes de capacitación y en los sistemas de compensación, particularmente en el sistema de retribución variable de toda la plantilla.

El proceso consta de dos partes: evaluación de competencias y entrevista personal. Cada profesional es evaluado por su responsable jerárquico y se puede autoevaluar. Los directivos de la organización son evaluados, además, por sus colaboradores y por sus pares. Posteriormente, se realiza una entrevista personal con el responsable directo para analizar los resultados y fijar un plan de acción de desarrollo individual para el ejercicio siguiente. La totalidad de la plantilla participa en el proceso con excepción del personal que se encuentra de baja y nuevas contrataciones posteriores al proceso de evaluación.

Empleados que han recibido evaluación de desempeño (%)	2014		2015	
	T	M	H	T
Alta dirección	100%	100%	100%	100%
Dirección	98%	100%	98%	98%
Mandos intermedios	99%	99%	99%	99%
Técnicos	98%	98%	96%	97%
<b>Total</b>	<b>98%</b>	<b>98%</b>	<b>97%</b>	<b>97%</b>

### Cultura Corporativa y Gestión del Cambio

Desde el 2014 ABANCA cuenta con una gerencia de Cultura Corporativa y Gestión de Cambio en la dirección de Capital Humano.

Por un lado, gestiona la Cultura y el Clima organizativo mediante su análisis periódico y la implantación de planes de acción específicos para cada área. Por otro lado, apoya las áreas del banco en la gestión del cambio de sus proyectos estratégicos.

Ser clientecéntricos	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
Diseñar soluciones	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Empresarios y emprendedores	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Calidad de servicio	4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
Extender la responsabilidad	<b>5. NUEVA CULTURA</b>	10. ANEXOS
Medioambiente		
<b>El capital humano</b>		

En el año 2015 destacan 2 iniciativas:

- **“Huella ABANCA”**, programa que tiene por objetivo fomentar, reforzar los valores corporativos, la cultura de alto desempeño e incentivar el sentimiento de pertenencia a ABANCA. Consiste en la promoción de mensajes que generan en los trabajadores flexibilidad, enfoque en su cliente externo e interno, compromiso con la entidad y sus resultados, alerta y prevención de los riesgos que sus acciones suponen para la entidad y sus clientes.
- **“Reconocimiento ABANCA”**, con la implantación de una aplicación interna que permite realizar reconocimientos directos entre empleados que ejemplarizan los diferentes atributos del Profesional de Alto Desempeño ABANCA.

## Retribución y Compensación

G4-LA2, G4-EC3, G4-EC5

ABANCA ha implantado un modelo de retribución que reconoce adecuadamente la productividad y la contribución de sus profesionales a su cuenta de resultados y consta de dos bloques claramente diferenciados: la retribución fija y el Sistema de Retribución Variable caracterizado por ser:

- **Universal:** se aplica a todas las personas del banco, tanto de unidades de negocio como de servicios centrales.
- **Transparente:** funciona a través de métricas claras y que se pueden seguir por las herramientas de gestión.

- **Motivador:** posibilita obtener más del 100% del incentivo si se superan los objetivos fijados.
- **Sencillo:** contempla, por ejemplo, un máximo de diez métricas clave para la red minorista.

El salario base inicial para cualquier trabajador de la plantilla, independientemente de su sexo, es de 1,8 veces el Salario Mínimo Interprofesional, tal y como establece el Convenio Colectivo, aplicándose los incrementos establecidos en el convenio.

En cuanto al Sistema de Retribución Variable, este es aprobado anualmente por los órganos de gobierno para garantizar que la política de retribución del banco no limita la solidez de su base de capital y sea compatible tanto con la gestión eficaz de su riesgo como con sus intereses a largo plazo.

El sistema, aplicable a todo el Grupo ABANCA, establece un interruptor cuantitativo y otro cualitativo (la evaluación del desempeño) que permiten relacionar el Sistema de Retribución Variable con el resultado global. Con ello se garantiza que exista correspondencia entre el resultado obtenido por el banco y la retribución variable de las empleadas y empleados.

### Plan de Retribución Flexible (REFLEX)

El total de la plantilla se beneficia de un Plan de Retribución Flexible (REFLEX) que permite

Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

**El capital humano**

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

sustituir de forma voluntaria parte de la retribución por los productos y servicios que se ofrecen en esta iniciativa (seguro de salud, cheque guardería y formación en lengua inglesa). Contratando a través de este sistema se obtienen ventajas fiscales y precios más competitivos en los productos que se ofertan.

El Plan de Retribución Flexible ofrece la posibilidad de contratar un seguro de salud para el empleado y sus familiares. El 50% del coste de la prima correspondiente al empleado es asumido por el banco.

### Previsión Social – Planes de Pensiones

Los compromisos por pensiones de ABANCA están exteriorizados en su totalidad, la mayor parte instrumentados a través del Plan de Pensiones del Personal de ABANCA y, excepcionalmente, a través de pólizas de seguro complementarias. El Plan de Pensiones del personal de ABANCA está a su vez instrumentado en dos Fondos de Pensiones de sistema mixto, uno de ellos de aportación definida de jubilación y prestación definida para las contingencias de riesgo y el otro de prestación definida para las contingencias de



Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

**El capital humano**

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

jubilación y riesgo (invalidez y fallecimiento). En los sistemas de aportación definida de jubilación, la aportación del Banco se sitúa entre un 4 y un 5%, si bien en el ejercicio 2015 no se han realizado aportaciones para jubilación conforme a las medidas de ahorro establecidas en el ERE de ABANCA. Para el ejercicio 2016 se reanudarán las aportaciones para esta contingencia en un 50%, estimándose un coste de unos 8 millones de euros para la cobertura de los mismos.

Además, ABANCA cuenta con un seguro de accidentes para toda la plantilla y un seguro de vida y accidentes que cubre las contingencias de fallecimiento, de fallecimiento por accidente, e invalidez permanente y ab-

soluta de adscripción voluntaria, asumiendo la entidad el 50% del coste de su prima.

## Salud y Seguridad

G4-DMA, G4-LA5, G4-LA8

ABANCA dispone de un Comité de Seguridad y Salud compuesto por doce representantes de la empresa y doce representantes de los trabajadores. El Comité de Seguridad y Salud es el órgano paritario y colegiado de participación destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de empresa a nivel español en materia de prevención de riesgos. El Comité se reúne trimestralmente y siempre que lo solicite alguna de las representaciones en el mismo.

(G4-LA6)	2014		2015	
<b>Absentismo por accidentes</b>	<b>T</b>	<b>M</b>	<b>H</b>	<b>T</b>
nº jornadas perdidas (días)	1.381	686	382	1.068
nº accidentes	59	21	19	40
- con baja laboral	29	13	5	18
- <i>in itinere</i>	16	8	4	12
- sin baja laboral	30	8	14	22
- <i>in itinere</i>	7	2	3	5
<b>Absentismo por enfermedad común</b>	<b>T</b>	<b>M</b>	<b>H</b>	<b>T</b>
nº jornadas perdidas (días)	28.157	20.806	9.220	30.026
nº bajas	827	555	298	853
<b>Víctimas mortales relacionadas con trabajo</b>	<b>T</b>	<b>M</b>	<b>H</b>	<b>T</b>
nº de víctimas	0	0	0	0

Alcance: ABANCA

- Ser clientecéntricos
- Diseñar soluciones
- Empresarios y emprendedores
- Calidad de servicio
- Extender la responsabilidad
- Medioambiente
- El capital humano**

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

En el caso de España, está aprobado un cuadro de enfermedades profesionales en el sistema de la Seguridad Social y se establecen criterios para su notificación y registro según Real decreto 1299/2006. Para catalogar como profesional a una enfermedad es imprescindible que existan elementos básicos que la diferencien de una enfermedad común. En ABANCA, por el tipo de trabajo que se realiza, no constan catalogadas enfermedades profesionales.

Además del Convenio Colectivo, ABANCA cuenta con diversos acuerdos en materia de salud y seguridad que incluyen:

1. Facilitar equipos de protección personal.

2. Participación de representantes de los trabajadores en las inspecciones, auditorías e investigaciones de accidentes relacionados con la salud y la seguridad.
3. Formación en Prevención de Riesgos Laborales.
4. Mecanismos de reclamación de riesgos laborales.
5. Inspecciones periódicas.

ABANCA presenta un índice del 100% de reincorporación tras la baja de maternidad/paternidad, pero cabe destacar, por encima de todo, el alto porcentaje de empleados que conservan su puesto de trabajo pasados 12 meses tras su reincorporación (94,5%) tratándose siempre de bajas voluntarias.

(G4-LA3)	2014		2015	
	T	M	H	T
Derecho baja (nº empleados)	222	114	100	214
Derecho ejercido (%)	98,2%	100,0%	92,0%	96,3%
Reincorporaciones (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Reincorporaciones que conservaron su trabajo pasados 12 meses (%)	98,8%	94,9%	93,9%	94,5%

Alcance: ABANCA

Por último, y con el propósito de generar una cultura de seguridad común en toda la entidad, se ha diseñado el proyecto SO-FÍA cuyo objetivo es que el personal del banco disponga de los conocimientos necesarios para hacer frente, en caso necesario, a las situaciones que comprometan su seguridad.

El proyecto se compone de dos bloques: el primero dedicado a la seguridad en edificios singulares (servicios centrales, oficinas principales, almacenes, auditorios, etc.) y el segundo centrado en las oficinas.

Por lo que respecta a los edificios singulares, se han actualizado los planes de autoprotec-



Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

**El capital humano**

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**

- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

ción de los 24 inmuebles de este tipo con los que cuenta el banco. En estos documentos, disponibles para su consulta en cada edificio, se especifican las instrucciones que los profesionales deben seguir en caso de emergencia, los medios de seguridad existentes, los planos del edificio con las rutas de evacuación y otras cuestiones relacionadas. Además, el personal de 17 de estos centros ha recibido formación específica, y en 14 de ellos se han realizando simulacros de evacuación.

El proyecto también incluye la actualización de los planes de autoprotección de todas las oficinas y la información a su personal en materia de seguridad y protección. Como complemento, se creará una versión *online* de esta acción que se pondrá a disposición de toda la plantilla del banco.

## Política de igualdad y conciliación

G4-DMA, G4-15, G4-LA3

ABANCA promueve la diversidad y la igualdad de oportunidades desde la base del equipo técnico hasta la alta dirección de la compañía. En ese sentido dispone de un documento que tiene por objeto facilitar el asesoramiento, garantizar las medidas de apoyo y ampliar los derechos legales de las personas víctimas de violencia de género, así como sensibilizar a la totalidad de la plantilla en materia de violencia de género.

Asimismo, existe un catálogo de medidas de conciliación laboral que reconocen a las empleadas y empleados de ABANCA, y sin perjuicio de los derechos reconocidos por las disposiciones legales vigentes, derechos en los siguientes ámbitos: flexibilidad horaria, reducción de jornada, vacaciones, maternidad, paternidad, lactancia, cesión del permiso de maternidad y/o lactancia, trasla-

En el año 2015 el

**23%** del personal asistió a una sesión informativa presencial en materia de seguridad y protección

el **77%** restante lo hará durante el 2016



Ser clientecéntricos	1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
Diseñar soluciones	2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
Empresarios y emprendedores	3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
Calidad de servicio	4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
Extender la responsabilidad	<b>5. NUEVA CULTURA</b>	10. ANEXOS
Medioambiente		
<b>El capital humano</b>		

dos, permisos retribuidos, permisos no retribuidos y excedencias.

Durante el 2015 la entidad ha venido negociando con la representación legal de la plantilla (RLT) un Plan de Igualdad de Oportunidades con un ámbito temporal de cinco años, plan que ha sido finalmente firmado con la mayoría de la RLT en enero de 2016.

Este Plan de Igualdad nace con el objetivo de avanzar hacia la consecución de una igualdad real de trato y oportunidades entre las mujeres y los hombres que forman ABANCA, constituyendo el mismo un conjunto ordenado de medidas tendentes a alcanzar dicha igualdad y a eliminar las posibles discriminaciones y desigualdades que puedan existir por razón de sexo.

El Plan de Igualdad se estructura en diez actuaciones (1. Formación en género, 2. Selección y Contratación, 3. Formación profesional, 4. Promoción profesional, 5. Retribución, 6. Conciliación de la vida personal, familiar y laboral, 7. Lenguaje y publicidad, 8. Prevención de Riesgos Laborales con perspectiva de género, 9. Prevención del Acoso moral, acoso sexual y acoso por razón de sexo y 10. Violencia de Género), cada una con un objetivo específico y con una serie de actuaciones concretas a realizar, que se llevarán a cabo en ABANCA durante el periodo de vigencia del Plan y que serán objeto de revisión por parte de la Comisión de Igualdad de Oportunidades y Acoso sexual.

## Oportunidad al talento

El programa Experiencia ABANCA está enfocado a atraer el talento de las universidades de Galicia, León y Asturias, facilitando la incorporación al mercado laboral a un total de 127 recién licenciados. A través de un proceso de selección transparente y profesionalizado que ha incluido dinámicas de grupo y entrevistas personales, ABANCA contribuye a facilitar el tránsito entre la etapa académica y el inicio de la carrera profesional.

Experiencia ABANCA seleccionó candidaturas entre las personas recién tituladas de ADE, Empresariales, Económicas, Ciencias Políticas o Derecho de las universidades de Santiago de Compostela, A Coruña, Vigo, León y Asturias, así como de la Escuela de Negocios Afundación. También se han seleccionado alumnos de programas de postgrado de la Escuela de Finanzas de A Coruña, de los másteres en Banca y Finanzas de la Universidad de Santiago y la Universidad de Vigo o del MBA de la Escuela de Negocios Afundación.

Los jóvenes escogidos se incorporaron a la entidad con todas las garantías laborales a través de un contrato en prácticas de entre seis y siete meses, remunerado y a tiempo completo. Todos los seleccionados tienen la opción de desarrollar sus aptitudes y poner en práctica los conocimientos teóricos asimilados durante su formación, así como conocer un entorno laboral real y perfilar una

Ser clientecéntricos

Diseñar soluciones

Empresarios y emprendedores

Calidad de servicio

Extender la responsabilidad

Medioambiente

**El capital humano**

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA**
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

orientación profesional. Además, podrán aportar una nueva visión a los profesionales de ABANCA, transmitiendo oportunidades de mejora según su experiencia.

ABANCA completó la formación de los candidatos seleccionados con un curso teórico-práctico de introducción que incluye conocimientos específicos en productos financieros, conocimiento del negocio, protocolos comerciales, cumplimiento normativo o herramientas de trabajo. Una vez completado este curso, el banco siguió apostando por su formación y la asimilación progresiva de conocimientos, gracias a cursos específicos de seguridad en oficinas, gestión de efectivo, prevención de blanqueo

de capitales o seguros. También se organizaron talleres formativos para ampliar conocimientos en tarjetas, banca electrónica, pasivo y seguros.

La experiencia profesional de los recién licenciados durante estos seis o siete meses estuvo, en todo momento, tutelada por profesionales de la entidad financiera.

Al finalizar su primer ciclo, se hace una evaluación del rendimiento de cada persona, informando a cada una de sus fortalezas y áreas de mejora profesional, con la opción de ampliar contrato en los casos en que la experiencia ha sido satisfactoria para ambas partes.







# 6

## RSC, LA ESENCIA DEL MODELO DE ACTIVIDAD

Obra Social ABANCA  
Afundación





- |                       |                                |
|-----------------------|--------------------------------|
| 1. PRESENTACIÓN       | <b>6. RSC, LA ESENCIA</b>      |
| 2. UN NUEVO BANCO     | 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA      |
| 3. PRINCIPALES LÍNEAS | 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO   |
| 4. MODELO DE NEGOCIO  | 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015 |
| 5. NUEVA CULTURA      | 10. ANEXOS                     |



G4-DMA

La misión de la Responsabilidad Social Corporativa y Comunicación de ABANCA es integrar en la gestión de la entidad los elementos de dirección necesarios para implementar un modelo de empresa ciudadana responsable que contribuya a un desarrollo sostenible, que satisfaga las expectativas de sus grupos de interés y comunique interna y externamente de manera transparente las posibilidades reales de acompañamiento y apoyo a las necesidades de la sociedad en coordinación con Afundación. Al mismo tiempo, centraliza toda la conexión con los medios de comunicación y redes sociales, así como las relaciones del banco con las distintas instituciones y organizaciones de diferente índole.

El objetivo del proyecto de RSC es posicionar a ABANCA como referente en el sector financiero en el noroeste de España, líder en eficiencia, transparencia, reputación y compromiso social, contribuyendo a mejorar la sociedad gallega dentro y fuera de Galicia, y la española en general, fomentando su desarrollo integral.

ABANCA comprende la RSC como el conjunto de acciones voluntarias que, trascendiendo las exigencias de cumplimiento normativo, se encaminan a mejorar la relación de la entidad con sus grupos de interés a través del fomento de vías de diálogo y transparencia, con el objetivo de valorar y gestionar adecuadamente los impactos sociales y ambientales de la actividad.

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

- ← Obra Social ABANCA
- 
- Afundación
- 

Para ello se ha diseñado una nueva estrategia de Responsabilidad Social Corporativa apoyada en dos grandes ejes de actuación.

En primer lugar, **Obra Social ABANCA** cuenta con su propio programa de Responsabilidad Social Corporativa orientado hacia la puesta en marcha de programas de fomento de la cultura, difusión del conocimiento, promoción del deporte de base y otras acciones de desarrollo social.

Al mismo tiempo, se ha suscrito un acuerdo con la Fundación Galicia Obra Social, en adelante **Afundación**, entidad de carácter privado declarada de interés gallego, heredera de la obra social de las antiguas cajas de ahorro gallegas, para dar continuidad y hacer sostenible su actividad a largo plazo.

En su nueva etapa, Afundación es una parte importante de la actividad de Responsabilidad Social Corporativa de ABANCA.

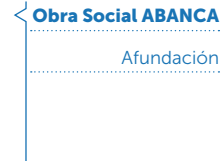
ABANCA en la actualidad es mecenas único de la fundación tras la firma en 2015 de un convenio a través del cual ha comprometido una aportación anual de cinco millones de euros, durante los primeros tres años, tras la cual destinará el 3% de sus beneficios anuales netos, con un mínimo garantizado de cinco millones de euros, en los 27 años restantes.

Desde la presidencia de su patronato, ABANCA promueve, además, la modernización y profesionalización del modelo de gestión de Afundación como requisito esencial para el cumplimiento de su misión en los ámbitos del conocimiento, el envejecimiento activo y el fomento de la educación superior y el desarrollo personal y social a través de la cultura.





1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS



## OBRA SOCIAL ABANCA

G4-EC8, G4-SO1

### Para nuestros empleados

#### Creación del Código Ético y de Conducta

El Código Ético y de Conducta de ABANCA constituye una guía de obligado cumplimiento que recoge las normas de actuación a las que está sujeta la plantilla de la entidad en el desarrollo de su labor profesional en relación con los clientes, proveedores y demás colectivos vinculados a su actividad.

#### Voluntariado Corporativo

G4-EC8

En el año 2015 se ha puesto en marcha el Plan de Voluntariado Corporativo de ABANCA, una iniciativa, coordinada por el departamento de Responsabilidad Social Corporativa, que nace con el objetivo de que todos los empleados y jubilados de la entidad puedan participar en actividades solidarias. La puesta en marcha de este Plan se enmarca dentro de las acciones sociales, tanto internas como externas, que se están desarrollando con el objetivo de mostrar el apoyo y compromiso de ABANCA con los problemas de la comunidad.

El Plan de Voluntariado Corporativo de ABANCA arrancó en mayo con tres actividades para ayudar en distintos comedores

sociales de A Coruña, Ourense y Vigo. Y con la programación de una actividad de conservación de ecosistemas.

Posteriormente, se puso en marcha, de manera conjunta con el Centro de Transfusión de Galicia (CTG), una campaña de donación de sangre en las ciudades de A Coruña, Ferrol, Lugo, Ourense, Pontevedra, Santiago y Vigo. La acción fue especialmente diseñada para que pudiera participar el mayor número de empleados.

Asimismo, Obra Social ABANCA colaboró por segundo año consecutivo con la Cruz Roja en la campaña "Hay muchos juguetes. Una manera de ayudar" con la que se recogieron juguetes para los niños, niñas y adolescentes gallegos en situación más vulnerable, en seis locales situados en A Coruña, Santiago, Lugo, Pontevedra, Vigo y Ourense. Compañeros de ABANCA colaboraron como voluntarios donando juguetes y participando activamente en la recogida y entrega de los mismos.

Durante la Navidad se puso en marcha una iniciativa de recogida de productos para los Bancos de alimentos de A Coruña, Santiago, Lugo, Pontevedra, Vigo, León y Madrid. Durante la acción, voluntarios de ABANCA trabajaron activamente antes, durante y después de cada recogida de alimentos garantizando el éxito de una acción con la que se consiguieron 4.855 kilos de productos.

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

## Para nuestros clientes

ABANCA no realiza desahucios y facilita viviendas para alquiler sociales

G4-DMA, G4-EC7, G4-SO2

ABANCA ha puesto en marcha diferentes medidas para reforzar la protección de los deudores hipotecarios de la entidad en situación de especial vulnerabilidad. Estas medidas, impulsadas desde la dirección general de Responsabilidad Social Corporativa en colaboración con otras áreas, tienen por objetivo resolver los casos especialmente sensibles desde el punto de vista social, proporcionando una solución viable que compatibilice los elementos económicos, financieros y patrimoniales de cualquier reestructuración con los aspectos de carácter social derivados de la situación de los deudores.

La primera de estas medidas tuvo lugar en el año 2012 con la adhesión voluntaria al Código de Buenas Prácticas para la reestructuración viable de las deudas, puesto en marcha por la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa.

Además, desde 2013 la entidad cuenta con diversos protocolos de colaboración municipales y autonómicos para el establecimiento de un Sistema de Intermediación en Materia Hipotecaria. Algunos casos destacables son el de la Xunta de Galicia (Reconduce), la Generalitat de Catalunya (Ofideute), o el Ayuntamiento de Madrid.

En 2015, nuevamente la entidad se adhirió de forma voluntaria a la ampliación, en favor del deudor, de los supuestos en los que este puede acogerse a las condiciones establecidas en el Código de Buenas Prácticas. Esta modificación, recogida en el Real Decreto Ley 1/2015, de 27 de febrero, entró en vigor el 1 de marzo de 2015. Adicionalmente, por iniciativa propia y en base a la experiencia previa, se decidió flexibilizar dichos criterios para que, aunque no se cumplan estrictamente, se le puedan aplicar al deudor hipotecario las medidas de reestructuración de deuda recogidas en el Código en determinados casos en los que resulte posible y conveniente para la resolución de su caso. Además, también como iniciativa propia, se amplió el número de supuestos que se consideran como de especial vulnerabilidad.

