



**Tus ilusiones nos comprometen**

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2017



**CaixaBank**  
CONSUMER FINANCE



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2017



**CaixaBank**

CONSUMER FINANCE







# ÍNDICE

	<b>Carta del consejero delegado</b>	<b>6</b>		
	<b>Carta del director general</b>	<b>8</b>		
<b>1</b>	<b>Perfil de la entidad</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>Medio ambiente</b>
	1.1. Principales cifras en 2017	12		5.1. Gestión medioambiental
	1.2. Líneas de actividad de la empresa	14		5.2. Proyectos para la reducción del impacto ambiental
<b>2</b>	<b>Metodología</b>	<b>16</b>		5.3. Indicadores ambientales
	2.1. Grupos de interés	17		5.4. Buenas prácticas medioambientales
	2.2. Materialidad	19	<b>6</b>	<b>Proveedores y comunidad</b>
	2.3. Alineados con los Diez Principios del Pacto Mundial y con los ODS	20		6.1. Las asociaciones en las que participa la compañía
<b>3</b>	<b>Governance</b>	<b>24</b>	<b>7</b>	<b>Acción social y voluntariado</b>
	3.1. Gobierno corporativo	25		7.1. Iniciativas sociales entre los empleados
	3.2. Comité directivo	26		7.2. Iniciativas sociales con los <i>partners</i>
	3.3. Gestión de riesgos y cumplimiento normativo	28	<b>8</b>	7.3. Iniciativas medioambientales
<b>4</b>	<b>Transparencia, integridad y diversidad</b>	<b>30</b>		<b>Alcance de la memoria</b>
	4.1. Código ético y cultura corporativa	30		<b>Tabla de indicadores GRI</b>
	4.2. Creación de valor para los clientes	33		<b>69</b>
	4.3. Creación de valor en los <i>partners</i>	40		
	4.4. Comprometidos con las personas: atracción del talento y formación	46		



## Carta del consejero delegado

La financiación al consumo ha sido uno de los principales motores del crecimiento de CaixaBank en estos últimos años, siendo uno de los pilares del Plan Estratégico 2015-2018 del grupo bancario. Estamos muy satisfechos de la evolución y del esfuerzo realizado para dar respuesta a las crecientes necesidades de nuestros clientes en un entorno económico de recuperación y de transformación.

Con la misión de financiar las ilusiones y los proyectos de las personas, hemos potenciado el desarrollo y las alianzas estratégicas con *partners* tanto de grandes marcas como de comercios *retail*, concesionarios de automoción o fabricantes de bienes de equipo que permiten el posicionamiento del negocio de financiación al consumo en total sinergia dentro del grupo bancario. Trabajamos como siempre hemos hecho,

para forjar relaciones estables y duraderas con aquellas personas que han depositado su confianza en nosotros, estrategia que nos ha permitido evolucionar positivamente en la concesión de nuevos créditos de los 906 millones de euros en 2014 a los 1.828 millones en 2017.

CaixaBank Consumer Finance ha contribuido en la dinamización del mercado de crédito al consumo, importante palanca económica para el desarrollo de nuestra sociedad desde hace más de 20 años, en colaboración con más de 11.000 comercios y concesionarios con los que mantiene el compromiso y la prioridad de ayudarles a crecer mediante la financiación de sus ventas. Consciente de este hecho, el Consejo de Administración de CaixaBank en octubre decide trasladar el domicilio social de CaixaBank Consumer Finance a Madrid, entre otras filiales del grupo, para proteger plenamente la seguridad jurídica y regulatoria, elemento indispensable en el sector financiero.

Nuestra función de empresa comprometida con la sociedad queda manifiesta gracias al valor económico generado y a las iniciativas desarrolladas en nuestra entidad durante 2017, junto con la aprobación, en diciembre de 2017, por parte del Comité de Dirección de CaixaBank, de la primera versión del Reglamento

Interno del Comité de Responsabilidad Social Corporativa y Reputación del Grupo CaixaBank, incluyendo a CaixaBank Consumer Finance como miembro y a la renovación de nuestro compromiso con el Pacto de las Naciones Unidas, que establece nuestras líneas de actuación en materia de responsabilidad corporativa.