Al margen de estas cuestiones, ABANCA aplica otras medidas en el terreno de la protección de deudores hipotecarios. En cumplimiento de la normativa vigente no se realizan lanzamientos cuando el proceso de ejecución hipotecaria afecta a la vivienda habitual de aquellas personas en situaciones de especial vulnerabilidad.

Así mismo, se aportaron al Fondo Social de Viviendas 200 inmuebles distribuidos por el conjunto del territorio nacional para acoger, en régimen de alquiler social, a personas en situación de vulnerabilidad social. Los requisitos de acceso, así como los procedimientos de admisión y formalización de arrendamientos, se ajustan al convenio para

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

**Obra Social ABANCA**

Afundación

la creación del Fondo Social de Viviendas impulsado por el Gobierno de España, al que se sumó ABANCA junto a los principales representantes del sector financiero y social del país.

En 2015 también se suscribió con el Instituto Galego de Vivenda e Solo, en representación de la Xunta de Galicia, un acuerdo para facilitar la permanencia en la vivienda de personas afectadas por ejecuciones hipotecarias y para la cesión de viviendas vacías, con el objeto de destinarlas a la protección de los deudores hipotecarios afectados por desahucios por impago de rentas, y otras políticas sociales en materia de vivienda.

De acuerdo con dicho acuerdo, ABANCA cedió por un periodo de 3 años 100 viviendas vacías para que el IGVS las dedique a alquiler social. ABANCA recibirá una contraprestación fija, muy reducida en relación al precio de mercado, por parte del IGVS.

Por último, los Órganos de Gobierno de la entidad han acordado la incorporación a la estructura vigente de comisiones y comités del denominado Comité Situaciones Especial Vulnerabilidad, que tendrá competencias de evaluación y sanción de planteamientos en los que los deudores sean calificados como en situación de especial vulnerabilidad. Presidido desde Responsabilidad Social Corporativa, incorporará la valoración de diferentes ópticas de la entidad, tanto del ámbito de la recuperación (en sus diferentes fases) y la gestión inmobiliaria como del ámbito del

análisis de riesgos, el control, la asesoría jurídica y la comunicación corporativa.

Dicho comité tendrá competencias tanto en el área de sanción de operaciones de reestructuración como de compra o dación de activos en pago de deuda, así como aplicaciones de quitas asociadas a las mismas. También podrá sancionar la concesión de alquileres, tanto en la propia vivienda del anterior propietario como en viviendas que ABANCA haya puesto a disposición del Fondo Social de Viviendas.

ABANCA renegoció en 2015 las condiciones de las hipotecas de más de 10.000 familias en dificultades económicas para ajustarlas a su capacidad de pago, evitando ejecuciones hipotecarias y desahucios en primeras viviendas. Además, ha tratado 80 casos considerados de especial vulnerabilidad, asumiendo un importe total de casi 2 millones de euros en quitas y concediendo un total de 53 alquileres sociales (excluidas las 100 viviendas cedidas en el acuerdo con el IGVS) con un diferencial de más de 110.000 € anuales en rentas de alquiler respecto a los precios de mercado.

**ABANCA renegoció, en 2015, las condiciones de las hipotecas a**

más de **10.000** familias

1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

## Para la sociedad

Instituto de Educación Superior Intercontinental de la Empresa G4-EC7

En 2015 se ha desarrollado el proceso de planificación del Instituto de Educación Superior Intercontinental de la Empresa en combinación y como refuerzo de la Escuela de Negocios Afundación.

El proyecto es una decidida apuesta de ABANCA por la creación de una institución privada de educación superior, de servicio público, con fuerte orientación internacional y especializada en el amplio ámbito de la empresa con una variada oferta interdisciplinar.

Sus características más importantes son:

- Modelo único en Europa por cuanto será la primera institución de educación superior convencional y corporativa al mismo tiempo.
- Internacionalización en todas las dimensiones: contenidos, profesores, estudiantes y alianzas estratégicas con instituciones de diferentes ámbitos, especialmente universidades de Europa, Estados Unidos, Canadá y América Latina: campus multilingüe y multinacional.
- Alta especialización, con prioridad en la formación de postgrado en todos los ámbitos de la empresa, la ciencia y la tecnología aplicada a la empresa y el emprendimiento y la innovación de procesos.



1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

- Un nuevo modelo administrativo-académico innovador y vanguardista adaptado a la legislación española, sincronizado con Bolonia en el ámbito europeo y con el proceso de educación presencial y a distancia de Estados Unidos, cuyo centro será la empresa y todas sus múltiples combinaciones.
  - Fuerte vinculación y cooperación con las empresas y las universidades públicas gallegas, con la posibilidad de desarrollar programas conjuntos y sin entrar en competencia.
  - Modelo basado en la excelencia y en la generación de conocimiento, no en el estatus socioeconómico: una formación de élite para todos los extractos sociales que permite el acceso a estudiantes sin capacidad económica, pero académicamente excelentes, con un elevado número de becas de trabajo y créditos educativos y con tarifas no superiores a la media de instituciones educativas comparables.
  - Campus Virtual vanguardista y nueva sede cedida por ABANCA y Afundación en las ciudades de A Coruña, Pontevedra y Vigo que contará con su propia residencia de estudiantes.
  - Aprovechamiento del buen hacer de la Escuela de Negocios Afundación, que se integra en el instituto como una escuela de la misma, pero manteniendo su identidad.
  - La dirección con criterios empresariales permitirá al instituto agilizar y flexibilizar su gestión eficiente para hacerla sostenible y posibilitar la inversión constante en la mejora de la calidad.
- Nace como un proyecto de Responsabilidad Social Corporativa de ABANCA orientado a la creación de valor económico, social y cultural para Galicia y justificado, entre otros aspectos, en la falta en el noroeste de España de una institución especializada en la empresa y con vocación internacional.



1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

## Palabras para Galicia

Es un espacio para el conocimiento y el intercambio de ideas que permitirá conocer las experiencias y el pensamiento de grandes personalidades cuyas trayectorias vitales pueden ayudar a proponer soluciones innovadoras a los problemas que afectan a la sociedad.

### *Kailash Satyarthi, Premio Nobel de la Paz 2014*

Palabras para Galicia contó, en su primera edición, con la presencia del premio Nobel de la Paz 2014, Kailash Satyarthi, que realizó una visita institucional a Galicia los días 7 y 8 de mayo para participar en varias actividades organizadas por ABANCA. Con su presencia se buscó promover el debate en la sociedad gallega, el sector privado y el tercer sector, sobre el papel de la educación en el futuro de los jóvenes y la importancia de los principios éticos para lograr una sociedad más responsable y justa.

El momento central de su visita tuvo lugar en la tarde del 7 de mayo, en el Palacio de Congresos de A Coruña, donde el Nobel de la Paz pronunció una conferencia abierta al público y de carácter gratuito. Durante su ponencia, "Educación para una sociedad sostenible: Construyendo alianzas innovadoras", desarrolló diferentes aspectos como la importancia de escuchar y apoyar a los niños y jóvenes gallegos, ya que serán los líderes del mañana; su experiencia vital contra la utilización de niñas y niños para trabajos

que no les corresponden; y la necesidad de avanzar en la construcción de una sociedad más responsable.



El acto contó con la actuación especial del Coro de Manos Blancas ABANCA ReSuena, formado por las niñas y niños del Colegio de Sordos de Nuestra Señora del Rosario y en el que se han integrado niños con diferentes problemáticas como el síndrome de Down, el autismo o la sordera, los coros de la Orquesta Sinfónica de Galicia y Carlos Núñez.

Además, durante su estancia en Galicia, Kailash Satyarthi tuvo la oportunidad de escuchar a representantes sociales, políticos y empresariales, así como conocer la situación de las oportunidades de formación y laborales de la juventud gallega.

Su estancia en Galicia finalizó en el IES Rosalía de Castro de Santiago de Compostela. Allí, más de 300 jóvenes participaron en un encuentro con el Premio Nobel en el que

1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

podieron realizarle preguntas sobre su experiencia en la lucha por la defensa de los niños y jóvenes en su país de origen o el papel de la educación en la sociedad, entre otras muchas cuestiones. En este sentido, Kailash Satyarthi es todo un ejemplo ya que ha dedicado su vida a luchar por el desarrollo de la ética en los negocios y el impulso de medidas de protección del trabajo infantil.

### *¿Qué quieres hacer con tu vida?*

El banco se fijó como objetivo promover el debate sobre la importancia de la educación y el emprendimiento en el futuro de los jóvenes y la construcción de una sociedad más igualitaria. En ese sentido, y dentro del proyecto Palabras para Galicia, ABANCA impulsó una caravana de jóvenes del movimiento social Global Shapers que recorrió, a lo largo del mes de junio, treinta ciudades españolas para conocer la situación y las inquietudes de este colectivo y promover el emprendimiento.

Los jóvenes de la caravana “¿Qué quieres hacer con tu vida?” desarrollaron sus primeras actividades en Vigo los días 5, 6 y 7 de junio. A partir de ahí recorrieron toda España para preguntarles a otros jóvenes, de entre 20 y 30 años, cuáles son sus sueños para el futuro y cuáles son los obstáculos a los que se enfrentan para desarrollar sus proyectos personales y profesionales en sus respectivas localidades.

La ruta de este proyecto recorrió, hasta el 2 de julio, más de 5.000 kilómetros e hizo especial hincapié en las ciudades gallegas

de Vigo, Pontevedra, Santiago, A Coruña, Lugo y Ourense, las leonesas de Ponferrada y León, y las asturianas de Oviedo y Gijón; aunque también visitó Santander, San Sebastián, Pamplona, Zaragoza, Barcelona, Valencia, Albacete, Ciudad Real, Córdoba, Sevilla, Cáceres, Salamanca, Valladolid y Madrid.



La iniciativa incluyó una investigación empírica de carácter nacional basada en sesenta entrevistas en profundidad que se realizaron de forma aleatoria y cuyo objetivo era descubrir cuáles son las inquietudes y dificultades de los jóvenes a la hora de desarrollarse en el ámbito laboral. Once ideas breves perfilan la generación entre los 20 y 30 años:

- “No todos los jóvenes son iguales”. En esta década se encuentran singularidades significativas según es resuelta por el joven la tensión entre dos polos: “su propio impulso vital, su deseo” y “lo que de ellos se espera”.

1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

- Buscan el pacto, el acuerdo, haciéndose virtuosos en la capacidad de integrar posiciones opuestas.
- Respetan y ponen en valor sus propios talentos, fortaleciéndolos en su vida personal y en su ocupación laboral.
- Proyectan su futuro personal más positivamente que el futuro de su generación. La imagen pública de “generación perdida”, “ninis” o “inmaduros” es una construcción que contraviene el relato que hacen de sí mismos.
- En esta década el joven no encaja bien con la idea de “parado o inactivo”. Realizan tareas –si aún no han encontrado una actividad laboral– que les permiten una semi-dependencia económica.
- Son jóvenes que no muestran especial inclinación a querer salir del país al encuentro de sus oportunidades, siendo este deseo claramente más acusado entre quienes están en situaciones laborales poco satisfactorias.
- Expresan con claridad la necesidad de recrear el modelo educativo al que se han visto abocados, considerando que no les facilita descubrir y activar sus principales talentos. Se muestran decepcionados con el mundo docente universitario, donde les resulta complicado encontrar referentes admirables.
- Identifican y conversan apasionadamente sobre las cuatro áreas que constituyen los contenidos esenciales de su vida: su familia (origen), su educación (etapas de aprendizaje), su ocupación laboral (vocación, profesión, ocio) y sus relaciones (amigos, pareja y comunidad).
- Reconocen mayoritariamente a sus progenitores como impulso, si bien señalan la principal asignatura pendiente de sus padres: “ayudarme a descubrir qué quiero hacer con mi vida”.
- Celebran su vida con sus congéneres, los amigos son su principal tesoro. Con ellos crean, conviven, se nutren, confrontan sus deseos, consolidando el VALOR DE LA AMISTAD: “donde hay un amigo, hay un puerto”.
- Si bien la amistad la consideran imprescindible, también reconocen lo importante que es en su vida la pareja y, en menor medida, la crianza de los hijos.
- Adicionalmente, se habilitó un espacio web (<http://quequiereshacercontuvida.com>), donde todos los jóvenes pudieron aportar sus testimonios personales.

Difusión de la cultura a través  
de la Colección de Arte ABANCA  
G4-EC7

La Colección ABANCA conforma un extraordinario patrimonio artístico y cultural que la convierte en la iniciativa artística corporativa más importante de Galicia, y una de las más importantes de España. Desde su origen, esta colección fue diseñada con unos parámetros de actuación definidos: fusionar el mundo empresarial y artístico con espíritu de mecenazgo, con dimensión de profesionalidad y con vocación pedagógica. Así, la conservación de estos fondos se ha



- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA

- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

desarrollado siempre bajo los criterios y las condiciones más rigurosas, ya que desde su origen la colección se planteó con una clara vocación de permanencia, de conocimiento y divulgación pública. En el conjunto hay que distinguir dos tipos de fondos:

- La Colección Bibliográfica, integrada por 3.199 registros (3.632 volúmenes), divididos en 69 incunables, 10 facsímiles, 487 obras de economía y otras disciplinas, 247 autógrafos y 2.350 obras históricas de los siglos XVI al XX. Con una gran variedad te-

mática en una interpretación humanista de la cultura, esta colección bibliográfica tiene en sí misma un especial valor como legado cultural para las generaciones del futuro y es Bien de Interés Cultural (BIC) desde el pasado 7 de septiembre, reconociéndose así el valor histórico y documental de esta colección.

Desde noviembre de 2013, y a través de un comodato, el fondo bibliográfico y documental enriquece el catálogo de publicaciones de la Biblioteca de Galicia. De



1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

esta forma, se cumple uno de los objetivos fundamentales dentro de la política de responsabilidad social: compartir el amplio patrimonio artístico con la sociedad, ya que puede ser consultado por investigadores y público en general.

Además, los documentos pueden consultarse a través de Internet a medida que se van digitalizando y ocupando un espacio específico y relevante dentro de la biblioteca digital de Galicia.

- La **Colección Artística** está integrada por 1.350 obras entre pinturas, esculturas, fotografías, grabados, dibujos e instalaciones pertenecientes a 239 artistas, tanto españoles como internacionales, todas ellas unidas por un eje vertebrador que es el arte moderno y contemporáneo.

Tiene sus orígenes en Galicia en la década de los años setenta. En una primera etapa prestó especial atención al trabajo de los artistas gallegos, lo que le ha permitido contar ahora con un conjunto de nombres y obras que simbolizan trayectorias y etapas de la historia artística de Galicia como Castelao, Laxeiro, Luís Seoane, Urbano Lugrís, Leopoldo Nóvoa o Francisco Leiro.

En una segunda fase, la colección se ha ido completando con obras de artistas de reconocido prestigio nacional e internacional, como pueden ser Picasso, Léger, Miró, Dalí, Braque, Millares, Chillida, Tàpies, Juan Muñoz o Barceló, entre otros.

El resultado es un conjunto de gran interés artístico para conocer la evolución y los movimientos que han definido la historia del arte del siglo XX y que el pasado 8 de octubre de 2015 fue declarado Bien de Interés Cultural (BIC).

Como ejemplo de su vocación de difusión y promoción de la cultura y el arte, ABANCA Obra Social llevó a cabo en 2015 un total de siete exposiciones:

#### *O berce do libro*

Del 16 de febrero al 31 de marzo en la Biblioteca de la Cidade da Cultura.

Gran exposición de los 66 volúmenes de incunables ABANCA realizados en los principales centros impresores del siglo XV.

La calidad y variedad de las publicaciones de ABANCA ofreció una visión muy interesante y completa del trabajo realizado en los principales centros impresores de esa primera etapa de la imprenta, como Venecia, las ciudades alemanas de Maguncia y Núremberg o la española de Sevilla.

La colección es lo suficientemente amplia para permitir conocer las diferentes características y tendencias que definieron los primeros libros publicados con la nueva técnica: las tipografías, los estilos de las ilustraciones, las marcas de agua de los impresores y editores o el tratamiento de las iniciales, elementos muy cuidados en todos los volúmenes que convierten estos documentos en auténticas joyas de artesanía.

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

← **Obra Social ABANCA**

Afundación

Entre las publicaciones se encontraban ejemplares de gran valor, algunos de ellos únicos en España, por lo que esta exposición brindó a todos los que se definen como amantes del libro y de la lectura una oportunidad extraordinaria para acercarse a un periodo apasionante.

*Picasso e o seu mestre na Coruña*  
**Isidoro Brocos**

Del 16 de febrero al 13 de junio en la Sede Afundación de A Coruña.

La exposición ha sido una iniciativa con la que ABANCA se sumó a la conmemoración del 120 aniversario de la primera exposición realizada por Pablo Picasso en la ciudad de A Coruña.

La muestra, organizada por Obra Social ABANCA en colaboración con el Concello de A Coruña y Afundación, reflejó la influencia que ejerció en la obra y trayectoria del artista malagueño uno de sus más admirados maestros durante la etapa que vivió en A Coruña, Isidoro Brocos.

La exposición se diseñó a partir de una selección de los fondos que forman parte de la Colección de Arte de ABANCA, que incluye la mayor colección de dibujos y estudios de academia de Brocos, así como cinco obras de Pablo Picasso, entre ellas *Escena popular gallega*, realizada en 1895 en A Coruña y en la que se puede apreciar la relación entre la obra del joven alumno y la de su maestro.



- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

Isidoro Brocos es uno de los artistas gallegos que mejor simbolizan el cambio de las estructuras del arte entre el siglo XIX y XX. Representa en el arte gallego todo un modelo del individuo moderno, tanto en sus ideales como en su sentimiento estético.

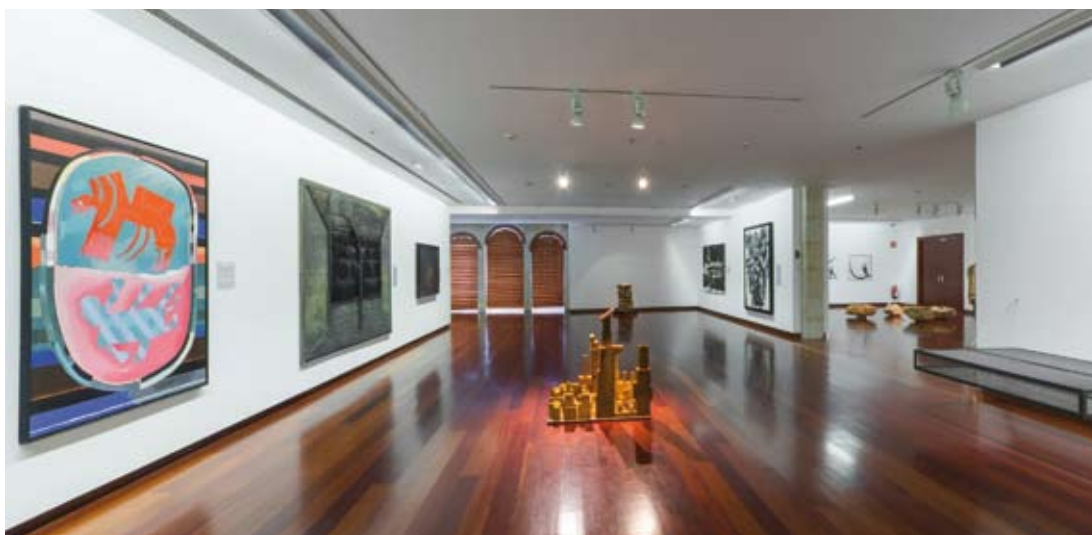
Forman parte de la muestra cinco obras de Picasso que forman parte de la Colección de Arte de ABANCA, contextualizándolas dentro de sus diferentes momentos cronológicos. Junto con *Escena popular gallega* se pudieron contemplar *Quatre femmes* (1901), *Paquet de tabac et verre* (1922), *Profil à la fenêtre* (1934) y *Le peintre et son modèle I* (1963). Completaron la muestra piezas cerámicas, dibujos y material documental vinculado a Picasso cedido para la ocasión por la Fundación Pública Gallega Camilo José Cela.

*Tradición, cambio e innovación*

Del 27 de julio al 31 de enero en la Sede Afundación de Vigo.

ABANCA reunió en esta muestra un centenar de creaciones de artistas gallegos, españoles e internacionales que con su trabajo han definido el arte del siglo XX y han marcado los derroteros hacia los que se dirige en el momento actual.

En la exposición destacó la presencia de artistas clave en la historia del arte universal, como Dalí, Georges Braque o Joan Miró, entre otros. Junto a ellos destacan las figuras más relevantes del arte gallego desde principios del siglo XX hasta la actualidad: Castelao, Souto, Seoane, Díaz Pardo, Leiro, Manuel Vilariño o Vari Caramés. En este colectivo ocupan un lugar destacado las cuatro



1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

< **Obra Social ABANCA**

Afundación

*Recolectoras* de Francisco Leiro, concebidas por el escultor de Cambados como un homenaje a todas aquellas personas que trabajaron para recuperar la costa gallega tras el hundimiento del Prestige.

El viaje por la historia del arte del siglo XX a través de la Colección de Arte ABANCA finalizaba con Antonio Murado y Pamen Pereira, artistas gallegos que trabajan fuera de sus fronteras pero que representan indiscutiblemente a las nuevas generaciones.

Esta selección de obras maestras ofreció la oportunidad de conocer parte del valioso patrimonio artístico de la Colección ABANCA a todos sus visitantes.

#### ***Isidoro Brocos. Escultura y dibujo en la Colección ABANCA***

Del 15 de septiembre al 15 de enero en la Sede Afundación de Ferrol.

Isidoro Brocos (1841-1914) es una figura singular en la vida cultural gallega en un momento histórico fundamental de la historia moderna gallega: el *Rexurdimento*.

En su carrera ocupa un lugar especial el hecho de haber sido maestro del joven Pablo Picasso durante su estancia en A Coruña, donde recibió clases de Modelado de Adorno y Vaciado en el Instituto Eusebio da Guarda en A Coruña. Ese hecho ha eclipsado quizás su no menos importante reconocimiento como artista; tal y como avalan su considerable producción y diversos galardos

nes, entre los que destacan su presencia en el Salón de París en 1879, la tercera medalla en la Exposición Nacional de Bellas Artes en Madrid en 1880 y su nombramiento como Académico de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando y de la Real Academia Gallega en 1905.

Si bien Isidoro Brocos es conocido principalmente por su labor escultórica, es en el dibujo donde el artista plasma algunos de sus más profundos ideales artísticos y estéticos. Esta exposición, presentada en la sede de Afundación en Ferrol, incluye la mayor serie de dibujos del artista. A través del centenar de obras que componen la muestra, se traza un recorrido concebido en varias secciones temáticas: dibujos de academia; historicismo y mitología; religiosidad; y la temática tan del gusto del *rexionalismo*.

Una mención especial merecen los cuadernos de viajes de Brocos. Con el fin de que el público que visitó la muestra pudiese disfrutar de estos dibujos, se digitalizó este material para ofrecer la posibilidad de tener una correcta y amplia visión de los mismos.

#### ***Picasso y el cubismo en la Colección de Arte ABANCA***

Del 15 de octubre al 13 de diciembre en el Museo Thyssen-Bornemisza de Madrid

“Un pintor debe observar la naturaleza, pero nunca confundirla con la pintura. Sólo se la puede traducir en pintura mediante signos.”  
(Pablo Picasso)

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

La Colección de Arte ABANCA se fundó a mediados de los años noventa con el fin de preservar y difundir el patrimonio artístico gallego. Pronto, sin embargo, trascendió sus intenciones originales para convertirse en una antología del arte contemporáneo internacional. Ambas facetas, la gallega y la internacional, se conjugan en la presente muestra a través de cinco obras de Picasso, y de otros siete artistas que, o bien contribuyeron a la gestación del cubismo, o bien se vieron fuertemente influenciados por él.

Las cinco obras de Picasso abarcan toda su carrera artística. *Escena popular gallega* (1895) y *Quatre femmes* (1901), ejecutadas antes de

cumplirlosveinte años, evidencian a un Picasso cronista de su entorno y temprano maestro en el empleo de la línea. Esa misma línea se ha independizado en *Paquet de tabac et verre* (1922), para convertirse en signo arbitrario, capaz de componer un sencillo bodegón bidimensional. En *Profil à la fenêtre* (1934) es la propia figura de su amante, Marie-Thérèse Walter, la que ha sido metamorfoseada en un indefenso pájaro enjaulado. Cierra este grupo de obras la gran composición *Le Peintre et son modèle I* (1963), concebida a modo de reflexión sobre el mismo acto de pintar.

Junto a Picasso, figuran también otros destacados exponentes del cubismo. Georges



- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

← **Obra Social ABANCA**

Afundación

Braque, compañero del malagueño en la fundación del movimiento francés, está representado con una obra que sintetiza su constante preocupación por el espacio plástico, plano y profundo a la vez. Frente a su cubismo intuitivo, Juan Gris aportó a este estilo una aproximación más racional. Su concepción deductiva de la pintura se hace evidente tanto en su cuadro como en los de María Blanchard y Jean Metzinger. Fernand Léger, por su parte, extrajo del cubismo el fundamento de una pintura basada en el contraste de líneas, formas y colores.

La exposición se completa con dos obras de Julio González y Manuel Ángeles Ortiz,

próximos a Picasso en el periodo de entreguerras. González, compañero del pintor malagueño ya en la Barcelona modernista, lo inició en el oficio de la forja en hierro y a cambio recibió un profundo conocimiento de la plástica picassiana. Ángeles Ortiz, por último, compartió con Picasso la afición por el cante jondo, convirtiéndose –a decir de García Lorca– en su discípulo más querido y en su intermediario ante la colonia de artistas españoles residentes en París.

La exposición fue visitada por más de 40.000 personas durante su exhibición en el Museo Thyssen de Madrid.



- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

**Antonio Murado. Intimidada abstraída**

Del 10 de noviembre al 30 de enero de 2016 en la Sede Afundación de Lugo.

La muestra reunió los 103 cuadros que componen la obra más personal del artista lucense: *AM 34 x 24 Vol. I*, que forma parte de la Colección de Arte del banco.

El acto de inauguración contó con la presencia del propio Antonio Murado y del director de Responsabilidad Social Corporativa y Comunicación de ABANCA y presidente de Afundación, Miguel Ángel Escotet Rodríguez.

Antonio Murado (Lugo, 1964) es uno de los artistas gallegos con mayor proyección internacional de su generación. Formado en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Salamanca, obtuvo la beca “Manuel Colmeiro” de la Xunta de Galicia en 1987, la de Banesto en 1990 y la de Unión Fenosa que le permitió acceder a la “Cooper Union School” de Nueva York en 1996. En la actualidad vive y trabaja en Nueva York y su obra está presente en importantes colecciones públicas y privadas de reconocido prestigio.

El artista realiza una revisión de los temas que más le han interesado a lo largo de su trayectoria y que forman parte de su parti-





- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

← **Obra Social ABANCA**

Afundación

cular universo pictórico, como el paisaje, la historia, la memoria y la pintura. También se presenta un amplio catálogo de personas allegadas, junto a numerosas escenas que recogen sus recuerdos de infancia, por lo que el conjunto de lienzos se convierte en un verdadero testimonio autobiográfico materializado a través de la pintura.

La mayor novedad que presentan las obras de esta serie se encuentra en la incursión del artista en el campo del retrato, una dimensión poco conocida hasta el momento en su producción y que demuestra su interés por la constante innovación en el proceso creativo. En este caso, emplea la fotografía

como base para el trabajo sobre el lienzo y genera una realidad renovada, tan personal e íntima como insólita y original.

***A fronteira infinda. Os artistas galegos e a emigración***

Del 19 de noviembre al 30 de enero de 2016 en la Sede Afundación de A Coruña

La muestra "A fronteira infinda. Os artistas galegos e a emigración", realizada a partir de los ricos fondos de las colecciones ABANCA y Afundación, acerca el arte realizado por creadores gallegos fuera de Galicia, en América y Europa, a lo largo de buena parte del siglo XX.



1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

Es preciso recordar que la historia de Galicia está inevitablemente vinculada al hecho migratorio, ya que la salida de gallegos hacia el extranjero es una constante desde finales del siglo XIX, momento en que se agudiza el éxodo migratorio, que continuará a lo largo del siglo XX. En este contexto, el exilio motivado por la guerra civil adquiere una relevancia especial por las connotaciones políticas del hecho y por la magnitud sociocultural que va a tener, debido a las consecuencias inmediatas que produce en la cultura gallega a causa de la salida de personalidades de las artes y de las letras que tienen que vivir fuera del país durante un largo periodo.

El contenido de la muestra quiere incidir en la riqueza cultural del fenómeno migratorio atendiendo a tres núcleos: el primero, la presencia de la emigración en la obra de Castelao como tema social y cultural en la Galicia de las primeras décadas del siglo XX; el segundo, el constituido por los artistas exiliados en América tras la guerra civil; y el tercer núcleo incluye las nuevas generaciones formadas en la posguerra que protagonizan una nueva diáspora, esta vez dirigida hacia el centro del sistema cultural dominante, Madrid.

Con las obras seleccionadas se destaca la importante modificación que la diáspora tiene como factor decisivo en la evolución del arte de todos ellos.

### App Colección de arte ABANCA

Dentro del objetivo de divulgación y formación inherente a todas las acciones culturales de Obra Social ABANCA, se ha diseñado la *app* Colección de Arte para dispositivos móviles (*smartphones* y *tablets*) que utiliza la tecnología de reconocimiento de imágenes con realidad aumentada. La aplicación se puede descargar gratuitamente de Google Play o Apple Store y permite a todos los usuarios acceder a una breve descripción de la exposición o a la explicación de una obra; profundizar en la biografía del autor; consultar otras obras del mismo autor también presentes en la muestra; y compartir la visita en las redes sociales.

Asimismo, Obra Social ABANCA, en colaboración con el Servicio Educativo de Afundación, pone en marcha en los proyectos expositivos actividades formativas para todo tipo de público, tanto centros escolares como asociaciones, grupos u otros colectivos.

Concretamente, para los escolares Obra Social ABANCA organiza tres tipos de talleres



- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

← **Obra Social ABANCA**

---

Afundación

educativos adecuados a los ciclos formativos de educación infantil y primer ciclo de primaria, de segundo ciclo de primaria y primer ciclo de ESO y, por último, de segundo ciclo de ESO y bachillerato.

#### Desarrollo de valores a través del deporte base

ABANCA, con una aportación de tres millones de euros para los próximos cinco años, se convirtió en 2015 en el Patrocinador Oficial de los Equipos de Alta Competición de Galicia de la Fundación Deporte Galego que benefició a 111 clubes gallegos, un millar de equipos

y 15.000 federados de 22 especialidades deportivas diferentes, de los cuales 10.000 niños y niñas, pertenecientes a la cantera de los clubes, podrán beneficiarse del acuerdo.

Con este acuerdo ABANCA pretende dar un fuerte impulso al deporte base, al tiempo que se compromete con la cultura del esfuerzo y redobla su apuesta por el desarrollo personal y académico de los niños y niñas de Galicia a través de los valores vinculados a las actividades deportivas.

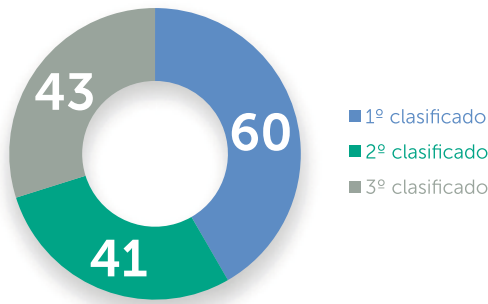
Este proyecto recibió el "Premio ao mellor patrocinio deportivo" otorgado por el jurado de los VI Premios Galicia A Xestión Deportiva.



1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

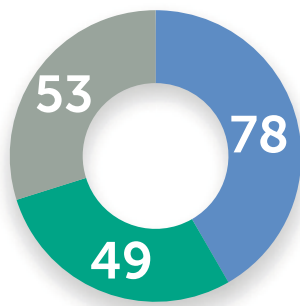
Es de destacar que los EQUIPOS, tanto en categoría base como absoluta u otras, han alcanzado 144 primeros, segundos o terceros puestos en las ligas, campeonatos y copas celebrados en España.

Campeonatos de España

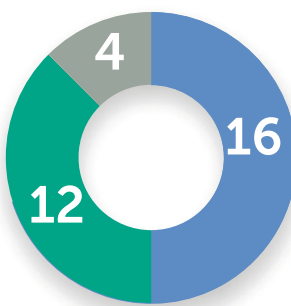


Y los DEPORTISTAS, tanto en categoría base como absoluta u otras, han alcanzado 253 primeros, segundos o terceros puestos en las ligas, campeonatos y copas, según el ámbito de las competiciones disputadas en 2015.

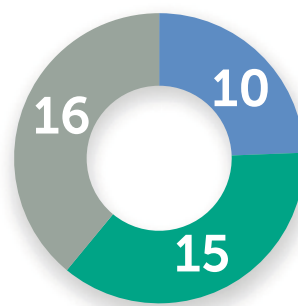
Campeonatos de España



Campeonatos de Europa



Campeonatos del Mundo



■ 1º clasificado ■ 2º clasificado ■ 3º clasificado

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

← **Obra Social ABANCA**

Afundación

### ABANCA ReSuenas

Este programa, nacido de la colaboración con la Orquesta Sinfónica de Galicia (OSG), está basado en un modelo ético, pedagógico, ocupacional y artístico que tiene como objetivo principal el acercamiento de la infancia y de la juventud al conocimiento de la música con independencia de sus recursos económicos, ofreciendo una nueva dimensión social de la actividad educativa musical.

El programa ha logrado, en muy poco tiempo, resultados sorprendentes en niños y jóvenes que encuentran en la música una alternativa de ocio diferente, así como la posibilidad de desarrollar sus habilidades sociales.

En la actualidad, el proyecto ABANCA ReSuenas cuenta con dos centros operativos, Montealto y Elviña, dos barrios de la ciudad de A Coruña, si bien, en un futuro, está pre-

visto que se extienda a otros barrios de la ciudad y, en una fase posterior, se ampliará con la creación de núcleos de acción a otras ciudades de Galicia.

ABANCA ReSuenas es un proyecto innovador en el que participaron, en esta primera etapa, 77 niños y jóvenes –entre 5 y 17 años– y que presenta una importante lista de espera. Los docentes que participan en esta iniciativa imparten hasta veinte horas lectivas a la semana, en horario vespertino de lunes a viernes, a niños y jóvenes que no precisan ningún conocimiento musical previo ni disponer de un instrumento musical. ABANCA ReSuenas pone un instrumento, de los 150 disponibles, a disposición de cada alumno. Hasta el momento actual se está poniendo especial énfasis en reforzar la tarea docente, pero en los próximos meses habrá conciertos públicos para mostrar los resultados de los alumnos.



- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

Participación activa en acciones sociales

La entidad contribuye al desarrollo de 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.

*120 aniversario de la primera exposición de Picasso*

ABANCA suscribió un convenio de colaboración con la Fundación Emalcsa del Concello de A Coruña, a través del cual se materializó el apoyo del banco con el amplio programa de actividades que conmemora los 120 años de la primera exposición de Picasso en la ciudad de A Coruña.

*Campaña de ayuda S.O.S. Nepal*

En 2015 se puso en marcha una acción solidaria dirigida a atender las necesidades de la población del país asiático tras los movimientos sísmicos sufridos en abril y mayo, a través de la cual se consiguió recaudar un total de 253.416,08 € en donaciones realizadas por clientes, no clientes, empleados y el propio banco, que igualó la aportación conjunta de los anteriores colectivos, destinando los fondos a proyectos desarrollados por Cruz Roja Española y UNICEF para atender las necesidades inmediatas de la población damnificada.

Para garantizar la máxima transparencia hacia los donantes y la sociedad en general,



1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

← **Obra Social ABANCA**

Afundación

ABANCA certificó, ante notario, la cantidad entregada a las dos ONG administradoras de la ayuda. Además, cada donante que lo ha solicitado recibe su certificado de donación correspondiente.

Cada ONG administradora recibió el 50% de los fondos recaudados. La Cruz Roja Española destinó el importe recibido a proporcionar a la población elementos básicos de supervivencia como mantas, tiendas de campaña y agua potable, así como a facilitar la atención sanitaria de forma permanente y estable. Por su parte, UNICEF dedicó sus fondos a realizar una campaña de vacunaciones en las zonas afectadas para combatir las enfermedades infecciosas y evitar su propagación.

### *Recaudación de fondos para el Banco de Alimentos de Vigo*

ABANCA y la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Tui pusieron en marcha, bajo el lema “Únete al proyecto solidario”, una acción solidaria a favor de la Fundación Provincial Banco de Alimentos de Vigo.

La acción consistió en la recaudación de fondos en diez oficinas de ABANCA en el sur de Pontevedra que se transformaron, después, en carros de la compra llenos de comida. Los clientes de ABANCA realizaron donativos que se convirtieron en cestas solidarias con diferentes productos no perecederos.



1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

### *Ayuda a la Cruz Roja en sus proyectos*

La Cruz Roja dio las gracias a toda la plantilla de ABANCA por la colaboración prestada en la campaña de venta de boletos para el Sorteo del Oro de la Cruz Roja en la red de oficinas que han recaudado fondos, que permitirá a Cruz Roja mantener sus proyectos de ayuda. La cuantía recaudada sirvió para financiar, entre otros, los programas que Cruz Roja realiza en Galicia a favor de los más vulnerables.

### *Colaboración con ASPRONA*

ABANCA ha colaborado con el complejo de San Nicolás de Bari que ASPRONA LEÓN, asociación protectora de personas con discapacidad intelectual o del desarrollo, tiene en Quintana Raneros mediante la entrega de diverso material de oficina.

Con esta dotación de material, ASPRONA LEÓN pudo acondicionar las nuevas aulas de formación, y destinar a otros centros algunos de los enseres recibidos. Esta colaboración altruista de ABANCA permite a la entidad leonesa seguir desarrollando su labor trabajando con y para las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo.

### *Apoyo a la lucha contra la violencia de género*

El 25 de noviembre, Día Internacional para la eliminación de la Violencia de Género, ABANCA se sumó a la campaña "Faite un selfie contra o mal amor", organizada por la Xunta de Galicia para sensibilizar a toda la sociedad, y, en especial, a los alumnos uni-

versitarios, de la necesidad de luchar juntos para erradicar este grave problema.

Durante una semana, en cada uno de los siete campus de Galicia (Santiago, Lugo, A Coruña, Ferrol, Vigo, Ourense y Pontevedra) hubo un punto de atención en el que se repartió material informativo para concienciar a los más jóvenes sobre el problema de la violencia de género, ofrecerles pautas para que puedan reconocerla y poder prevenir situaciones futuras.

Además, los estudiantes matriculados en cualquiera de las tres universidades gallegas pudieron participar en un concurso *online* premiado con una tarjeta regalo por valor de 100 euros para cada uno de los siete campus.

### Participación en entidades de carácter socioeconómico y social

G4-16

ABANCA está presente en diferentes foros de difusión cultural, como la Fundación Cidade da Cultura, la Fundación Camilo José Cela, la Comisión de Fundaciones y Obra Social de la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA) y en FUNCAS.

Asimismo, la entidad participa en diversos centros tecnológicos y *clusters* como el Centro Tecnológico AIMEN, el Cluster Tecnológico de la Automoción de Galicia u otros estamentos como las Cámaras de Co-



1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

mercio, las Confederaciones de Empresarios o Fundaciones Empresariales con el objetivo de fomentar las sinergias con el tejido económico empresarial gallego.

#### Revisión de la política de patrocinios

##### G4-DMA

Se contribuye a generar confianza y consolidar la marca a través de la información que se transmite en estrecha coordinación con el área de Marketing, con el fin de promover la reputación de marca de manera eficiente, sostenible y responsable, evitando cualquier riesgo no financiero para el banco.

#### Educación Financiera

##### FS14

ABANCA considera como una de sus líneas básicas de actuación, en materia de RSC, el participar activamente en el fomento de la cultura financiera de sus clientes, y de su

entorno en general, con la finalidad de mejorar la cultura de la sociedad para avanzar hacia un comportamiento financiero más responsable, consciente y con el que las personas puedan tomar decisiones informadas.

En este sentido, en el curso 2015 se inició el lanzamiento del programa “Aprendiendo Finanzas” para colectivos infantiles, juveniles, universitarios y colectivos vulnerables, así como para personas mayores. El programa, una vez diseñado y planificado, comenzó su andadura en el segundo semestre del ejercicio con un impacto de 1.330 personas y la participación de 25 voluntarios de la entidad.

Asimismo, el banco está adherido al convenio suscrito por la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA), la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y el Banco de España, para intensificar la actividad de su programa de educación financiera entre los ciudadanos del ámbito de actuación de la entidad.

#### Resumen impacto Educación Financiera

Actividades para niños	319
a) actividades para hijos empleados ABANCA	149
b) actividades para niños IFEVI	170
Actividades para escolares	458
Actividades para personas mayores	553
<b>Total</b>	<b>1.330</b>

1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

Dos edificios históricos al servicio de la sociedad

ABANCA ha puesto a disposición de la sociedad dos espacios culturales únicos en pleno casco histórico de Santiago.

El **Auditorio ABANCA**, antiguo pazo de los condes de Gimondi y que posteriormente acogió la sede de los históricos almacenes El Pilar, está ubicado en la calle Preguntoiro a escasos metros de la Plaza de Cervantes y de la Catedral. El proyecto de rehabilitación y adaptación de las antiguas instalaciones al nuevo uso como auditorio se realizó respetando la fisonomía original del edificio y manteniendo el conjunto arquitectónico que conforma junto con los inmuebles colindantes. El resultado es un espacio cultural único donde los 2.800 metros cuadrados construidos se distribuyen en dos plantas sótano, tres plantas sobre rasante y una bajo cubierta.

El Auditorio ha acogido en 2015 un total de 87 actividades de diversa índole -jornadas empresariales formativas, congresos, galas benéficas de apoyo a diversos colectivos sociales, actividades escénico-musicales, etc.- a las que han asistido 25.308 personas.

El **Centro ABANCA Obra Social** está emplazado en el edificio del antiguo Banco Hijos de Olimpio Pérez que domina la céntrica Plaza de Cervantes, elemento clave de la zona alta del casco histórico comostelano.

Un equipo dirigido por José Luis Pereiro fue el encargado de acometer la rehabilitación del inmueble, proyectado por su bisabuelo, para adaptarlo a los nuevos usos socio-culturales. En la actualidad las instalaciones ocupan una superficie de casi 3.000 metros cuadrados y cuenta con tres salas de exposiciones, un auditorio, una sala de lectura y varias aulas para la organización de actividades formativas de diversa índole.

En la reforma del interior se ha mantenido el suelo de pinotea original, utilizado además en contraventanas y artesonados. Algunos salones tienen división italiana, realizada en muchos casos por unos pórticos de madera o piedra auténticamente espectaculares.

Espacios que han acogido, a lo largo de 2015, un total de 317 actividades:

- 129 cursos de formación interna y externa.
- 188 actividades sociales o culturales.

## AFUNDACIÓN, OBRA SOCIAL ABANCA

G4-SO1, G4-EC7, G4-EC8

Con el arranque del año 2015 Afundación presentó su Plan Estratégico para los próximos cinco años que plantea alcanzar una organización eficiente, autosostenible e innovadora, orientada a complementar la oferta programática de las demás instituciones públicas y privadas que operan en Galicia. El plan estratégico de Afundación recoge una inversión social de 125 millones de

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

euros para el período 2015-2019 y marca un objetivo de alcanzar el déficit cero a partir del 2017. Asimismo, con el fin de asegurar su sostenibilidad futura, y tras alcanzar la autosuficiencia financiera, la entidad generará un fondo de reserva anticíclico.

A través de una aportación de más de cinco millones de euros, durante tres ejercicios, y del 3% de los beneficios netos en los siguientes años, ABANCA garantiza su sostenibilidad

y desarrollo del plan estratégico. Además de prestarle apoyo logístico en el desarrollo y aplicación de sus programas.

Está dirigida por un Patronato, sin remunerar, en el que están representados ABANCA, las siete principales ciudades gallegas por población, el Parlamento de Galicia, las diputaciones provinciales, la Xunta de Galicia y el cuadro de personal. Su composición actual es la siguiente:

Presidente	Designado por:
Miguel Ángel Escotet Álvarez	ABANCA
Vicepresidente	Ángel Sicart Giménez
	Parlamento
Vocales	
Marcelino Agís Villaverde	Ayto. Santiago
Francisco Botas Ratera	ABANCA
M <sup>a</sup> Jesús Budiño Rodríguez	Xunta
Xosé Carlos Caneiro Pérez	Xunta
Olga Cuña Blanco	Dip. Ourense
Ricardo Díaz-Casteleiro Romero	Ayto. Ferrol
Juan Carlos Escotet Rodríguez	ABANCA
Javier Etcheverría de la Muela	ABANCA
Eladio Fernández Pérez	Parlamento
José Fernández Penas	Ayto. A Coruña
Asesor jurídico	José Eduardo Álvarez-Naveiro Sánchez
Secretario (no patrón)	Jesús Navazo Ruíz
Director Gerente (no patrón)	Pedro Otero Espinar

Paulo Fontán Torreiro	Ayto. Pontevedra
María Isabel González Rey	Ayto. Lugo
José Luis Jiménez Martínez	Ayto. Ourense
Xosé Luis Liñares Barbeito	R. trabajadores
José Lis Lolo Celeiro	Dip. Lugo
Pedro Raúl López Jácome	ABANCA
Laura Mosquera Escudero	Parlamento
Ramón Sestayo Lestón	Dip. A Coruña
Jesús Santiago Vázquez Sanluis	Xunta
Óscar Villar Díaz	Ayto. Vigo

Nota: a 31 de diciembre existen dos puestos de vocales vacantes correspondientes al Parlamento de Galicia y a la Diputación de Pontevedra.