Por último, quiero mostrar mi agradecimiento a todas las personas que han depositado su confianza en nosotros y que han hecho posible que CaixaBank Consumer Finance sea una entidad líder en su sector.



**François Miqueu**  
Consejero delegado



## **Carta del director general**

En todos nuestros ámbitos de actuación, CaixaBank Consumer Finance se fundamenta en la financiación sostenible, que promueve la información al consumidor, la solicitud y concesión del crédito con responsabilidad, mediante la concienciación de empleados/as, prescriptores y consumidores, siendo la base para nuestro objetivo básico: financiar las ilusiones y los proyectos de las personas.

2017 ha sido un buen año de crecimiento en el que hemos estrechado nuevos acuerdos en el sector de la distribución que han contribuido a posicionar a CaixaBank Consumer Finance como un referente en dicho sector. Nuestra compañía ha concedido crédito a más 293.000 personas durante el último ejercicio y nuestro parque de tarjetas ha crecido un 42 %, facilitando el acceso al crédito de manera más ágil

y sencilla al consumidor y desarrollando una oferta completa de servicios junto con nuestros prescriptores. Además, hemos crecido en el negocio de automoción más de un 30 %, permitiendo el acceso a un nuevo vehículo a más de 42.000 personas.

Este año, además, hemos dado un impulso a nuestra transformación digital y hemos sentado las bases de toda nuestra operativa y productos, renovando, por ejemplo, nuestra web corporativa haciéndola más accesible y aumentando la información tanto para nuestros prescriptores como para nuestros clientes finales, así como incorporando soluciones de financiación *online* en nuestros prescriptores.

En nuestro compromiso con la sociedad, hemos mantenido nuestra estrecha vinculación con la Obra Social de Fundación Bancaria "la Caixa", que es fundamental para nosotros, tanto mediante acciones con comercios y concesionarios prescriptores de nuestras soluciones de financiación que permiten potenciar proyectos solidarios locales e internacionales, como mediante acciones de voluntariado de nuestros empleados, elemento base en nuestra entidad, que impactan y mejoran en nuestra relación con la comunidad, pero también hemos reforzado nuestro

compromiso en materia de buen gobierno, transparencia, integridad y diversidad mediante las iniciativas que se recogen en este documento y encaminadas a contribuir a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por las Naciones Unidas.

Confío en que las páginas de esta memoria permitan a nuestros colaboradores y clientes conocer mejor nuestra Entidad.



Jordi Maymó  
Director general



## Perfil de la entidad

CaixaBank Consumer Finance es la empresa de financiación al consumo del Grupo CaixaBank, S.A. Es una sociedad anónima unipersonal, filial de CaixaBank, S.A. en un 100 %, desde 2011. A su vez, participa en un 100 % en CaixaBank Equipment Finance y constituyen un grupo de compañías financieras especializadas en financiación a particulares y a empresas que realizan su actividad facilitando –tanto a través de prescriptores como canales propios– la financiación al consumo mediante operaciones de préstamo y crédito con y sin tarjeta, además de leasing. Adicionalmente, comercializa seguros vinculados a los productos de financiación que permiten a los clientes hacer frente a situaciones inesperadas.

En 2017, con el objetivo de salvaguardar plenamente la seguridad jurídica y regulatoria consustancial al ejercicio de la actividad de CaixaBank, S.A. y sus filiales, el Consejo de Ad-

ministración de CaixaBank, S.A. trasladó el domicilio social de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance a la calle Caleruega, 102, de (28033) Madrid.