1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

## El servicio a la sociedad, su razón de ser

Afundación, según el estudio anual de posicionamiento realizado, es reconocida por la sociedad gallega como la principal Fundación en su ámbito de actuación.

La labor de Afundación es valorada con un notable y su valoración mejora año tras año, lo que es fiel muestra de la calidad y diversidad de sus actividades, las cuales responden a las demandas y necesidades de la sociedad. De esta manera, los tres ejes estratégicos de Afundación están relacionados con lo que las personas encuestadas anualmente valoran y estas consideran que se deben centrar los esfuerzos en:

- Personas mayores, 53,4 %.
- Formación, 42 %.
- Promoción del arte y la cultura y preservación del patrimonio artístico, 32,3 %.

Asimismo, las exposiciones (52,4%), los centros de mayores (41%) y las actividades en los teatros (41%) son las áreas más conocidas por las personas encuestadas.

## Plan estratégico 2015-2019

La misión de Afundación definida por su Patronato es llevar a cabo una acción educativa, social y cultural que, de forma sostenida, eficiente, relevante y con vocación transfor-



1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

madora, contribuya a mejorar la sociedad gallega, dentro y fuera de Galicia, posibilitando el desarrollo integral de las personas. Su actuación se centra en tres ejes:

### Educación superior y generación de conocimiento, el camino hacia la excelencia

#### *Escuela de Negocios*

La promoción de la educación superior que desarrolla Afundación tiene su principal exponente en la Escuela de Negocios en la que se forman los principales directivos de Galicia. Además de sus títulos propios de posgrado y programas *in-company*, la Escuela cuenta con títulos oficiales de Grado en ADE y Máster MBA.

Durante el pasado año 2015, la escuela ha impartido más de 10.000 horas de formación y 2.913 alumnos finalizaron alguno de sus programas.

Su modelo educativo se asienta sobre tres pilares:

#### El fomento del emprendimiento y el liderazgo

La Escuela de Negocios Afundación, tanto a través de su programación abierta de grado y posgrado como mediante los programas diseñados a medida de las necesidades de las empresas e instituciones (formación *in-company*), forma a profesionales capaces de:

- Mejorar sus competencias directivas para liderar equipos de trabajo.

- Profundizar en los aspectos técnicos de las diferentes áreas del *management*.

#### La innovación

Los nuevos másteres refuerzan la oferta educativa introduciendo en las aulas la formación:

- Basada en competencias, que va más allá de los contenidos,
- Modular, en la que cada alumno/a puede realizar un itinerario formativo acorde con sus necesidades.
- *Online*, una formación flexible que permite conciliar los estudios con la vida laboral.



1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

### La internacionalización

La escuela renueva y amplía convenios de colaboración con universidades y otras escuelas de negocios de referencia que permiten a sus estudiantes desarrollar una perspectiva internacional.

Se mantienen acuerdos con universidades de Suiza, Gran Bretaña, Irlanda, Austria, Polonia, China, EE. UU., Canadá y Colombia, y se han establecido las bases para la cooperación con instituciones de El Salvador, Francia, Guatemala, Panamá, Ecuador y Perú, entre otros países.

En 2015 se han realizado importantes acciones para fortalecer su internacionalización en el mercado asiático (China) y América Latina:

- Visita oficial a 5 universidades Chinas para la firma de convenios de colaboración.
- Firma de convenios marco con tres universidades latinoamericanas para la impartición de formación *online*.
- El perfil internacional de los alumnos y profesores de la ENA ha mejorado un 30% con respecto al año anterior.
- Incremento del 33% en la captación de alumnos latinoamericanos: el 28% de los alumnos MBA son latinoamericanos.

Todos los programas de larga duración de la ENA (grado y másteres) incorporan formación en ética y RSC (Responsabilidad Social Corporativa).

### Premios y reconocimientos

La Escuela de Negocios Afundación es una de las mil mejores del mundo en el área de

educación superior, según el *ranking* Eduniversal y la Asociación Asiática de Escuelas de Negocios.

Este año ha sido galardonada, entre otras distinciones, con el 2º Premio de carácter nacional en Educación e Investigación por la Confederación Española de Cajas de Ahorro y Actualidad Económica, que reconoce los mejores proyectos llevados a cabo por entidades surgidas de las obras sociales en el ámbito de CECA, y con el Premio Cantábrico Excelente concedido por el suplemento *Suplementos y Monográficos*, S.L.

Es el centro mejor valorado por profesorado y alumnado entre todas las facultades de la Universidad de Vigo y, a su vez, sus estudiantes han obtenido diversos reconocimientos:

- Premio Extraordinario de Fin de Carrera de la Universidad de Vigo, concedido a una alumna del Grado en ADE de la ENA.
- Un equipo de alumnos de 4º de ADE de la ENA ha ganado el 'Deloitte Business Game' a nivel nacional.
- Dos proyectos fin de máster de alumnos del executive MBA han sido seleccionados para participar en la 3ª edición de Vía Vigo (aceleradora de proyectos emprendedores de la Zona Franca de Vigo).

### *Colegios de Formación Profesional*

La oferta en educación superior de Afundación se complementa con dos centros de formación profesional en Vigo y A Coruña:

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

← Obra Social ABANCA

---

**Afundación**

---

### Colegio Hogar de Vigo

La oferta formativa está compuesta por seis ciclos formativos de grado medio (Preimpresión Digital, Impresión en Artes Gráficas; Soldadura y Calderería; Mecanizado; Instalaciones Eléctricas y Automáticas; e Instalaciones de Telecomunicaciones) y tres de grado superior (Programación de la Producción en Fabricación Mecánica; Automatización y Robótica Industrial; y Mantenimiento Electrónico).

### CPR Afundación Coruña

La oferta educativa del centro está compuesta por tres ciclos de grado superior: Administración y Finanzas, Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma y Asistencia a la Dirección.

**737** alumnos  
de Formación Profesional.



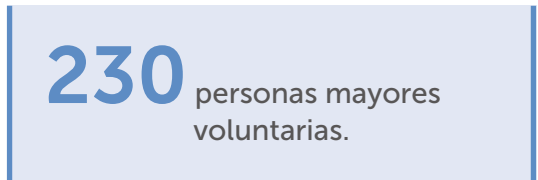
1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

### Envejecimiento activo, participación social de las personas mayores

En sus once centros de mayores Afundación trabaja en la promoción de hábitos saludables, ocio creativo, fomento de la cultura y de la expresión artística, conocimiento y conexión con temas de actualidad y emergentes.

Siguiendo las directrices del plan estratégico 2015-2019, la oferta de actividades se estructura en siete ámbitos de intervención:

1. Hábitos saludables.
2. Cultura y expresión artística.
3. Educación y conocimiento.
4. Participación en la comunidad (el valor de la experiencia: voluntariado y acción intergeneracional).
5. Ocio activo.
6. Tránsito a la jubilación.
7. Empleo y gestión de la edad.





1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

### *El valor de la experiencia*

En 2015 destacan las actividades desarrolladas en el marco del programa “El valor de la experiencia” distinguido por Actualidad Económica con el 2º Premio en Acción Social otorgado por CECA y Actualidad Económica. Mediante este programa Afundación propone un intercambio de conocimientos y vivencias entre mayores y jóvenes. Destacan las siguientes iniciativas:

- Con motivo del Día das Letras Galegas, dedicado en 2015 a Xosé Filgueira Valverde, socios y socias del centro de mayores de Pontevedra, coetáneos del intelectual, desarrollaron el proyecto “Os maiores interpretan a Filgueira Valverde”, una teatralización sobre su vida y su aportación a la cultura que disfrutaron más de 200 escolares.
- El día 1 de octubre, Día Internacional de las Personas Mayores, Afundación se sumó a la campaña de Naciones Unidas #60+ COUNTS con una acción de calle en once localidades gallegas. Socias y socios de los centros invitaron a transeúntes a posar con mensajes alusivos a favorecer un entorno urbano sostenible y amigable para con los mayores. Esta iniciativa ha tenido una amplia repercusión, tanto en la calle como en las redes sociales.
- El ciclo “Nós tamén fomos emigrantes” está protagonizado por mayores que dialogan con estudiantes de secundaria sobre un fenómeno trascendental de la historia de Galicia: la emigración. Las y los adoles-

centes se acercan y conocen de primera mano las causas y consecuencias personales del éxodo, a través de testimonios directos, alejados de los fríos datos de los libros de texto; un acercamiento afectivo y enriquecedor para despertar una nueva mirada a un fenómeno de plena actualidad también para ellos.

### Cultura, para el desarrollo de las personas como fuente de aprendizaje

Afundación ofrece a la sociedad siete edificios emblemáticos, con céntricas ubicaciones en cada una de las siete ciudades gallegas y características arquitectónicas distintivas, multifuncionales, con una programación muy diversa de exposiciones, conciertos, cursos, talleres, ciclos de cine, etc., así como cuatro bibliotecas, tres generales y una especializada en literatura infantil y juvenil.

Se promueve la cultura como instrumento de desarrollo de las personas implementando actividades que aportan un mayor componente didáctico, dando especial protagonismo al propio patrimonio artístico que tiene como máximo exponente su Colección de Arte.

Las visitas guiadas, los textos en sala, los talleres didácticos, las charlas previas a los conciertos de música clásica contribuyen a posibilitar una mejor comprensión del hecho cultural concreto y, por consiguiente, una colectividad más formada.

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

**Artes escénicas y musicales**

Los teatros de Afundación, y en especial el de Vigo, son escenarios de referencia a nivel nacional para las compañías en gira y, por supuesto, para las compañías gallegas. Este año han contado con primeras figuras de la escena española, actrices y actores como Lola Herrera, Héctor Alterio, María Galiana o Juan Echanove, directores como Gabriel Olivares o Magüi Mira y obras como *El hijo de la novia*, *En el estanque dorado*, *Wundermere Club* o *Diez negritos*.

En cuanto a la dramaturgia gallega, se han representado obras como *O crédito*, con Pedro Alonso y Antonio Durán, *Morris*, y *As do peixe*, un homenaje a las mujeres trabajadoras de la industria conservera. En cuanto a la música clásica, el Teatro Afundación de Vigo ofrece una programación estable con las

dos grandes orquestas gallegas, cuyo prestigio atrae a solistas internacionales como el violonchelista Nicolas Altstaedt, la pianista Beatriz Rana, el percusionista Colin Currie, la soprano Heidi Melton o el violinista Massimo Spadan.

**70** Funciones escénicas.

**50** Proyecciones audiovisuales.

Más de **55.000** asistentes a espectáculos escénicos.



1. PRESENTACIÓN	<b>6. RSC, LA ESENCIA</b>
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

### Artes plásticas

La Colección de Arte Afundación ha sido declarada por la Xunta de Galicia como Bien de Interés Cultural el 8 de octubre de 2015. Este reconocimiento viene a refrendar el carácter tan representativo y destacado de esta colección en arte gallego moderno y contemporáneo que está integrada por:

- 1.430 pinturas
- 510 obras gráficas
- 259 esculturas
- 251 dibujos
- 66 fotografías
- 17 obras de otras disciplinas

Darla a conocer es uno de los objetivos culturales prioritarios de Afundación, especialmente en sinergia con la Colección de Arte ABANCA. Así se pone de manifiesto en las exposiciones *A fronteira infinda: Os artistas galegos e a emigración nas coleccións ABANCA e Afundación* y *O bodegón oculto. A natureza morta na arte contemporánea galega*, que han recorrido esta año las sedes de Pontevedra, Ourense, Lugo y A Coruña con notable éxito.

Paralelamente, 19 obras de su colección de los artistas Álex Vázquez, Jenaro Carreiro, Francisco Mantecón, Mario F. Granell, Francisco Leiro, Teodomiro Avendaño, Mingo Teixeira, M.<sup>a</sup> Antonia Dans y M.<sup>a</sup> Victoria de la Fuente han sido cedidas en préstamo para exposiciones temporales organizadas por otras instituciones gallegas, el Museo de

Pontevedra, el Museo de Bellas Artes de A Coruña, el Museo de Arte Contemporánea de Vigo (MARCO), el Kiosco Alfonso de A Coruña, la Casa das Artes y la Pinacoteca Francisco Fernández del Riego de Vigo.

Las muestras dedicadas a Antón Pulido, Carlos Maside y pintores de Pontevedra constatan el compromiso con la difusión de la obra de creadores gallegos. Para realizarlas se ha contado con la colaboración de instituciones como el Concello de Pontevedra, el Concello de Santiago de Compostela y la Xunta de Galicia.

**61** Exposiciones en las principales ciudades gallegas.

Más de **100.000** asistentes.

Más de **300** personas de media diaria.

### Dinamización cultural

Afundación dispone de una red de edificios emblemáticos en los centros de las siete grandes ciudades gallegas, equipados y adaptados a diferentes usos para la máxima eficacia en las prestaciones. Su saber hacer supone una marca de prestigio para sus colaboradores.

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

Por ello, se ha convertido también en uno de los principales dinamizadores culturales de la comunidad.

Más de **150.000** asistentes.

**4** Actos de media diaria.

**Premios literarios**

Fomenta la creación literaria con premios dedicados a géneros minoritarios, como son el artículo periodístico y la poesía. Con el Premio de Xornalismo Francisco Fernández del Riego y el Premio de Periodismo Julio Camba

distingue los mejores artículos de opinión en gallego y en castellano, respectivamente, publicados en los medios durante el año anterior. Se contó en estos premios con la colaboración del Ámbito Cultural de El Corte Inglés.

El XXXVI Premio de Periodismo Julio Camba le ha sido concedido a Ignacio Camacho por el artículo *Betty*. El XII Premio de Xornalismo Francisco Fernández del Riego, a Luís Pousa por *Galicias*.

El Premio de Poesía Afundación, en colaboración con el Centro PEN y la Consellería de Cultura de la Xunta, es uno de los galardones más reconocidos y mejor dotados para obras poéticas inéditas en gallego. En la XIII edición ha sido galardonado Miguel Anxo Fernán Vello por la obra *Duración da penumbra*.



- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA**
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

Obra Social ABANCA  
**Afundación**

### Área educativa

Asimismo, Afundación diseña contenidos específicos adaptados a las diferentes actividades culturales. De este modo, la educación se convierte en línea transversal e hilo conductor de los tres ejes de su Plan Estratégico.

Todas las exposiciones en cada una de las ciudades cuentan con visitas guiadas, fichas didácticas y talleres destinados a conseguir una mejor comprensión del proceso artístico, con diferentes niveles de información adaptados a grupos de escolares.

Con programas como "Quedamos no palco?", y los encuentros que directores o solistas de música clásica mantienen con estudiantes y asistentes en general antes de los conciertos, se contribuye a la creación de nuevos públicos. Además de las artes escénicas y plásticas, también la arquitectura, la literatura, las ciencias ambientales o la alimentación saludable se abordan en talleres lúdico-didácticos.

### Arte e inclusión

La cultura es la herramienta de transformación social por excelencia, por ello Afundación impulsa canales de expresión como "Diversionarte", un nuevo programa que desafía los límites explorando el papel del arte como instrumento comunicativo y de superación personal. "Diversionarte" promueve prácticas de cultura inclusiva y fomenta la participación de personas con capacidades diferentes en manifestaciones artísticas diversas. Para la primera edición celebrada este año se escogió un espectáculo de danza, *Nos meus zapatos*, conciertos de pop y folk y la exposición fotográfica *Olladas da diversidade*.

**190** Participantes  
 con diversidad funcional.

Más de **100.000**  
 escolares asistentes.

Más de **400**  
 colegios de toda Galicia.

Incremento del **10%**  
 de participantes respecto al año anterior.





# 7

## CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA A LA SOCIEDAD

Impacto económico







1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
2. UN NUEVO BANCO	<b>7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA</b>
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

Impacto económico

G4-DMA

El objetivo de ABANCA 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, así como el desarrollo de una amplia acción social y cultural.

Todo ello se encuadraría en lo que se conoce como dividendo social de ABANCA, resultado de agregar a la dotación de fondos para el mantenimiento de la Obra Social la contribución al desarrollo sostenible de su entorno que realiza desde su actividad ordinaria.

El compromiso social de ABANCA se manifiesta, fundamentalmente, en dos ámbitos:

- **Ámbito financiero:**
  - > **Otorgando crédito a las personas y a las empresas**, con el convencimiento

de que desde el rigor en la evaluación de los riesgos y en la disposición de una cartera crediticia saneada -con una visión a medio y largo plazo-, un riesgo concedido debe favorecer el desarrollo económico de quien lo solicita y contribuir a la sostenibilidad del bienestar social.

- > **Apostando por la innovación y por la inclusión** financiera de cualquier potencial cliente. Esta premisa se materializa en políticas de accesibilidad, como la explotación de las más modernas

1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
2. UN NUEVO BANCO	<b>7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA</b>
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

tecnologías de la información o el mantenimiento de una red comercial extendida y próxima que hace posible el ofrecimiento de servicios financieros allí donde las características demográficas del entorno lo demandan.

- **Ámbito social:** trabajando bajo criterios de eficiencia que garanticen la generación de unos beneficios suficientes que permitan el alcance de una mayor solvencia y el desarrollo de una Obra Social significativa y referente.

Valor Económico Generado, distribuido y retenido (m€) (G4-EC1)	2015
<b>Valor Económico Generado</b>	<b>1.208.028</b>
Margen Bruto	942.566
Beneficios de la baja de activos no clasificados como no corrientes en venta	239.613
Beneficios de activos no corrientes en venta	25.849
<b>Valor Económico Distribuido</b>	<b>942.793</b>
Proveedores - Gastos generales de administración (excepto tributos)	207.603
Empleados - Gastos de Personal	306.122
Adm. Públicas - Impuestos sobre beneficios + tributos en Gtos. Generales administración <sup>1</sup>	112.028
Accionistas - Dividendos	315.479
Comunidad (sin Fundación)	1.561
<b>Valor Económico Distribuido Total</b>	<b>947.793</b>
Fundación	5.000
<b>Valor Económico Retenido<sup>2</sup></b>	<b>260.235</b>

<sup>1</sup> Recoge el importe de impuestos sobre beneficios sin considerar activación de DTA´s realizada en 2015.

<sup>2</sup> Neto activación de DTA´s en 2015.

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA**
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

## IMPACTO ECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD DE ABANCA EN GALICIA<sup>1</sup>

El estudio elaborado por el Grupo de Análisis y Modelización Económica (GAME) ha permitido estimar el impacto económico sobre la renta (valor añadido bruto) y sobre el empleo, tanto del desarrollo de la actividad corporativa realizada por ABANCA a través de su cadena de proveedores, de las rentas salariales que genera y del pago de impuestos como de la actividad que desarrollan aquellas empresas a las que ABANCA facilita sus servicios bancarios y financieros, y que desenvuelven su actividad contando con la financiación ofrecida por ABANCA.

En ambos casos, el impacto sobre la renta y la creación de empleo se han estimado utilizando un modelo multisectorial basado en el análisis *input-output* diseñado a partir de la información sobre las relaciones de ABANCA con sus proveedores y clientes. Este modelo facilita, al representar todas las interrelaciones entre sectores y factores productivos en una economía, la obtención de los impactos directos, indirectos e inducidos de las compras a proveedores; los gastos de los empleados realizados en base a los salarios percibidos; los gastos realizados por la Administración pública a partir de los ingresos obtenidos vía impuestos generados por la actividad de

ABANCA; y la actividad generada por las empresas que reciben financiación de ABANCA.

En resumen, el estudio permite evaluar la relevancia de ABANCA en la economía gallega en el año 2015 tanto como agente generador de riqueza directa, indirecta e inducida a partir de las compras que realiza a 3.030 proveedores con sede en Galicia donde trabajan 73.593 personas, como su función de agente dinamizador de la economía a partir de la financiación que otorga a 85.216 empresas y autónomos que emplean a 537.617 trabajadores.

ABANCA es una entidad financiera con una fuerte vinculación con la sociedad gallega donde trabaja el 81,2% de los empleados del grupo, obtiene algo más del 80% de los bienes y servicios necesarios para la realización de su actividad corporativa y paga algo menos del 80% de sus gastos de personal.

### Impacto económico

El impacto económico de la actividad de ABANCA en Galicia sobre la creación de empleo y renta (medida a partir de la aportación al PIB gallego) de forma directa, indirecta e inducida se ha estimado siguiendo dos aproximaciones diferentes. En primer lugar, se ha estimado el efecto de la actividad corporativa

<sup>1</sup> Informe elaborado por el Grupo de Análisis y Modelización Económica (GAME) adscrito al Instituto Universitario de Estudios y Desarrollo de Galicia (IDEGA) de la Universidad de Santiago de Compostela bajo la coordinación de Melchor Fernández. La metodología utilizada en las estimaciones, las bases de cálculo y las fuentes utilizadas se encuentran descritas en el texto. En la pág. 209 de esta Memoria se anexa la metodología y el resumen de resultados.

1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
2. UN NUEVO BANCO	<b>7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA</b>
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

**Impacto económico**

considerando las compras a proveedores (incluyendo inversiones) y el gasto que los empleados vinculados directa o indirectamente con la actividad de ABANCA realizan a partir de los salarios percibidos. También se ha incluido el impacto sobre el gasto público originado por los ingresos de las Administraciones Públicas que son generados vía impuestos por la actividad de ABANCA. En segundo lugar, se ha realizado una estimación de la renta y empleo generado por las empresas y autónomos que reciben financiación de ABANCA.

En resumen, el impacto directo, indirecto e inducido por la actividad corporativa de ABANCA supone el 1,42% del PIB y el empleo gallego, al que debe sumarse el 11,1% del PIB y el 11,8% del empleo, cuando consideramos el impacto global (directo, indirecto e inducido) de la actividad generada por las empresas que reciben financiación de ABANCA.

**Impacto económico de la actividad corporativa**

Las actividades que ABANCA lleva a cabo en Galicia proporcionaron en 2015 empleo directo a 3.730 personas (un 0,4% del total de empleo afiliado a la Seguridad Social en Galicia y un 40% del empleo de la rama financie-

ra). De forma indirecta e inducida, ABANCA genera empleo a través del gasto que realiza en su cadena de aprovisionamiento (166 millones de euros), del gasto salarial de sus empleados (243 millones), de la actividad de Afundación y Mecenazgo (6,4 millones) y de los ingresos que obtienen las Administraciones Públicas vía tributos (112 millones).

Actividad Corporativa en Galicia	
ABANCA en Galicia	
Empleo <sup>1</sup>	3.730
Retribución empleados (M€)	243
Pago Tributos (M€)	112
Afundación/Mecenazgo	6,4
Compras a Proveedores en Galicia	
Volumen Compras (M€)	167
Nº Proveedores <sup>2</sup>	3.030
Empleo	73.593
Retribución empleados (M€)	2.303

<sup>1</sup> ABANCA (con temporales), Grupo Inmobiliario y Seguros.  
<sup>2</sup> Incluye proveedores de suministros y de inversión.

El empleo indirecto e inducido generado se ha estimado en alrededor de 12.194 puestos de trabajo<sup>1</sup>. La actividad de ABANCA genera en Galicia directamente rentas por 527,4

<sup>1</sup> En la estimación se ha aplicado el "hypothetical extraction method" (HEM). El HEM pretende cuantificar los eslabonamientos de un sector midiendo el efecto que su extracción genera en el resto del sistema. Para ello calcula la diferencia entre el *output* total que se obtiene a partir del modelo "completo" y el "output reducido" que se obtiene cuando se simula la "extracción" de una de sus partes (en este caso la participación de ABANCA en el sector financiero gallego). El cálculo del impacto inducido asume que todas las rentas generadas directa e indirectamente por la actividad de ABANCA se consumen en bienes y servicios de origen gallego.

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA**
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

**Impacto económico**

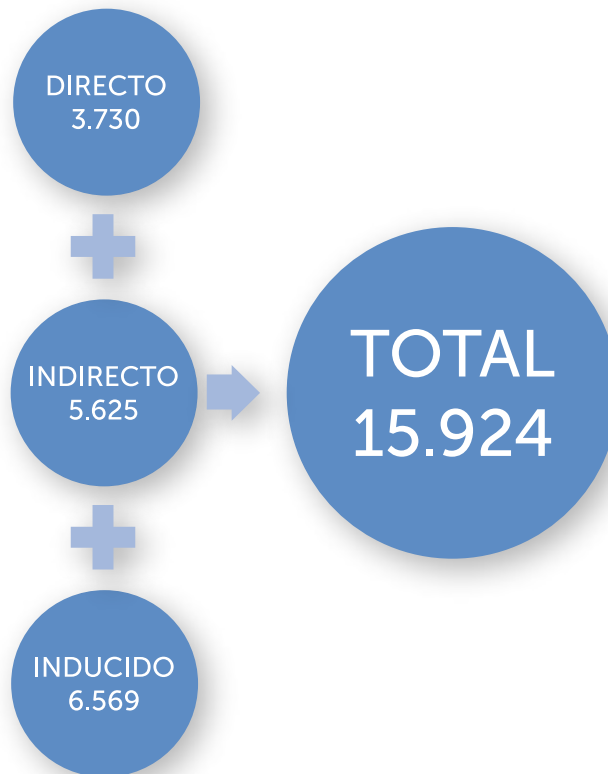
millones, que por el efecto multiplicador a través de proveedores, la actividad de Afundación y mecenazgo y los consumos de

trabajadores y administración suponen finalmente más de 794 millones, un 1,42% del PIB gallego.

Contribución al PIB y empleo gallego derivado de la actividad Corporativa de ABANCA		
	Directo + Indirecto	Directo + Indirecto + Inducido
Valor añadido	0,82%	1,42%
Empleo	0,80%	1,43%

Fuente: Elaboración propia a partir del marco *input-output* de Galicia 2011 y la información suministrada directamente por ABANCA

**Contribución al empleo en Galicia de la actividad corporativa de ABANCA**



1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
2. UN NUEVO BANCO	<b>7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA</b>
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

Contribución a la economía y al empleo por la financiación concedida a empresas

A continuación se presenta una estimación de cuál es el papel en la economía gallega de las empresas que reciben financiación de ABANCA. Una primera aproximación nos la ofrece el número total de empresas financiadas y el total de trabajadores de estas empresas. En concreto son 85.216 empresas y autónomos que emplean a 537.728 trabajadores, lo que supone el 35% del total de las empresas y el 48% de los puestos de trabajo de Galicia.

#### Actividad Financiación en Galicia

##### ABANCA Agente Financiador en Galicia

Nº Empresas/ Autónomos a las que financia	85.216
Financiación empresarial (M€)	8.035
Empleo empresas financiadas	537.728

Para estimar la contribución por la financiación de ABANCA se ha realizado un ajuste del impacto directo de la financiación en cada sector en el PIB agregado gallego, a partir del volumen de financiamiento total de cada sector respecto a su VAB, de cuál es la participación de ABANCA en el total de la financiación del sector y de cuál es la relación por sector entre valor añadido y demanda final<sup>1</sup>.

La estimación realizada sugiere bajo el supuesto de que toda la financiación recibida se utiliza en Galicia que el impacto directo indirecto e inducido de las empresas financiadas por ABANCA dado el volumen de financiación que mantienen en 2015 podría suponer en torno al 11% del PIB y casi el 12% del empleo.

#### Contribución al PIB y al empleo relacionada con la financiación a clientes

	Directo + Indirecto	Directo + Indirecto + Inducido
Valor añadido	7,12%	11,13%
Empleo	7,60%	11,82%

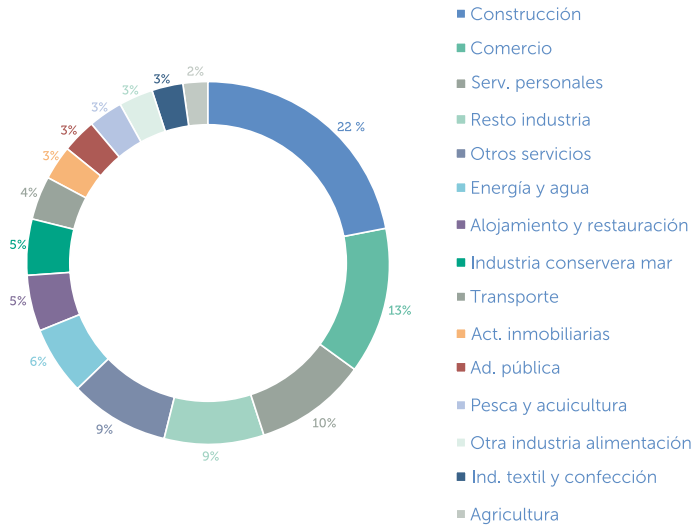
Fuente: Elaboración propia a partir del marco *input-output* de Galicia 2011 y la información suministrada directamente por ABANCA

<sup>1</sup> Poder realizar una estimación de impacto a partir del modelo *input-output* de demanda requiere expresar el efecto de la actividad considerada en términos de demanda final.

1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
2. UN NUEVO BANCO	<b>7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA</b>
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

**Impacto económico**

### Relevancia de los sectores productivos gallegos en la financiación otorgada por ABANCA



Fuente: Elaboración propia a partir de la información suministrada directamente por ABANCA







# GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO

Gestión del riesgo

Órganos responsables

Tolerancia al riesgo





1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	<b>8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO</b>
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

**Gestión del riesgo**

Órganos responsables

Tolerancia al riesgo

G4-2, G4-14

La calidad en la gestión del riesgo constituye para el Grupo ABANCA un eje prioritario de actuación. La política de riesgos del Grupo está orientada a mantener un perfil medio-bajo para el conjunto de sus riesgos, constituyendo su modelo de gestión de riesgos un factor clave para la consecución de los objetivos estratégicos.

## GESTIÓN GLOBAL DEL RIESGO

El modelo organizativo de control y gestión de riesgos del Grupo sigue las directrices de Basilea, estableciendo una gestión transversal del riesgo que engloba a toda la organización, y que se concreta en tres líneas de defensa diferenciadas:

- **Primera línea de defensa:** funciones de gestión y control realizadas por las unidades del Grupo, entendidas como las Unidades de Negocio y la Unidad de Créditos. En esta línea se encuentran los controles primarios de la actividad.

- **Segunda línea de defensa:** funciones de control llevadas a cabo de acuerdo con una gestión integral de riesgos, a través de la Dirección General de Control Corporativo y Riesgos y la Dirección General de Gobierno Corporativo y Asuntos Legales, en las áreas que son de su competencia. Establece normativa y monitoriza el cumplimiento de la primera línea de defensa.
- **Tercera línea de defensa:** funciones de supervisión realizadas desde Auditoría Interna.

Con este modelo el Grupo busca orientar a la Entidad hacia las mejores prácticas ban-

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO**
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

**Gestión del riesgo**

Órganos responsables

Tolerancia al riesgo

carias potenciando la cultura de riesgos a lo largo de toda la organización, llevando a cabo una gestión integral de los riesgos (crédito, mercado, liquidez, interés, operacional, reputacional, seguridad y continuidad...) que incluye la revisión de los procesos claves de la operativa, con el fin de garantizar la solvencia y resistencia de la Entidad conforme al Perfil de Riesgo definido por los Órganos de Gobierno.

Así, el Grupo ha implementado una gestión integral del riesgo en la que la definición y el control del Apetito al Riesgo es uno de los elementos clave, siendo este coherente y consistente con el presupuesto anual aprobado, en el plan estratégico a medio plazo, así como en la gestión de riesgos del día a día.

El Grupo define el apetito al riesgo como la cuantía y tipología de los riesgos que se considera razonable asumir en la ejecución de la estrategia de negocio, de modo que él mismo pueda mantener su actividad ordinaria frente a la ocurrencia de eventos inesperados. Para ello se consideran escenarios severos que pudiesen tener un impacto negativo en sus niveles de capital, liquidez y/o rentabilidad.

La Entidad lleva a cabo una gestión activa de la totalidad de la vida del riesgo, desde el pre-análisis, pasando por el análisis/concesión, seguimiento y hasta la extinción del mismo. Los principales riesgos no sólo se analizan

en el momento de su origen o cuando se plantean situaciones irregulares en el proceso de recuperación ordinaria, sino que se realizan de forma continuada para todos los clientes.

La gestión del riesgo de crédito se apoya, también, en herramientas de gestión de crédito como los modelos de *scoring* (particulares, autónomos y micropymes), sistemas de *rating* (exposiciones con empresas medianas y grandes) y preclasificaciones (grandes clientes).

Los sistemas de información y de agregación de exposiciones de que dispone el Banco permiten llevar a cabo un seguimiento de las exposiciones verificando el cumplimiento sistemático de los límites aprobados, así como adoptar, en caso necesario, las medidas correctoras pertinentes. Periódicamente se lleva a cabo un seguimiento sistemático del estado de las principales carteras del Banco, que se presenta regularmente al Consejo de Administración.

El Banco cuenta con un sistema de límites de riesgo que se actualiza con frecuencia mínima anual y que abarca a riesgo de crédito así como a las diferentes exposiciones de riesgo de mercado, tanto de negociación como de liquidez, y estructurales, riesgo de tipo de interés y liquidez, sobre los cuales se realiza un control exhaustivo que se eleva a los máximos órganos de gobierno del Banco.

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO**
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

Gestión del riesgo

**Órganos responsables**

Tolerancia al riesgo

## ÓRGANOS RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN Y GESTIÓN DEL RIESGO

El **Consejo de Administración** tiene encomendada la función de fijar la política general de riesgos de la Entidad, autorizar el sistema de límites de control establecidos y seguir periódicamente el cumplimiento de los mismos, así como determinar el marco de apetito al riesgo.

La **Comisión de Riesgo Integral** evalúa la gestión y el control de riesgos para garantizar el contenido, integridad y eficacia del marco de apetito al riesgo (RAF), asesorando al Consejo en materia de riesgos. Para ello realiza un seguimiento periódico del perfil de riesgos del Grupo. Además, la Comisión vela por que las actuaciones del Grupo resulten consistentes con el nivel de tolerancia al riesgo del mismo y, en este sentido, establece límites globales a las principales exposiciones de riesgo,



realizando una labor de seguimiento a través de la revisión sistemática, y estableciendo las acciones necesarias en caso de producirse desviaciones. Asimismo, es la encargada del control global del riesgo (de crédito, mercado, liquidez, interés, operacional...).

El **Comité de Auditoría y Cumplimiento** cuenta entre sus funciones con la de supervisar la eficacia del control interno y los sistemas de gestión de riesgos, para que los principales riesgos se identifiquen, gestionen y den a conocer adecuadamente.

La **Comisión Delegada de Crédito** tiene delegadas las facultades que corresponden al Consejo de Administración en relación con la concesión y seguimiento de las operaciones de financiación cualquiera que sea su naturaleza. A su vez, esta Comisión delega la sanción de ciertas operaciones en comités inferiores, de acuerdo con lo recogido en la Norma General de Atribuciones del Banco (aprobada a través de la Comisión de Riesgo Integral).

El **Comité de Dirección** es el comité responsable de la propuesta y seguimiento del Plan Estratégico, del Presupuesto Global Anual y del Plan Operativo Anual de la Entidad. También recae en este comité la aprobación de los objetivos generales anuales de la Entidad y de su distribución por líneas de negocio, centros de responsabilidad y segmentos; así como la toma de decisiones relevantes de ámbito corporativo o el seguimiento del día a día de la Entidad. El Comité de Dirección, apoyado por la Dirección General de Con-

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO**
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

- Gestión del riesgo
- Órganos responsables
- Tolerancia al riesgo**

trol Corporativo y Riesgos, realiza la revisión periódica del entorno de control, el seguimiento interno de los principales riesgos y el desarrollo de las políticas de gestión.

El **Comité de Activos y Pasivos (COAP)** es el órgano responsable de diseñar la estrategia financiera, incluyendo, entre otras, las Políticas de Adecuación Patrimonial, Fijación de Tasas, Estrategia de Fondeo, Estrategia y políticas de inversiones, velando por su cumplimiento. Asimismo, define los objetivos operativos en términos de gestión financiera (del balance, liquidez y margen) a fin de cumplir los objetivos estratégicos. Se encarga de la correcta implantación de las estrategias de gestión de activos y pasivos, transmitiendo a la Dirección General de mercado de Capitales, Gestión y Distribución las instrucciones operativas para la adecuada gestión de la liquidez de la entidad. Y, por último, realiza el seguimiento de la política comercial.



## NIVEL DE TOLERANCIA AL RIESGO

G4-46

Como elemento fundamental en la gestión de Riesgos, el Banco ha definido un marco de apetito al riesgo (RAF, siglas del término en inglés "Risk Appetite Framework", a través del que los Órganos de Gobierno del Grupo definen explícitamente los niveles deseados y máximos de riesgo (apetito y tolerancia) que están dispuestos a asumir.

Este ejercicio se realizó tanto a nivel del riesgo global como para cada uno de los riesgos relevantes a los que se enfrenta el Grupo en su actividad. En la concepción del RAF del Banco intervienen los máximos representantes de la Entidad y sus Órganos de Gobierno. La aprobación del documento se realiza al nivel del Consejo de Administración, con la aprobación previa de la Comisión de Riesgo Integral. Adicionalmente, los integrantes del Comité de Dirección tienen una participación muy activa en la conceptualización y establecimiento del Apetito en función de la planificación estratégica definida para el Banco.

La definición del apetito y tolerancia se realiza mediante la selección del conjunto de indicadores tanto cualitativos como cuantitativos, tras la calibración de los niveles deseados (apetito) y máximo (tolerancia).

En la definición del RAF se han considerado todos los riesgos relevantes a los que el Grupo está expuesto en el desarrollo de su

1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO**
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
10. ANEXOS

Gestión del riesgo

Órganos responsables

**Tolerancia al riesgo**

actividad, así como en la consecución de sus objetivos de negocio. Por eso, los criterios establecidos en el RAF serán tenidos en cuenta en todo momento dentro de los circuitos normales de análisis y aprobación de operaciones. En concreto, los controles establecidos para monitorizar son:

### Riesgo de negocio (rentabilidad)

Es el riesgo en el negocio, en sus resultados y/o en la solvencia del banco, derivados de posibles perjuicios por fallos en la evaluación del entorno, por decisiones inadecuadas en materia de orientación del negocio o por falta de respuesta del banco a cambios relevantes del sector.

### Riesgo de crédito

Se origina por la posibilidad de pérdidas derivadas del incumplimiento total o parcial de las obligaciones financieras contraídas por el grupo, por parte de sus clientes o contrapartidas. En este concepto se incluye el riesgo derivado de la concentración del riesgo de crédito, dado el impacto que este aspecto puede tener sobre la solvencia de la Entidad.

### Riesgo de tipos de interés

Es la posibilidad de que variaciones en los tipos de interés puedan afectar de forma adversa al valor de un instrumento financiero, a una cartera o al Grupo en su totalidad. Afecta, entre otros, a los préstamos, depósitos, títulos de deuda, la mayoría de activos

y pasivos de las carteras de negociación, así como a los derivados.

### Riesgo de liquidez

Es la capacidad de una entidad para financiar su crecimiento y para cumplir sus obligaciones de pago al vencimiento, sin incurrir en pérdidas inaceptables.

### Riesgo de mercado

Es el riesgo de incurrir en pérdidas, y, por tanto, el riesgo de impacto negativo en los resultados y en el capital del Grupo, por el mantenimiento de posiciones abiertas en los mercados financieros, como consecuencia de un movimiento adverso en las variables financieras (factores de riesgo) que determinan el valor de mercado o de realización de esas posiciones.

### Riesgo operacional

Es el riesgo de pérdidas resultante o bien de deficiencias o fallos de los procesos internos, recursos humanos o sistemas, o bien de circunstancias externas, incluido el riesgo jurídico.

### Riesgo reputacional

Es el vinculado a la percepción que tienen del Grupo los distintos grupos de interés con los que se relaciona, tanto internos como externos, en el desarrollo de su actividad, y que pueden tener un impacto adverso en los resultados o las expectativas de desarrollo de los negocios.







9

# RESULTADOS E INFORMACIÓN FINANCIERA 2015

Claves del ejercicio

Resultados

Calidad de los activos

Solvencia

Financiación y liquidez

Ratings



1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	<b>9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015</b>
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

Claves del ejercicio
Resultados
Calidad de los activos
Solvencia
Financiación y liquidez
Ratings

ABANCA alcanza una rentabilidad cercana al 9% basada en el crecimiento de los ingresos recurrentes y el margen comercial, algo que se ha logrado gracias al fuerte impulso a la actividad con empresas y familias. La entidad normaliza su ratio de morosidad a niveles del sistema por primera vez en últimos seis años y sitúa la cobertura de su crédito dudoso muy por encima de los niveles mostrados en el sector. Su sólida posición de capital sitúa a ABANCA entre las entidades con mayor holgura con respecto a los requerimientos del BCE

G4-9

	Activo total (M€)	47.267
	Depósitos minoristas (M€)	29.118
	Crédito (M€)	26.229
	BDI (M€)	330
	Solvencia CET1 (%)	14,75%
	Holgura liquidez (M€)	10.917
	Oficinas	679
	Empleados	4.212
	Clientes (M)	2,1

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015**
- 10. ANEXOS

**Claves del ejercicio**

- Resultados
- Calidad de los activos
- Solvencia
- Financiación y liquidez
- Ratings

## CLAVES DEL EJERCICIO

G4-DMA

### Rentabilidad del negocio y mejora de la calidad de los activos



ABANCA obtuvo en 2015 un beneficio superior a 330 millones de euros. El resultado del ejercicio se asienta sobre cuatro pilares: el crecimiento de los ingresos recurrentes gracias al relanzamiento de la actividad con pymes y particulares, la positiva evolución del margen comercial, la mejoría de la calidad del crédito y la fortaleza de los ratios de capital y liquidez.

La entidad ha reforzado su posición en el mercado minorista, núcleo de su negocio, con crecimientos tanto en la concesión de crédito como en la captación de recursos de clientes. La comercialización de fondos de inversión, planes de pensiones y seguros se ha incrementado de manera importante y permite al banco diversificar sus fuentes de rentabilidad.

El fuerte dinamismo de la actividad comercial con clientes minoristas ha permitido incrementar la generación de ingresos recurrentes. El margen comercial ha aumentado trimestre a trimestre a lo largo de todo el año, mientras que los ingresos por prestación de servicios han experimentado un crecimiento significativo gracias al buen comportamiento de las principales líneas.

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015**
- 10. ANEXOS

**Claves del ejercicio**

- Resultados
- Calidad de los activos
- Solvencia
- Financiación y liquidez
- Ratings

Rentabilidad: fortaleza del núcleo del negocio

El beneficio del ejercicio superó los 330 millones de euros, lo que supone situar la rentabilidad del banco (ROTE) en el 8,7%, una de las más elevadas del sector.

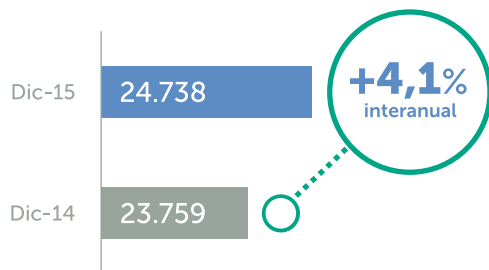
A pesar de la fuerte caída de tipos (-31 puntos básicos en el año) y la no aplicación de cláusulas suelo en la cartera hipotecaria desde mayo de 2013, el margen comercial ha crecido gracias al efecto combinado de un mayor volumen y un mejor *mix* de precios.

Los ingresos por prestación de servicios aumentan un 8,2% hasta los 171 millones de euros gracias al buen ritmo de comercialización de los principales productos de valor añadido. Los ingresos por comercialización de seguros se han incrementado en un 35% con respecto al mismo período del año anterior. Los ingresos por pasivos fuera de balance han avanzado un 18,8% y por activos, un 52%.

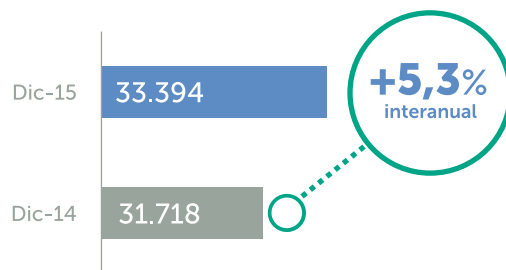
Se consolida el crecimiento del negocio con particulares y empresas

En 2015 se consolida el crecimiento de la actividad con clientes minoristas, con un crecimiento interanual de 4,1% en el crédito a clientes y del 5,3% en los recursos. Cifras que permiten a la entidad alcanzar una cuota de mercado en Galicia del 31% en el crédito (crecimiento 38 pb) y del 41% en depósitos (crecimiento 27 pb).

Crédito a clientes\* (M€)



Recursos de clientes (M€)



\*Saldos en situación normal

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015**
- 10. ANEXOS

**Claves del ejercicio**

- Resultados
- Calidad de los activos
- Solvencia
- Financiación y liquidez
- Ratings

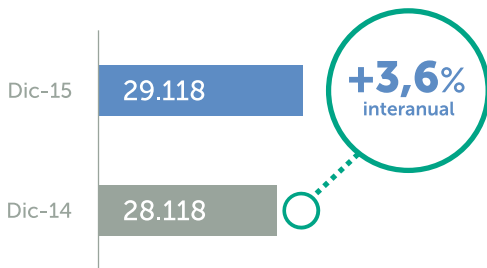
Recursos de clientes

A diciembre de 2015 se ha producido un aumento de 1.676 millones de euros en los recursos de clientes, hasta alcanzar los 33.394 millones de euros.