Esta decisión obedeció a un único motivo de reforzar la confianza en el Grupo y eliminar cualquier tipo de incertidumbre en cuanto a la pertenencia y permanencia del grupo bancario en la zona euro, bajo la supervisión del Banco Central Europeo, con todas las garantías que ello implica.

Este cambio de sede social no afecta a la estructura organizativa de CaixaBank Consumer Finance, ni a la de CaixaBank Equipment Finance.

La misión de la compañía es satisfacer íntegramente las necesidades financieras de los clientes y prescriptores a través de una oferta amplia de productos adecuada y un excelente servicio de calidad, contribuyendo así a crear valor para los clientes, los empleados, los accionistas y, en definitiva, para el conjunto de la sociedad.

Todo esto lo hace desde los valores de compromiso, calidad y confianza comunes a todo el Grupo CaixaBank, S.A. y desde el cumplimiento de las leyes, el respeto, la integridad, la transparencia, la excelencia, la profesionalidad, la confianza y la responsabilidad social como principios básicos de actuación de la compañía.

A escala estatal, es colaborador financiero de más de 13.000 comercios y concesionarios, así como grandes marcas de distribución. Con más de 7 millones de clientes que han confiado en sus servicios para la financiación de sus compras y proyectos.

Actualmente CaixaBank Consumer Finance en España cuenta con ocho centros de oficinas ubicados en Barcelona, Madrid, Valencia, Sevilla, Palma de Mallorca, Santa Cruz de Tenerife, Málaga y Bilbao.

Colaborador financiero de

**+13.000**

comercios, concesionarios  
y marcas de distribución

**+7 millones**

de clientes

**8 centros**

de oficinas en territorio nacional

#### Red de oficinas de CaixaBank Consumer Finance



## 1.1. Principales cifras 2017

En 2017 se incrementó en un 17 % el valor económico generado por CaixaBank Consumer Finance, así como el valor económico distribuido, que aumentó en las partidas de gastos generales de administración en un 27 % y los gastos de personal, que incrementaron en un 10 %. Lo que supone un impacto económico positivo en la sociedad.

	CaixaBank Consumer Finance		CaixaBank Equipment Finance	
	<u>2017</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>	<u>2016</u>
Valor económico generado	<b>164</b>	<b>140</b>	<b>51</b>	<b>53</b>
Margen bruto	<b>128</b>	<b>123</b>	<b>40</b>	<b>40</b>
Valor económico distribuido	<b>71</b>	<b>68</b>	<b>42</b>	<b>42</b>
Otros gastos generales de administración	<b>39</b>	<b>31</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
Gastos de personal	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
Valor económico retenido	<b>93</b>	<b>72</b>	<b>9</b>	<b>11</b>

En millones de euros



El año 2017 finalizó con un 8,5 % más de empleados fijos, un incremento de un 33,5 % en la cartera a cierre de año, un crédito concedido incrementado en un 31,7 % y un incremento en el número de operaciones del 62 % en CaixaBank Consumer Finance. En el caso de CaixaBank Equipment Finance el aumento de la cartera fue del 16 %.

**Cartera (\*)**  
**+33,5 %**

**Crédito concedido (\*)**  
**+31,7 %**

**Operaciones crédito (\*)**  
**+62,4 %**

(\*) Variación sobre 2016

	CaixaBank Consumer Finance		CaixaBank Equipment Finance	
	2017	2016	2017	2016
Número de empleados	383	353	87	81
Cartera a cierre de año (*)	2.085	1.562	705	607
Capital a cierre de año (*)	135	135	10,5	10,5
Crédito concedido (*)	1.508	1.145	320	295
Número operaciones año	637.486	392.614	54.975	60.940
Patrimonio neto (*)	219	226	44,6	46,4
Resto pasivo (*)	1.985	1.428	637	721

(\*) En millones de euros a cierre de año: 31/12/2017

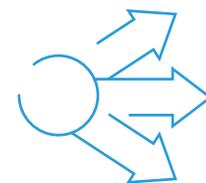
## 1.2. Líneas de actividad de la empresa