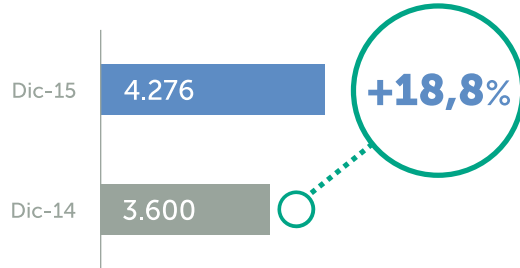


Destaca el crecimiento de 676 millones de euros (+18,8%) de los recursos gestionados en fondos de inversión, planes de pensiones y seguros, lo que implica un crecimiento de 7 puntos básicos de cuota de mercado.

Depósitos minoristas (M€)



Fondos de inversión, planes de pensiones y seguros (M€)



Crédito a clientes

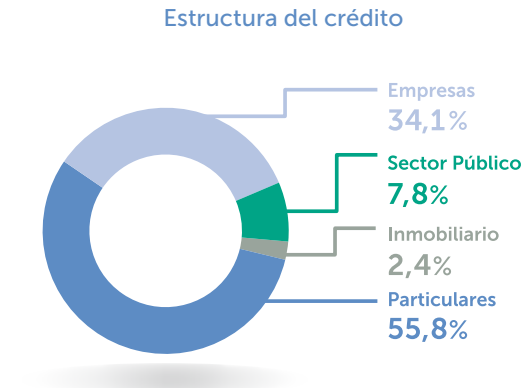
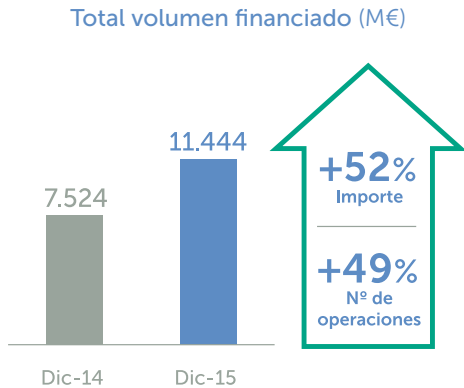
FS7

ABANCA ha dado un nuevo impulso a la concesión de crédito a empresas y particulares. La entidad ha concedido 11.444 millones de euros en nueva financiación durante 2015, lo que supone, en importe, un 52% más respecto del ejercicio anterior y un 49% en número de operaciones.

Este fuerte impulso ha permitido un crecimiento del 4,1% interanual en el saldo de la cartera crediticia en situación normal, frente a la caída del -0,2% registrada en el mismo periodo de 2014.

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015**
- 10. ANEXOS

- Claves del ejercicio
- Resultados**
- Calidad de los activos
- Solvencia
- Financiación y liquidez
- Ratings



## RESULTADOS

### Cuenta de pérdidas y ganancias

El resultado atribuido, a diciembre 2015, ha ascendido a 330 millones de euros, marcado por la positiva evolución del margen comercial, la fortaleza en la prestación de servicios y la prudencia en la gestión del riesgo.

	2014	2015
<b>MARGEN COMERCIAL</b>	351	354
Margen no comercial (bonos SAREB, cartera RF...)	208	68
<b>MARGEN DE INTERESES</b>	559	421
Ingresos por prestación de servicios	158	171
ROF y Participadas ex seguros	450	342
Otros (neto)	-21	8
<b>MARGEN BRUTO</b>	1.146	943
Gastos de explotación	528	589
Gastos recurrentes	528	519
Gastos de proyectos, adquisiciones y fusiones	-	71
Provisiones y dotaciones	66	104
Otros resultados extraordinarios (neto)	50	99
Impuestos	-556	18
<b>BENEFICIO NETO</b>	1.157	330

en millones de euros

1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	<b>9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015</b>
5. NUEVA CULTURA	10. ANEXOS

Claves del ejercicio
<b>Resultados</b>
Calidad de los activos
Solvencia
Financiación y liquidez
Ratings

## Margen Comercial

- Aumento sostenido del margen comercial recurrente a pesar de la fuerte caída de tipos.



- Crecen los ingresos por prestación de servicios en las principales líneas.



\*incluye aportación aseguradoras



- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015**
- 10. ANEXOS

Claves del ejercicio

**Resultados**

Calidad de los activos

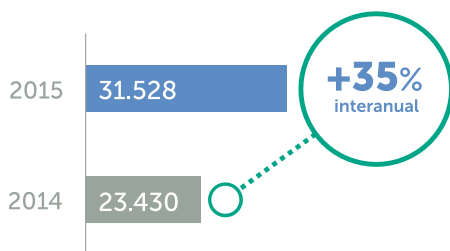
Solvencia

Financiación y liquidez

Ratings

- Las ventas de seguros se incrementan un 35%.

Primas nueva producción de seguros (miles)



Lanzamiento de productos innovadores

**Nueva Tarifa Plana de ABANCA Seguros**

Suma tus seguros, divide sus pagos y multiplica ventajas.

Único recibo para todos tus seguros y ahorra **hasta un 7%**.

En 12 pagos mensuales sin intereses ni comisiones.

**+** Suma todos tus seguros en un único programa.

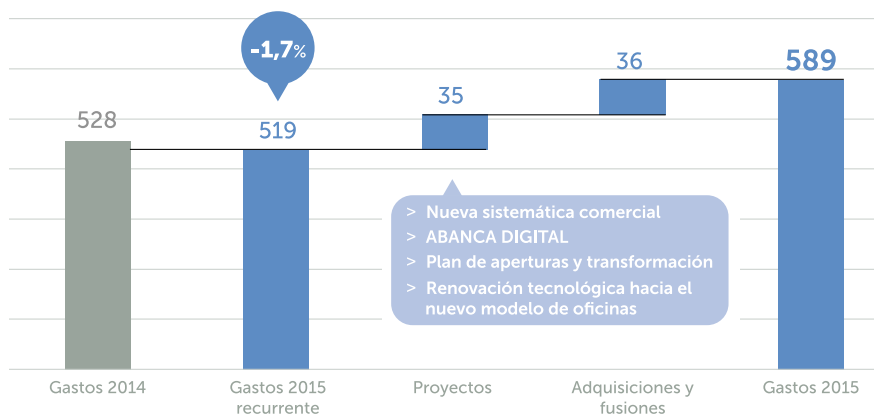
**÷** Divide el pago de todos ellos en ningún coste.

**x** Multiplica todas las ventajas que obtendrás al contratar y ahorra **hasta un 7%**.

**+14 pb** Cuota seguros no vida España

- Los gastos de explotación continúan en la senda de la contención.

Gastos de explotación (M€)

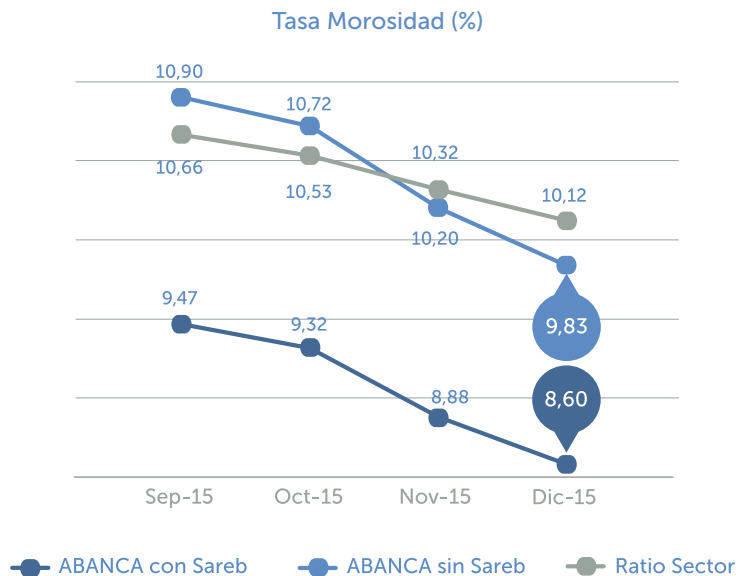
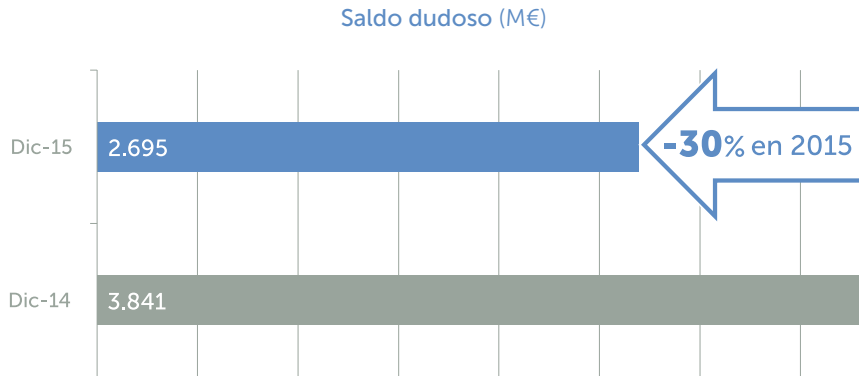


- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015**
- 10. ANEXOS

- Claves del ejercicio
- Resultados
- Calidad de los activos**
- Solvencia
- Financiación y liquidez
- Ratings

## CALIDAD DE LOS ACTIVOS

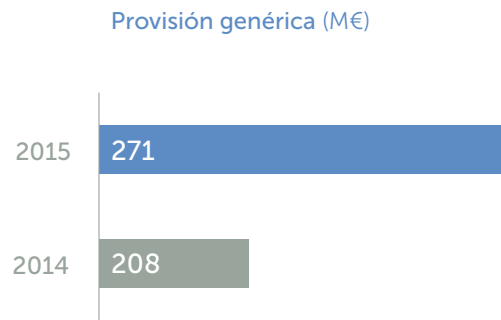
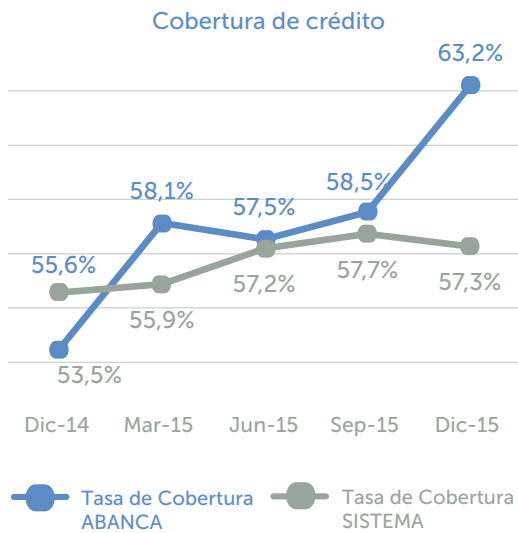
La tasa de morosidad continúa su descenso como consecuencia de las medidas de recuperación de los clientes y del mejor entorno económico. Tras una mejoría del 30% interanual, la morosidad ha quedado situada en el 8,6%, lo que significa que ABANCA presenta un mejor ratio de morosidad que el sistema (10,12%) por primera vez en los últimos seis años, manteniendo los niveles de cobertura entre los más altos del sector, el 63%.



- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015**
- 10. ANEXOS

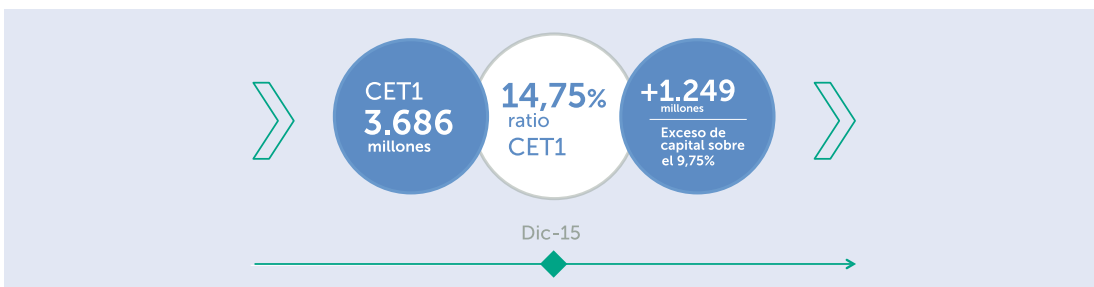
- Claves del ejercicio
- Resultados
- Calidad de los activos
- Solvencia**
- Financiación y liquidez
- Ratings

ABANCA tiene una elevada cobertura del crédito, 63,2%, fruto de la aplicación de prudentes políticas de riesgo. La cobertura de los créditos dudosos, más adjudicados, se sitúa en el 61% y sigue siendo una de las más altas del sector, gracias a la política conservadora seguida por la entidad en la previsión del riesgo.



## SOLVENCIA

Gracias a su política de énfasis en la solidez, ABANCA mantiene su posición como una de las entidades más solventes del sector financiero español y europeo, con un nivel de capitalización muy por encima de las exigencias regulatorias.

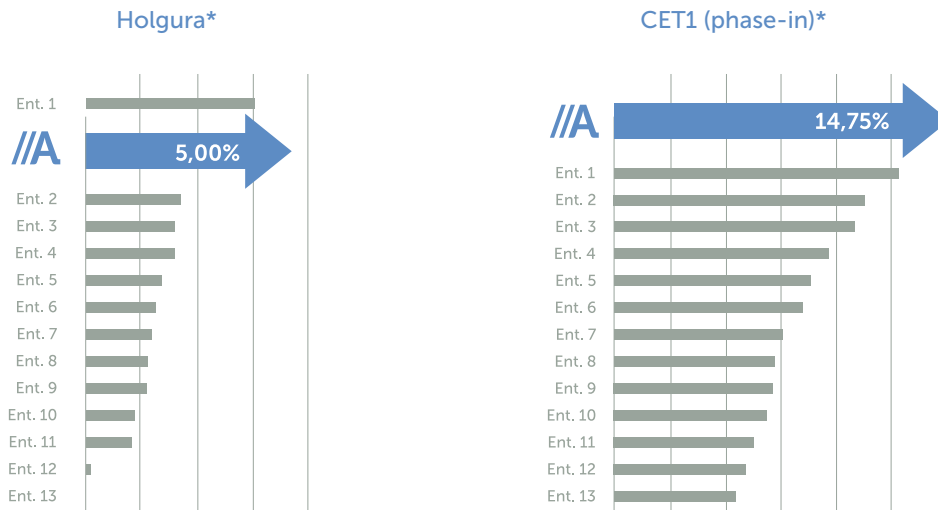


- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015**
- 10. ANEXOS

- Claves del ejercicio
- Resultados
- Calidad de los activos
- Solvencia
- Financiación y liquidez**
- Ratings

El ratio de capital de máxima calidad, CET1 (Common Equity Tier 1), se sitúa en el 14,75%. Este nivel de capitalización supone un exceso de 1.574 millones de euros sobre el mínimo regulatorio (9,75%) que se requiere de acuerdo con las directrices de Basilea III.

ABANCA se sitúa como una de las entidades financieras españolas que mantiene una mayor holgura de capital respecto a los requerimientos del supervisor.



\*según últimos datos públicos disponibles

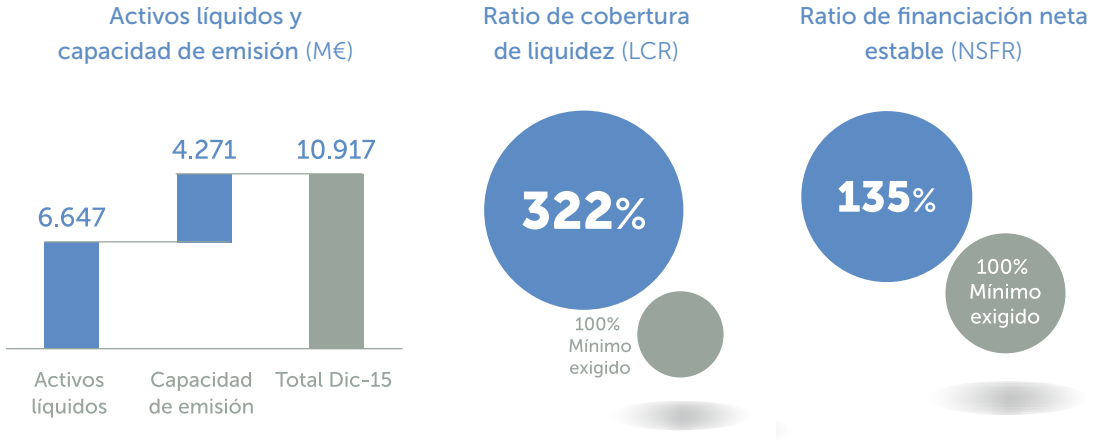
## FINANCIACIÓN Y LIQUIDEZ

Holgada posición de liquidez, con 10.917 millones de euros

ABANCA mantiene una holgada posición de liquidez, al disponer de 10.917 millones de euros entre activos líquidos disponibles y capacidad de emisión. Estas cifras avalan la estrategia de sostenibilidad a largo plazo desarrollada por la entidad, focalizada en el negocio minorista tradicional y la concesión de crédito. El banco financia su cartera de crédito con sus depósitos, de manera que los créditos representan el 90% de los depósitos de clientes.

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015**
- 10. ANEXOS

- Claves del ejercicio
- Resultados
- Calidad de los activos
- Solvencia
- Financiación y liquidez
- Ratings**



A 31 de diciembre de 2015, la entidad cumple ya de manera amplia los requerimientos que se exigirán a los bancos en términos de liquidez a finales de 2018 de acuerdo con la norma Basilea III. El ratio de cobertura de liquidez a corto plazo (LCR) se sitúa en el 322%, triplicando el mínimo exigido, mientras que el ratio de liquidez a largo plazo (NSFR) supera el 135%.

## RATINGS

Las calificaciones de las agencias de *rating* reflejan la evolución de la entidad. Fitch, Standard and Poor's y DBRS respaldan la mejoría de los fundamentales de ABANCA con subidas de su *rating* de fortaleza financiera. Las agencias destacan la mejoría de la calidad de sus activos, el incremento de su nivel de capitalización y la aplicación de los nuevos procesos de gestión del riesgo.

		2014	2015	
STANDARD & POOR'S RATINGS SERVICES McGRAW HILL FINANCIAL	Fortaleza Financiera	b-	b+	↑
	Rating L/P	B	B+	
FitchRatings	Fortaleza Financiera	bb-	bb+	↑
	Rating L/P	BB+	BB+	
DBRS Height beyond the rating	Fortaleza Financiera	BB (high)	BBB (low)	↑
	Rating L/P	BBB (low)	BBB (low)	



# 10

## ANEXOS

Diálogo con los grupos

Análisis de materialidad

Índice de contenidos GRI

Game

Informe de verificación

Créditos





1. PRESENTACIÓN	6. RSC, LA ESENCIA
2. UN NUEVO BANCO	7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
3. PRINCIPALES LÍNEAS	8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
4. MODELO DE NEGOCIO	9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
5. NUEVA CULTURA	<b>10. ANEXOS</b>

**Diálogo con los grupos**

- ..... Análisis de materialidad
- ..... Índice de contenidos GRI
- ..... Game
- ..... Informe de verificación
- ..... Créditos

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

**DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS**

G4-DMA, G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, G4-37, G4-49

ABANCA considera en su política de RSC cuatro grandes grupos básicos de interacción a lo largo de su cadena de valor:

- Empleados
- Clientes
- Sociedad
- Proveedores



- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS**

**Diálogo con los grupos**

- Análisis de materialidad
- Índice de contenidos GRI
- Game
- Informe de verificación
- Créditos

ABANCA, al cierre de 2015, cuenta con un amplio abanico de canales de diálogo y comunicación con sus grupos de interés.

Grupo de interés	Canales
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intranet (blogs, utilidades de comentarios, etc.)</li> <li>• Canal Expresa</li> <li>• Canal Ético ABANCA</li> <li>• Canal Ético del Consejero Delegado</li> <li>• Encuesta de clima laboral</li> <li>• Representantes laborales</li> </ul>
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Página web <a href="http://www.abanca.com">www.abanca.com</a></li> <li>• Servicio de Atención al Cliente (SAC)</li> <li>• Servicio de Atención Telefónica al Usuario 902.12.13.14</li> <li>• Red de oficinas</li> <li>• Encuestas de satisfacción</li> </ul>
Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Página web <a href="http://www.abanca.com">www.abanca.com</a></li> <li>• Departamento de Comunicación</li> <li>• Colaboración con agentes sociales y organizaciones sin ánimo de lucro</li> <li>• Comunicaciones a órganos supervisores</li> </ul>
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procura, mesa de compras</li> <li>• Reuniones</li> </ul>

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS**

Diálogo con los grupos

**Análisis de materialidad**

Índice de contenidos GRI

Game

Informe de verificación

Créditos

## ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

G4-18

### Identificación de los asuntos

#### 1. Fuentes externas:

- El informe “Sustainability Topics for Sector: What so stakeholders want to know?” de GRI.
- El informe “Defining Materiality: What matter to Reporters and Investors” de GRI y ROBECOSAM.
- El cuestionario “Dow Jones Sustainability Index” (DJSI) del sector bancario de ROBECOSAM.
- La “Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI)” versión G4.
- El cuestionario “Sustainalytics” del sector bancario.

#### 2. Fuentes internas:

- Plan Estratégico 2015-2017 de ABANCA.
- Web Corporativa y ejes estratégicos de RSC.
- Documento “Un año de ABANCA”.
- Existencia de políticas (fuente: Sustainalytics)
- Reuniones con el departamento de RSC.

### Evaluación y priorización

#### 1. Valoración externa de los asuntos en relación con la importancia que tienen para

la toma de decisiones de sus grupos de interés mediante:

- Análisis *benchmark*, cuyo objetivo es determinar la relevancia de los asuntos en materia de responsabilidad corporativa en el sector financiero a partir del análisis de los informes de determinadas compañías.
- Consulta a prescriptores sectoriales y sociales, cuyo objetivo es identificar cuáles son los asuntos que con mayor frecuencia están siendo tratados en la documentación pública de los prescriptores seleccionados.
- Análisis del Dow Jones Sustainability Index, cuyo objetivo es identificar cuáles son los asuntos con mayor importancia para dicho índice.
- Análisis de la prensa, cuyo objetivo es identificar aquellos asuntos que son tratados en los medios de comunicación escrita, tanto con un sentido positivo/neutral como con un sentido negativo.

#### 2. Valoración interna de los asuntos en relación con su relevancia estratégica mediante el análisis de la siguiente documentación.

- Plan Estratégico 2015-2017.
- Web Corporativa/Ejes estratégicos de RSC.
- Documento “Un año de ABANCA”.
- Existencia de políticas (fuente: Sustainalytics).
- Reuniones con el departamento de RSC.

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS**

Diálogo con los grupos

**Análisis de materialidad**

Índice de contenidos GRI

Game

Informe de verificación

Créditos

## Identificación de los asuntos y descripción

G4-19, G4-20, G4-21

Asuntos	Indicadores	Cobertura
Desempeño económico, rentabilidad y solvencia	Enfoque de gestión (DMA)* G4-EC1, G4-EC2, G4-EC3, G4-EC4 G4-EC5, G4-EC6 G4-EC7, G4-EC8 G4-EC9	Dentro y fuera de la organización
Operar con los más altos estándares éticos en el desarrollo del negocio; prevención de la corrupción y blanqueo de capitales	Enfoque de gestión (DMA)* G4-SO3, G4-SO4, G4-SO5 G4-SO6 G4-SO7 G4-SO8, G4-PR9 G4-SO11	Dentro y fuera de la organización
Responsabilidad fiscal y cumplimiento regulatorio	Enfoque de gestión (DMA)* G4-SO8, G4-PR9 FS9	Dentro y fuera de la organización
Consideración de aspectos ESG en las políticas de inversión y financiación	Enfoque de gestión (DMA)* G4-EN27, G4-EN28 G4-EN19 G4-HR1, G4-HR2 FS6, FS7, FS8 FS10, FS11	Dentro y fuera de la organización
Atención al cliente y medición de la satisfacción	Enfoque de gestión (DMA)* G4-PR3, G4-PR4, G4-PR5, FS15, FS16 G4-PR8	Dentro y fuera de la organización
Productos orientados al cliente, con una relación calidad/precio con condiciones no abusivas	Enfoque de gestión (DMA)* G4-PR1, G4-PR2 G4-PR3, G4-PR4, G4-PR5, FS15, FS16	Dentro y fuera de la organización
Transparencia de la información sobre productos y servicios	Enfoque de gestión (DMA)* G4-PR1, G4-PR2 G4-PR1, G4-PR2 G4-PR3, G4-PR4, G4-PR5, FS15, FS16 G4-PR6, G4-PR7	Dentro y fuera de la organización
Cercanía y servicio al cliente, Banca Digital y la Omnicanalidad	Enfoque de gestión sobre el servicio al cliente y la estrategia de digitalización de ABANCA	Dentro y fuera de la organización
Seguridad informática y protección de datos	Enfoque de gestión (DMA)* G4-PR8	Dentro y fuera de la organización
Soluciones financieras para clientes con dificultades (contexto de crisis económica)	Enfoque de gestión y mecanismos internos para gestionar las situaciones de clientes con dificultades para afrontar sus deudas hipotecarias	Dentro y fuera de la organización
Eficiencia energética y lucha contra el cambio climático	Enfoque de gestión (DMA)* G4-EN3, G4-EN4, G4-EN5, G4-EN6, G4-EN7 G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19, G4-EN20, G4-EN21 G4-EN27, G4-EN28 G4-EN30	Dentro y fuera de la organización
Fomento de la igualdad y la diversidad	Enfoque de gestión (DMA)* G4-LA12 G4-LA13 G4-HR3	Dentro de la organización
Cultura de estabilidad laboral y alto desempeño con un capital humano motivado	Enfoque de gestión (DMA)* G4-LA1, G4-LA2, G4-LA3 G4-LA4 G4-LA5, G4-LA6, G4-LA7, G4-LA8 G4-LA12 G4-LA13 G4-LA16 G4-HR3 G4-HR4	Dentro de la organización

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS

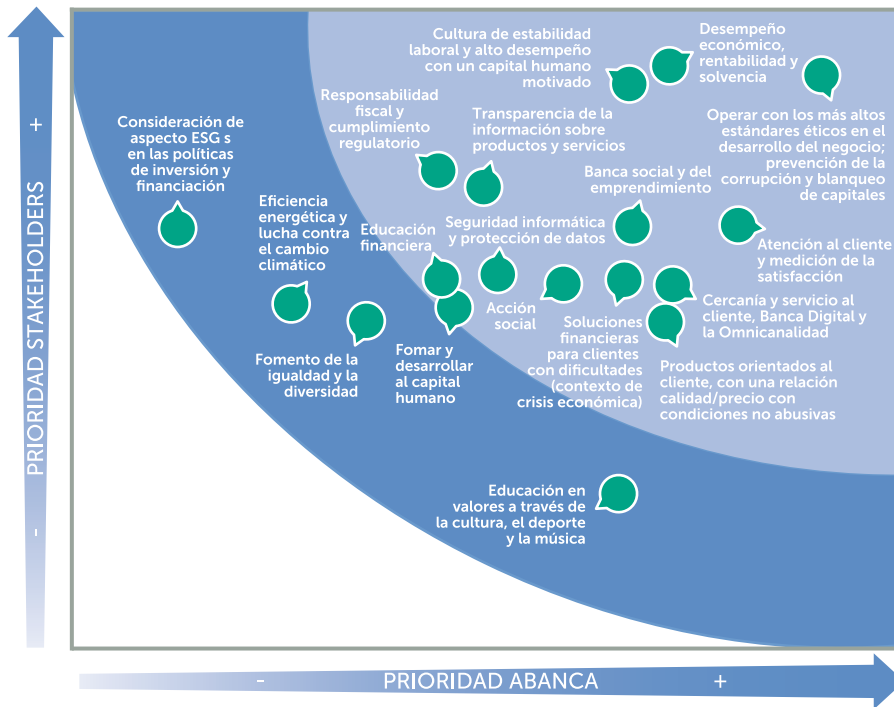
- Diálogo con los grupos
- Análisis de materialidad**
- Índice de contenidos GRI
- Game
- Informe de verificación
- Créditos

Asuntos	Indicadores	Cobertura
Formar y desarrollar al capital humano	Enfoque de gestión (DMA)* G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11	Dentro de la organización
Banca social y del emprendimiento	Enfoques de gestión (DMA)* G4-EC1, G4-EC2, G4-EC3, G4-EC4 G4-EC7, G4-EC8 G4-SO1, G4-SO2 FS6, FS7, FS8 FS13, FS14	Dentro y fuera de la organización
Acción social	Enfoques de gestión (DMA)* G4-EC1 G4-SO1, G4-SO2	
Educación en valores a través de la cultura, el deporte y la música		Dentro y fuera de la organización
Educación financiera	FS16	Dentro y fuera de la organización

\* DMA equivale a "Disclosure on Management Approach" o Enfoque de Gestión.

- Asuntos materiales identificados de relevancia alta.
- Asuntos materiales identificados de relevancia media.

### Matriz de materialidad





## ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

G4-32

Opción de conformidad exhaustiva de la guía G4



Contenidos básicos GENERALES					
Contenidos básicos generales	Páginas/Referencia/Respuesta directa	Omisiones	Verific. externa	Descripción	
<b>Estrategia y análisis</b>					
G4-1	9		Si, 214	Declaración del Presidente	
G4-2	9, 171		Si, 214	Describe los principales efectos, riesgos y oportunidades	
<b>Perfil de la organización</b>					
G4-3	ABANCA Corporación Bancaria, S.A.		Si, 214	Nombre de la organización	
G4-4	45		Si, 214	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización	
G4-5	Cantón Claudino Pita, 2 Betanzos (A Coruña)		Si, 214	Localización de la sede principal de la organización	
G4-6	60		Si, 214	Localización y nombre de los países en los que se desarrollan actividades significativas o los que sean relevantes	
G4-7	17		Si, 214	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	
G4-8	45		Si, 214	Mercados servidos (desglose geográfico, sectores y tipos de clientes/beneficiarios)	
G4-9	45, 57, 179	ABANCA desarrolla su actividad en el mercado español y la práctica totalidad de sus ingresos y gastos son generados en este mercado	Si, 214	Dimensión de la organización: número de empleados, número de operaciones, ventas netas, capitalización y cantidad de productos y servicios que se ofrecen	
G4-10	101	La mayoría de la plantilla tiene contrato indefinido, únicamente el 0,3% de la plantilla tiene contrato temporal	Si, 214	Número de empleados desglosados por tipo de contrato y género	
G4-11		El 100% de los empleados de ABANCA están cubiertos por el Convenio Colectivo que les aplica (Convenio Colectivo de las Cajas y Entidades Financieras de Ahorro)	Si, 214	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	
G4-12	91		Si, 214	Descripción de la cadena de suministro de la organización	
G4-13		No se han producido cambios significativos en el año 2015	Si, 214	Cambios significativos que han tenido lugar durante el período cubierto por el informe en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización	
G4-14	171		Si, 214	Información sobre cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución	
G4-15	32, 113		Si, 214	Relación de cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado	
G4-16	32, 75, 144		Si, 214	Relación de asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece	
<b>Aspectos materiales y cobertura</b>					
G4-17	3		Si, 214	Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes	
G4-18	195		Si, 214	Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. Y cómo la organización ha aplicado los principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria	
G4-19	196		Si, 214	Lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido	
G4-20	196		Si, 214	Cobertura dentro de la organización de cada aspecto material	

Contenidos básicos GENERALES				
Contenidos básicos generales	Páginas/Referencia/Respuesta directa	Omisiones	Verific. externa	Descripción
G4-21	196		Sí, 214	Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material
G4-22	Esta es la primera memoria de RSC de ABANCA		Sí, 214	Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas
G4-23	Esta es la primera memoria de RSC de ABANCA		Sí, 214	Cambio significativo en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores
Participación de los grupos de interés				
G4-24	193		Sí, 214	Lista de los grupos de interés vinculados a la organización
G4-25	193		Sí, 214	Criterios de elección de los grupos de interés con los que se trabaja
G4-26	85, 193		Sí, 214	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluida la frecuencia de su participación por tipos y categorías de grupos de interés
G4-27	88, 193		Sí, 214	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y descripción de la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos, mediante su memoria
Perfil de la memoria				
G4-28	El año natural 2015		Sí, 214	Periodo objeto de la memoria
G4-29	Esta es la primera memoria de RSC de ABANCA		Sí, 214	Fecha de la última memoria (si procede)
G4-30	Anual		Sí, 214	Ciclo de presentación de memorias
G4-31	ABANCA Corporación Bancaria, S.A. Cantón Claudino Pita, 2 · Betanzos 981 187 000 · ABANCA.com		Sí, 214	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria
G4-32	199, 214 La memoria se ha realizado de acuerdo a la opción de conformidad exhaustiva		Sí, 214	Opción "de conformidad" con la Guía elegida por la organización, índice de GRI de la opción elegida y referencia al informe de Verificación externa
G4-33	214		Sí, 214	Política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria
Gobierno				
G4-34	18		Sí, 214	Estructura de gobierno de la organización
G4-35	18		Sí, 214	Describe el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social
G4-36	20		Sí, 214	Cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno
G4-37	193		Sí, 214	Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales
G4-38	19, 20		Sí, 214	Describe la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités
G4-39	19		Sí, 214	Información sobre si la persona que preside el órgano de gobierno no ocupa también un puesto ejecutivo
G4-40	19, 21		Sí, 214	Describe los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero
G4-41	28 ABANCA tiene un Código de Ética y Conducta en vigor que obliga a los profesionales de la organización a declarar la existencia o inexistencia de conflicto de interés con respecto al código ético. Existen tres declaraciones: inexistencia de conflicto, participación en empresas o actividades ajenas a ABANCA y posible conflicto para manifestar situaciones diferentes a la participación en empresas o actividades que pudieran suponer un conflicto. Todos los empleados tienen el deber de mantener actualizada su información sobre posibles conflictos de interés, remitiendo la declaración correspondiente a través del canal ético ABANCA. El Reglamento Interno de Conducta impone obligaciones de manifestación de conflictos a determinados profesionales de la organización para controlar el posible uso interesado de información privilegiada en mercados financieros (para más información vid. Cumplimiento Normativo)		Sí, 214	Describe los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a los grupos de interés



Contenidos básicos GENERALES				
Contenidos básicos generales	Páginas/Referencia/Respuesta directa	Omisiones	Verific. externa	Descripción
G4-42	20		Sí, 214	Describe las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización
G4-43	20		Sí, 214	Señale qué medidas se han adoptado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales
G4-44	En ABANCA se realiza un proceso de autoevaluación por parte de los Consejeros. En 2016, el proceso de evaluación será llevado a cabo por una firma externa e independiente		Sí, 214	Procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales
G4-45	20		Sí, 214	Función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social
G4-46	23, 174		Sí, 214	Describe la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales
G4-47	20		Sí, 214	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social
G4-48	El Consejo de Administración, máximo órgano de decisión de la Sociedad, salvo en las materias reservadas a la competencia de la Junta General, aprueba, con carácter indelegable, las grandes líneas de las políticas y estrategias de la Sociedad. El Consejo de Administración también es el encargado de aprobar la memoria de sostenibilidad		Sí, 214	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los aspectos materiales queden reflejados
G4-49	193		Sí, 214	Describe el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno
G4-50	20		Sí, 214	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas
G4-51	25		Sí, 214	Políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la Alta Dirección
G4-52	25 La remuneración de los consejeros se determina de conformidad con la política de remuneración del Consejo de Administración independientes aprobada por la Junta General de Accionistas del Banco con fecha 30 de junio 2015		Sí, 214	Describe los procesos mediante los cuales se determina la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si éstos son de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización
G4-53	La política de remuneraciones de los miembros del Consejo de Administración fue aprobada en la Junta General de Accionistas del Banco con fecha 30 de junio de 2015 con el 100% de votos a favor. A la junta asistió más del 88% del capital social		Sí, 214	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión
G4-54	La relación es de 5,23. El ratio se ha calculado para ABANCA teniendo en cuenta el número medio de empleados, incluyendo temporales		Sí, 214	Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente
G4-55	El salario de la persona mejor pagada no ha experimentado variación respecto al 2014 por lo que este indicador no se aplica este año		Sí, 214	Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente
<b>Ética e integridad</b>				
G4-56	28		Sí, 214	Describe los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos

**Contenidos básicos GENERALES**

Contenidos básicos generales	Páginas/Referencia/Respuesta directa	Omisiones	Verific. externa	Descripción
G4-57	30		Sí, 214	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento
G4-58	30, 88		Sí, 214	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda

**Contenidos básicos ESPECÍFICOS**

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Páginas/Referencia/Respuesta directa	Omisiones	Verific. Externa	Descripción
---	--------------------------------------	-----------	------------------	-------------

**Categoría: ECONOMÍA**
**Desempeño económico**

G4-DMA	161, 180		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-EC1	162		Sí, 214	Valor económico directo generado y distribuido
G4-EC2	98		Sí, 214	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático
G4-EC3	109		Sí, 214	Límite de las obligaciones de la organización debidas a programas de prestaciones sociales
G4-EC4	Durante 2015, el Grupo ABANCA ha recibido subvenciones en materia de formación por valor de 516.662 € (510.503,19 € destinados a ABANCA, 2.341 € destinados al Grupo Inmobiliario y 3.818 € destinados a ABANCA Seguros)		Sí, 214	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno

**Presencia en el mercado**

G4-DMA	39, 60		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-EC5	109		Sí, 214	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas
G4-EC6	101 Más del 60% del comité de dirección de ABANCA procede de su comunidad autónoma, Galicia, origen y núcleo de su actividad, desde donde quiere ser la entidad de referencia del noroeste de España		Sí, 214	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas

**Consecuencias económicas indirectas**

G4-DMA	161		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-EC7	80, 122, 124, 128, 146		Sí, 214	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios
G4-EC8	80, 121, 146		Sí, 214	Impactos económicos indirectos significativos

**Prácticas de adquisición**

G4-DMA	91		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-EC9	91		Sí, 214	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales

**Categoría: MEDIOAMBIENTE**
**Energía**

G4-DMA	93		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-EN3	93		Sí, 214	Consumo energético interno
G4-EN4	93 Uno de los consumos de energía más relevantes fuera de la organización son los consumos asociados al transporte de empleados. Los datos de emisiones de CO <sub>2</sub> ocasionados por estas actividades están reflejados en el indicador G4-EN17		Sí, 214	Consumo energético externo

**Contenidos básicos ESPECÍFICOS**

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Páginas/Referencia/Respuesta directa	Omisiones	Verific. Externa	Descripción
---	--------------------------------------	-----------	------------------	-------------

**Categoría: MEDIOAMBIENTE**

G4-EN5	93		Sí, 214	Intensidad energética
G4-EN6	93		Sí, 214	Reducción del consumo energético
G4-EN7		No aplicable. Debido a la características del sector de actividad de ABANCA, en el que se ofrecen productos y servicios financieros, por tanto sin requisitos energéticos asociados a su producción	Sí, 214	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios

**Emisiones**

G4-DMA	93		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-EN15	93 En 2015 las emisiones de gases de efecto invernadero (alcance 1) han supuesto 8.338.465,12 kgCO <sub>2</sub> eq		Sí, 214	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)
G4-EN16	93 En 2015 las emisiones de gases de efecto invernadero (alcance 2) han supuesto 259.273,52 kgCO <sub>2</sub> eq		Sí, 214	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)
G4-EN17	93		Sí, 214	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)
G4-EN18	93		Sí, 214	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero
G4-EN19	93		Sí, 214	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero
G4-EN20		No aplicable. Debido a la características del sector de actividad de ABANCA, en el que se ofrecen productos y servicios financieros, que no llevan asociado el uso o producción de sustancias que agotan la capa de ozono	Sí, 214	Emisiones de sustancias que agotan el ozono
G4-EN21		No aplicable. Debido a la características del sector de actividad de ABANCA, en el que se ofrecen productos y servicios financieros, por tanto sin emisiones atmosféricas significativas asociadas a su producción	Sí, 214	NOX, SOX, y otras emisiones atmosféricas significativas

**Productos y servicios**

G4-DMA	98		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-EN27	98		Sí, 214	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios
G4-EN28		No aplicable. ABANCA no comercializa productos	Sí, 214	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría

**Cumplimiento regulatorio**

G4-DMA	22		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-EN29	Durante 2015 ABANCA no ha sido objeto de multas o sanciones significativas relacionadas con el cumplimiento de la normativa medioambiental		Sí, 214	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental

**Transporte**

G4-DMA	93		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-EN30	93		Sí, 214	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal

**Categoría: DESEMPEÑO SOCIAL**
**Subcategoría: Prácticas laborales y trabajo digno**

Empleo				
G4-DMA	101		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-LA1	102, 103		Sí, 214	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región
G4-LA2	109		Sí, 214	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad

Contenidos básicos ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Páginas/Referencia/Respuesta directa	Omisiones	Verific. Externa	Descripción
<b>Categoría: DESEMPEÑO SOCIAL</b>				
G4-LA3	112, 113		Si, 214	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo
<b>Relaciones entre los trabajadores y la dirección</b>				
G4-DMA	193		Si, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-LA4	15 días		Si, 214	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>				
G4-DMA	111		Si, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-LA5	111 ABANCA dispone de un único Comité de Seguridad y Salud compuesto por 12 representantes de la empresa y 12 representantes de los trabajadores, que representan al 100% de los empleados. El Comité de Seguridad y Salud es el órgano paritario y colegiado de participación destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de empresa a nivel España en materia de prevención de riesgos. El Comité se reúne trimestralmente y siempre que lo solicite alguna de las representaciones en el mismo		Si, 214	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral
G4-LA6	111		Si, 214	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo
G4-LA7	En la empresa, por el tipo de trabajo que se realiza (administrativo), no hay enfermedades profesionales (los trabajadores de ABANCA tienen la consideración de trabajadores usuarios de pantallas de visualización de datos)		Si, 214	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad
G4-LA8	111 Además del Convenio Colectivo, ABANCA cuenta con diversos acuerdos formales en materia de salud y seguridad que incluyen: 1) Facilitar equipos de protección personal 2) Participación de representantes de los trabajadores en las inspecciones, auditorías e investigaciones de accidentes relacionados con la salud y la seguridad 3) Formación en Prevención de Riesgos Laborales 4) Mecanismos de reclamación de riesgos laborales 5) Derecho a negarse a realizar trabajos peligrosos 6) Inspecciones periódicas		Si, 214	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos
<b>Capacitación y educación</b>				
G4-DMA	105		Si, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-LA9	105		Si, 214	Promedio de horas de capacitación empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral
G4-LA10	105		Si, 214	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales
G4-LA11	108		Si, 214	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>				
G4-DMA	113		Si, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-LA12	19, 101		Si, 214	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad
<b>Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>				
G4-DMA	113		Si, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-LA13	El convenio laboral vigente establece que el salario base depende de la categoría profesional, no haciendo distinción entre el salario base de hombres y mujeres		Si, 214	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad

Contenidos básicos ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Páginas/Referencia/Respuesta directa	Omisiones	Verific. Externa	Descripción
<b>Categoría: DESEMPEÑO SOCIAL</b>				
<b>Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales</b>				
G4-DMA	30		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-LA16	Durante 2015 ABANCA no ha registrado a través del Canal Ético ninguna reclamación relacionada con prácticas laborales		Sí, 214	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación
<b>Subcategoría: Derechos Humanos</b>				
<b>Inversión</b>				
G4-DMA	28		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-HR1	No se han identificado contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de Derechos Humanos en 2015, por considerarse que no existen riesgos que lo hagan necesario		Sí, 214	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos
G4-HR2	28		Sí, 214	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluidos el porcentaje de empleados capacitados
<b>No discriminación</b>				
G4-DMA	113		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-HR3	Durante 2015 ABANCA no ha registrado a través de los canales disponibles ningún caso de discriminación		Sí, 214	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas
<b>Libertad de asociación y negociación colectiva</b>				
G4-DMA	28		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-HR4	91		Sí, 214	Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos
<b>Subcategoría: Sociedad</b>				
<b>Comunidades locales</b>				
G4-DMA	119		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-SO1	75, 80, 121, 146		Sí, 214	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local
G4-SO2	122		Sí, 214	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales
FS13	45, 49, 75		Sí, 214	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos
FS14	54, 145		Sí, 214	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros
<b>Lucha contra la corrupción</b>				
G4-DMA	28		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-SO3	28		Sí, 214	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados
G4-SO4	28, 107		Sí, 214	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción
G4-SO5	En los casos en los que empleados de la entidad, durante la prestación de servicios, incurran en conductas que se puedan tildar de fraude/corrupción, se puede considerar que han cometido una falta muy grave de conformidad al convenio colectivo. En 2015 ha habido cinco casos aplicándose en todos ellos el despido disciplinario		Sí, 214	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas
<b>Política pública</b>				
G4-DMA	145		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto

Contenidos básicos ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Páginas/Referencia/Respuesta directa	Omisiones	Verific. Externa	Descripción
<b>Categoría: DESEMPEÑO SOCIAL</b>				
G4-SO6	Tal y como se recoge en el Código Ético y de Conducta, ABANCA guiará su actividad con representantes públicos bajo el principio de neutralidad política, y evitará ser utilizado como instrumento activo o pasivo para la vulneración de la legalidad vigente o para el logro de fines ilegítimos o inapropiados		Sí, 214	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario
<b>Prácticas de competencia desleal</b>				
G4-DMA	De acuerdo con su Código Ético, ABANCA se compromete a competir en los mercados de manera honesta y leal. Asimismo, se compromete a realizar la contratación de proveedores en un marco de libre competencia y al margen de cualquier vinculación o interferencia ajena a los intereses de ABANCA		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-SO7	Durante 2015, no ha existido ningún procedimiento legal de esta naturaleza que haya afectado significativamente al negocio de la entidad		Sí, 214	Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados
<b>Cumplimiento regulatorio</b>				
G4-DMA	31		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-SO8	Ver el Informe de Gestión en la web Corporativa del banco		Sí, 214	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa
<b>Mecanismos de reclamación por impacto social</b>				
G4-DMA	28		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-SO11		No aplicable. El sistema de reclamaciones de ABANCA no identifica este tipo de reclamaciones	Sí, 214	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación
<b>Subcategoría: Responsabilidad sobre productos</b>				
<b>Salud y seguridad de los clientes</b>				
G4-DMA	28, 88		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-PR1	54, 58		Sí, 214	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras
G4-PR2	Durante 2015 no se ha producido ningún incidente significativo de esta naturaleza		Sí, 214	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes
<b>Etiquetado de los productos y servicios</b>				
G4-DMA	85		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-PR3	La entidad tiene publicada una Política que establece, entre otros aspectos, los procedimientos organizativos necesarios para cumplir con la normativa vigente en materia de comunicación publicitaria. En particular toda comunicación publicitaria del banco pasa previamente la revisión de la asesoría jurídica		Sí, 214	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos
G4-PR4	Durante 2015 no se ha recibido ninguna sanción significativa o resolución contraria por incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios en materia de publicidad por información de productos		Sí, 214	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes
G4-PR5	85		Sí, 214	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes
<b>Comunicaciones de mercadotecnia</b>				
G4-DMA	85		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-PR6	La entidad tiene publicada una Política de Comunicación Comercial que establece, entre otros aspectos, los procedimientos organizativos necesarios para cumplir con la normativa vigente en materia de comunicación publicitaria. En particular toda comunicación publicitaria del banco pasa previamente la revisión de la asesoría jurídica		Sí, 214	Venta de productos prohibidos o en litigio
G4-PR7	Durante 2015 no se ha producido ningún incumplimiento que haya dado lugar a sanciones significativas por este motivo		Sí, 214	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes

Contenidos básicos ESPECÍFICOS				
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Páginas/Referencia/Respuesta directa	Omisiones	Verific. Externa	Descripción
<b>Categoría: DESEMPEÑO SOCIAL</b>				
<b>Privacidad de los clientes</b>				
G4-DMA	ABANCA tiene la obligación de proteger al máximo la información personal y privada de sus clientes y empleados, tal y como se recoge en su Código Ético y en la legislación vigente en materia de intimidad, de protección de datos y de secreto bancario. La protección de datos y el derecho a la intimidad son considerados en todos los ámbitos de gestión de la entidad, que cuenta con estrictas normativas internas y realiza cursos de formación específicos para la plantilla. Asimismo, ABANCA inscribe en el Registro General de Protección de Datos todos los ficheros de su responsabilidad con datos de carácter personal, y todos los empleados tienen acceso a un documento de seguridad que establece las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los ficheros con datos de carácter personal y de los centros de tratamiento, etc. Además, no se permite el acceso a la consulta de datos de clientes que no sean estrictamente necesarios para el trabajo. En caso de que fuese posible y se llevase a cabo, sería objeto de sanción, aunque no tenga trascendencia exterior		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-PR8	En 2015, ABANCA no ha sido objeto de sanciones significativas por este motivo		Sí, 214	Número de reclamaciones sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes
<b>Cumplimiento regulatorio</b>				
G4-DMA	22		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
G4-PR9	Durante 2015 no se ha recibido ninguna multa significativa de sanciones en firme fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización		Sí, 214	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios
<b>Categoría: CONTENIDOS ESPECÍFICOS DEL SECTOR BANCARIO</b>				
<b>Portafolio de productos</b>				
G4-DMA	39		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
FS6	45, 75		Sí, 214	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (microempresa, pyme, grande) y sector
FS7	75, 182		Sí, 214	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos
FS8	98		Sí, 214	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos
<b>Auditoría</b>				
G4-DMA	22		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
<b>Propiedad activa</b>				
G4-DMA	62, 98		Sí, 214	Enfoque de gestión del aspecto
FS10	98		Sí, 214	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales
FS11	98		Sí, 214	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental





1. PRESENTACIÓN
2. UN NUEVO BANCO
3. PRINCIPALES LÍNEAS
4. MODELO DE NEGOCIO
5. NUEVA CULTURA
6. RSC, LA ESENCIA
7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS**

[Diálogo con los grupos](#)[Análisis de materialidad](#)[Índice de contenidos GRI](#)**Game**[Informe de verificación](#)[Créditos](#)

## ESTUDIO DEL GRUPO DE ANÁLISIS Y MODELIZACIÓN ECONÓMICA (GAME)

### Metodología

Para estimar los impactos directos se ha utilizado la información contable de ABANCA relativa a todos los ingresos y gastos por todos los conceptos en 2015, así como los empleos, de acuerdo con el proceso productivo. De esta forma, se han estimado el valor añadido y el empleo generado directamente por la corporación objeto de estudio.

El valor añadido es una magnitud que nos informa de la aportación de la actividad financiera de ABANCA en términos de las rentas generadas tanto de capital como de trabajo, así como los impuestos sobre la producción. A veces se suele acompañar el valor añadido con la cifra de producción, entendida como volumen de las ventas de la empresa. Debemos tener en cuenta el hecho de que en el valor de las ventas de bienes y servicios financieros (producción) van incluidos todos los costes de la empresa, no solo los relativos al trabajo y al capital, sino también los consumos intermedios (incluidas las importaciones) por lo que la cifra de producción en algunos sectores puede ser muy elevada sin que la aportación de la actividad económica sea significativa. Es por ello que la cifra de producción no aporta por sí misma información relevante sobre el impacto económico de la actividad productiva de que se trate.

Los impactos indirectos se estiman mediante el modelo de Leontief, descrito en el siguiente apartado construido a partir de la información del Marco Input Output de Galicia 2011<sup>1</sup>, utilizando los datos contables, recogidos en la empresa, relativos a las compras (consumos intermedios e inversiones) realizadas en 2015.

Los impactos inducidos se estiman también mediante el modelo de Leontief a partir de la información tanto de los consumos intermedios e inversiones como de los pagos de salarios, dividendos e impuestos. En este caso se asume que toda la renta generada directa e indirectamente por la actividad de ABANCA es utilizada por los diferentes agentes que la perciben (empleados, empresas, administración) para financiar demanda interior gallega.

### Modelo de análisis de impacto

El modelo clásico multisectorial *input-output* de Leontief se utiliza para efectuar simulaciones que estiman los impactos de diferentes shocks externos para una economía sobre distintos escenarios. Para las simulaciones se utilizan dos modelos (Demanda y Oferta). En nuestra estimación se utiliza el modelo de Demanda con el que se mide el impacto global sobre el conjunto de la economía de cambios en el consumo privado, en el consumo público, en la inversión o en las exportaciones. Los impactos se pueden medir en términos de producción bruta, Valor Añadido (PIB) y

<sup>1</sup> [http://www.ige.eu/web/mostrar\\_actividade\\_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0307007003](http://www.ige.eu/web/mostrar_actividade_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0307007003)

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS**

- Diálogo con los grupos
- Análisis de materialidad
- Índice de contenidos GRI
- Game**
- Informe de verificación
- Créditos

empleo principalmente, aun cuando se puede hacer sobre otras variables del modelo.

Si bien es admitida la insuficiencia de los modelos económicos para representar la realidad, aquellos que centran su análisis en la interdependencia económica suponen, al menos, un notable acercamiento. En este ámbito se encuentra el modelo de Leontief y, en general, los métodos de análisis *input-output*. El modelo de Leontief consiste en representar en una tabla de doble entrada los flujos o transacciones económicas entre las distintas ramas de actividad, así como con la demanda final y con los tradicionalmente llamados factores primarios (tierra, trabajo y capital), ocurridos en un período determinado, normalmente un año, y para un área dada (país, región...).

Las ramas son los elementos claves del esquema de Leontief, representando canales a través de los cuales se forman, circulan y

renuevan los flujos de bienes y servicios de una economía. Se trata de relaciones de interdependencia que dependen de la función que cada actividad desarrolla en el proceso económico y de las exigencias inherentes a esa función, es decir, de las necesarias interconexiones existentes entre la demanda (compras) de bienes y servicios a emplear en la producción (*inputs*) y la oferta total (producción) de bienes y servicios obtenidos por la combinación de ellos (*outputs*). Por lo tanto, el análisis de la actividad económica se realiza desde una perspectiva funcional, estudiando las relaciones técnico-económicas de los procesos de producción.

Supongamos una economía dividida en  $n$  sectores productivos, con sus respectivas producciones  $x_1, x_2, \dots, x_i, \dots, x_j, \dots, x_n$ . El conjunto de flujos de *outputs* e *inputs* puede ser expresado en una tabla *input-output* como la del cuadro 1:

**Cuadro 1. Tabla *input-output***

Ramas	Consumos intermedios				Demanda final	<i>Output</i> total
Consumos intermedios	z11	z12	...	z1n	D1	X1
	z21	z22	...	z2n	D2	X2
	⋮	⋮		⋮	⋮	⋮
	zn1	zn2	...	znn	Dn	Xn
<i>Inputs</i> primarios	v1	v2	...	vn		
<i>Output</i> total	x1	x2	...	xn		

- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS**

- Diálogo con los grupos
- Análisis de materialidad
- Índice de contenidos GRI
- Game**
- Informe de verificación
- Créditos

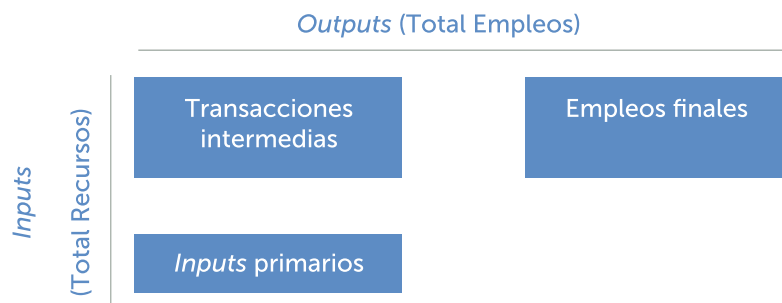
En este esquema, al estar las transacciones organizadas en forma de matriz, cada celda representa simultáneamente una venta y una compra. Esto es, cada rama o sector de actividad aparece en su doble vertiente:

- Fila: Vendedor → envíos a los demás sectores y a la demanda final.
- Columna: Comprador → cantidades recibidas del resto de ramas e inputs primarios.

A lo largo de cada fila, se muestra la estructura de la distribución de las ventas de cada rama: ventas a cada usuario interme-

dio (demanda intermedia) y a la demanda final en sus diversas categorías [consumo de los hogares, consumo colectivo (AA.PP), inversión o formación de capital y exportaciones]; mientras que las columnas presentan la estructura de costes de cada rama, esto es, las compras intermedias necesarias para llevar a cabo su producción (*inputs* intermedios) y la utilización de *inputs* primarios [remuneración de asalariados, excedente bruto de explotación y rentas mixtas], coincidiendo en valor la suma de las filas y columnas para el total de la economía y rama por rama de actividad (figura 2): total empleos = total recursos.

Figura 2. Esquema de la tabla *input-output*



A partir de los registros de la tabla se puede extraer información adicional mediante el cálculo de los coeficientes técnicos y de distribución y obtener las dos expresiones que sintetizan la solución matemática de los modelos de demanda y oferta, vías al-

ternativas de observar la determinación del *output*.

El coeficiente técnico, *ajj*, expresa en tanto por uno las compras que una rama realiza a otras en relación a su producción -la can-

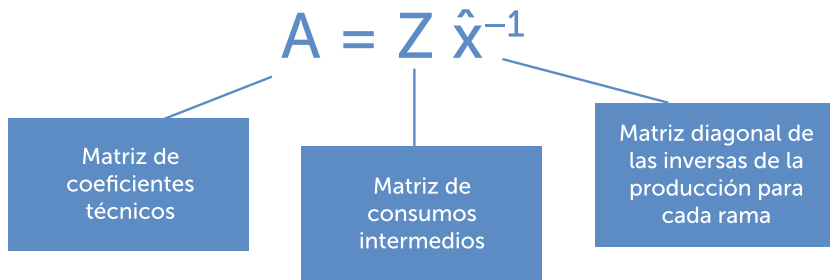
- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS**

- Diálogo con los grupos
- Análisis de materialidad
- Índice de contenidos GRI
- Game**
- Informe de verificación
- Créditos

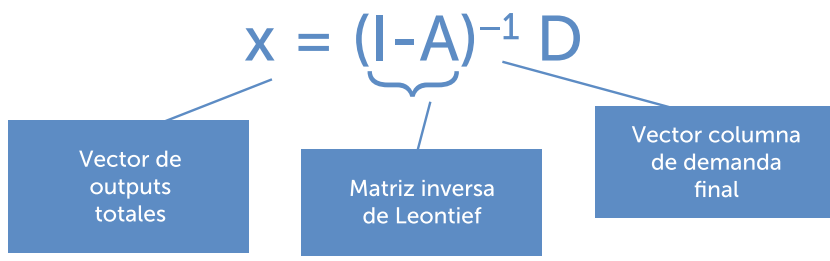
cantidad de *input* *i* necesario para producir una

unidad monetaria de *output* *j*:  $a_{ij} = \frac{z_{ij}}{x_j}$ , siendo  $z_{ij}$  el flujo intermedio desde *i* a *j*, y  $x_j$  el

*output* del sector comprador *j*. De aquí se deduce:  $z_{ij} = a_{ij} x_j$ , que en términos matriciales podría expresarse de la siguiente forma:



y que tras diversas operaciones matriciales se llega a la expresión que sintetiza la operativa del modelo de demanda:



- 1. PRESENTACIÓN
- 2. UN NUEVO BANCO
- 3. PRINCIPALES LÍNEAS
- 4. MODELO DE NEGOCIO
- 5. NUEVA CULTURA
- 6. RSC, LA ESENCIA
- 7. CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA
- 8. GESTIÓN ACTIVA DEL RIESGO
- 9. INFORMACIÓN FINANCIERA 2015
- 10. ANEXOS**

Diálogo con los grupos

Análisis de materialidad

Índice de contenidos GRI

**Game**

Informe de verificación

Créditos

## Resumen de resultados

### Actividad Corporativa Galicia

#### Abanca

Empleo	3.730
Retribución empleados (M€)	243
Pago Tributos (M€)	112
Afundación/Mecenazgo	6,4

#### Compras a Proveedores

Volumen Compras (M€)	167
Nº Proveedores	3.030
Empleo	73.593
Retribución empleados (M€)	2.303

#### Impacto Directo/Indirecto/Inducido

Impacto PIB (M€)	794
Impacto PIB (%)	1,42%
Impacto Empleo número	15.924
Impacto Empleo (%)	1,43%

### Actividad Financiación Galicia

#### Agente Financiador

Nº Empresas/Autónomos a las que financia	85.216
Financiación empresarial (M€)	8.035
Empleo empresas financiadas	537.728

#### Impacto Directo/Indirecto/Inducido

Impacto PIB (M€)	6.210
Impacto PIB (%)	11,13%
Impacto Empleo número	131.900
Impacto Empleo (%)	11,82%

# INFORME DE VERIFICACIÓN

G4-32 , G4-33



**KPMG Asesores S.L.**  
 Paseo de la Castellana, 269 C  
 28046 Madrid

## Informe de Revisión Independiente para la Dirección de ABANCA Corporación Bancaria, S.A.

De acuerdo con nuestra carta de encargo, hemos revisado la información no financiera contenida en la Memoria de RSC de ABANCA Corporación Bancaria, S.A. (en adelante ABANCA) del ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2015 (en adelante, "el Informe"). La información revisada se circunscribe al contenido del apartado Índice de Contenidos GRI del Informe.

La Dirección de ABANCA es responsable de la preparación y presentación del Informe de conformidad con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative, versión 4.0 (G4), según lo detallado en el punto G4-32 del Índice de contenidos GRI del Informe y siguiendo los criterios de *Content Index Service*, habiendo obtenido, confirmación de Global Reporting Initiative sobre la correcta aplicación de los mismos. La Dirección también es responsable de la información y las afirmaciones contenidas en el mismo; de la determinación de los objetivos de ABANCA en lo referente a la selección y presentación de información sobre el desempeño en materia de desarrollo sostenible, incluyendo la identificación de los grupos de interés y de los asuntos materiales; y del establecimiento y mantenimiento de los sistemas de control y gestión del desempeño de los que se obtiene la información.

Nuestra responsabilidad es llevar a cabo una revisión limitada y, basado en el trabajo realizado, emitir este informe, referido exclusivamente a la información correspondiente al ejercicio 2015. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de conformidad con la Norma ISAE 3000, *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) y con la Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE). Estas normas exigen que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo de forma que obtengamos una seguridad limitada sobre si el informe está exento de errores materiales.

KPMG aplica la norma ISQC1 (*International Standard on Quality Control 1*) y de conformidad con la misma mantiene un sistema integral de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados en relación al cumplimiento de los requerimientos éticos, estándares profesionales y requerimientos legales y regulatorios aplicables.

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y otros requerimientos éticos del *Code of Ethics for Professional Accountants* emitido por el International Ethics Standards Board for Accountants, el cual está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestro trabajo de revisión limitada se ha llevado a cabo mediante entrevistas con la Dirección y las personas encargadas de la preparación de la información incluida en el Informe, y la aplicación de procedimientos analíticos y otros dirigidos a recopilar evidencias, como:

- La comprobación de los procesos que dispone ABANCA para determinar cuáles son los aspectos materiales, así como la participación de los grupos de interés en los mismos.
- La comprobación, a través de entrevistas con la Dirección y con otros empleados relevantes, de la existencia de una estrategia y políticas de sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa para atender a los asuntos materiales, y su implantación a todos los niveles de ABANCA.
- La evaluación a través de entrevistas de la consistencia de la descripción de la aplicación de las políticas y la estrategia en materia de sostenibilidad, gobierno, ética e integridad de ABANCA.
- El análisis de riesgos, incluyendo búsqueda en medios para identificar asuntos materiales durante el ejercicio cubierto por el Informe.

KPMG Asesores S.L., sociedad española de responsabilidad limitada y  
 forma miembro de la red KPMG de firmas independientes afiliadas a  
 KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad  
 suiza.

Reg. Mer Madrid, T. 14.872, F. 53,  
 Sec. 8.ª, in M. 249.480, Inscrp. 1.ª  
 N.I.F. B-63486650

- La revisión de la consistencia de la información que responde a los Contenidos Básicos Generales con los sistemas o documentación interna.
- El análisis de los procesos de recopilación y de control interno de los datos cuantitativos reflejados en el Informe, en cuanto a la fiabilidad de la información, utilizando procedimientos analíticos y pruebas de revisión en base a muestreos.
- La revisión de la aplicación de los requerimientos establecidos en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad G4 de Global Reporting Initiative para la preparación de informes según la opción de conformidad exhaustiva
- La lectura de la información incluida en el Informe para determinar si está en línea con nuestro conocimiento general y experiencia, en relación con el desempeño en sostenibilidad de ABANCA.
- El contraste de que la información financiera reflejada en el Informe ha sido auditada por terceros independientes.

Nuestro equipo multidisciplinar ha incluido especialistas en el desempeño social, ambiental y económico de la empresa.

Los procedimientos llevados a cabo en un encargo de aseguramiento limitado varían en naturaleza y tiempo empleado, siendo menos extensos que los de un encargo de revisión razonable. Consecuentemente, el nivel de aseguramiento obtenido en un trabajo de revisión limitado es inferior al de uno de revisión razonable. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Nuestra conclusión se basa, y está sujeta a los aspectos indicados en este Informe de Revisión Independiente. Consideramos que la evidencia que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestras conclusiones.

En base a los procedimientos realizados y a la evidencia obtenida, tal y como se describe anteriormente, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que los datos recogidos en la Memoria de RSC de ABANCA Corporación Bancaria, S.A. del ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2015 no haya sido preparado, en todos los aspectos significativos, de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad y de Global Reporting Initiative, versión 4.0 (G.4), según lo detallado en el punto G4-32 del Índice de contenidos GRI del Informe, lo que incluye la fiabilidad de los datos, la adecuación de la información presentada y la ausencia de desviaciones y omisiones significativas.

En otro documento, proporcionaremos a la Dirección de ABANCA un informe interno que contiene todos nuestros hallazgos y áreas de mejora.

De conformidad con los términos y condiciones de nuestra carta de encargo, este Informe de Revisión Independiente se ha preparado para ABANCA en relación con su Memoria de RSC 2015 y por tanto no tiene ningún otro propósito ni puede ser usado en otro contexto.

KPMG Asesores, S.L.



José Luis Blasco Vázquez

9 de mayo de 2016





Una edición de Obra Social ABANCA

Miguel Ángel Escotet Álvarez  
Director General RSC y Comunicación

Tatiana Suárez Cancelo  
Directora de RSC

Isaac González Toribio  
Director de Comunicación

Dirección de RSC y Comunicación  
Yolanda Álvarez Álvarez, Manuel Cacheda Enríquez, Elena del Río Ríos, Fernando Filgueiras Feal, Noelia Freire Pardo, Luis V. Guillot Gómez, Juan Carlos Llamas Blanco, Beatriz Martínez Rodríguez, Verónica Meizoso Castro, José Manuel Mourelo González, Gonzalo Mora Do Campo, Patricia Pérez-Colomer Cachafeiro, Natalia Redondo Dopico, María Rodríguez Bra, David Rodríguez Simón, Joaquín Suárez Vilas y Javier Vilariño Torreiro.

Dirección y edición  
Fernando Filgueiras Feal

Diseño y maquetación  
Trébore, S.L. - Empresa de economía social

Impresión  
Imprenta Mundo

Verificación  
KPMG Asesores

AGRADECIMIENTO  
A todas las personas de las diferentes unidades de ABANCA, y de Afundación, que han colaborado en la elaboración y revisión de la información recogida en la presente publicación.

EDICIÓN  
2016  
ISBN: 978-84-608-8134-6  
Depósito Legal: C 716-2016



Al imprimir con **Cocoon Offset** en vez de hacerlo con papel no reciclado, se ahorró lo siguiente:

 **677**  
kg de residuos

 **100**  
kg de CO<sub>2</sub>

 **1.001**  
km de viaje en un coche europeo estándar

 **18.590**  
litros de agua

 **1.160**  
kWh de energía

 **1.100**  
kg de madera

**Fuentes :** El cálculo de la huella de Carbono, es realizado por la Compañía Labelia Conseil, en base a la metodología Bilan Carbone®. Los calculos estan basados en la comparativa entre el papel elegido producido a partir de fibras recicladas y el papel fibra virgen, y por otra parte en los datos europeos BREF disponibles (papel a partir de fibra virgen). Los resultados se obtienen según datos actualizados y estan sujetos a modificaciones.





**//ABANCA**