CaixaBank Consumer Finance presta sus servicios tanto directamente a clientes particulares como a través de *partners* y prescriptores, entre los que se encuentran las marcas y la gran distribución, los comercios y concesionarios. Además, desde CaixaBank Equipment Finance se ofrecen soluciones financieras a grandes compañías. Desde cada una de estas líneas se ofrecen los siguientes servicios:



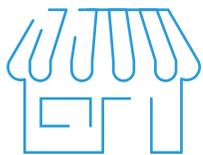
### Clientes particulares

Soluciones de líneas de crédito, préstamos personales y tarjetas.



### Marcas y gran distribución

Soluciones a medida para financiar sus ventas con desarrollos tecnológicos, operativa financiera, generación de modelos de ventas y programas de fidelización de clientes para la optimización del negocio.



## Comercios

Tanto para las cadenas como para los comercios consolidados, se ofrecen soluciones de crédito y medios de pago en punto de venta o en *e-commerce*, con el objetivo de impulsar la venta, fidelizar a los clientes y ayudar en la sostenibilidad económica de los negocios.



## Concesionarios

Soluciones para la venta, reparación, *renting* o *leasing* y diseño de planes de acción, captación de clientes y formación en financiación de prescriptores.



## Equipment

Soluciones financieras para la comercialización a empresas (*renting* y *leasing*) de equipos tecnológicos y productivos tanto de fabricantes como de grandes compañías de distribución de una gran variedad de sectores.





En esta memoria se reporta sobre cómo se acometen los temas más relevantes que surgen del diálogo y los compromisos de la entidad con los distintos grupos de interés. Para ello, se han identificado cada uno de los grupos, las necesidades, los posibles riesgos y oportunidades derivados de los mismos. Teniendo en cuenta todo ello, se elabora la memoria de acuerdo a las principales áreas de acción en responsabilidad social corporativa de la compañía.

**Se reporta, entre otros, sobre el desempeño respecto a los Diez Principios del Pacto Mundial, así como la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible**



Además, se informa sobre el desempeño de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance respecto a los Diez Principios del Pacto Mundial, agrupados en torno a derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción. Así como la contribución de la entidad a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, tanto a través del desarrollo de su actividad como a través de otros compromisos adquiridos con la sociedad.

Cabe destacar que, además, CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance aportan información sobre los principales datos e iniciativas relativas a sostenibilidad del Grupo CaixaBank que éste ya incorpora en su informe anual del 2017.

## 2.1. Grupos de interés de CaixaBank Consumer Finance

CaixaBank Consumer Finance mantiene un diálogo continuo con sus distintos grupos de interés con el fin de identificar las tendencias y los asuntos que les preocupan, conocer mejor los riesgos y las oportunidades, y adelantarse a los mismos, logrando así un proceso constante de innovación y mejora.

La identificación de los grupos de interés viene determinada por la responsabilidad que la compañía adquiere con

los distintos colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, prescriptores, accionistas, órganos reguladores y, en general, toda la sociedad. Se tiene en cuenta a todos ellos dando prioridad a aquellos grupos que son más próximos a la compañía.

CaixaBank Consumer Finance ha definido como sus grupos de interés más significativos:

Grupo de interés	Definición	Canales de comunicación
<b>Empleados</b>	Grupo de trabajadores vinculados mediante un contrato laboral a CaixaBank Consumer Finance o a CaixaBank Equipment Finance.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones de comunicación de resultados trimestrales y convención anual</li> <li>• Desayunos con Dirección de los nuevos empleados y de los que celebran antigüedad en la empresa</li> <li>• Encuestas de clima laboral</li> <li>• Intranet de CaixaBank</li> <li>• Portal del empleado de CaixaBank Consumer Finance</li> <li>• Correo electrónico de notas informativas y hojas de instrucción</li> </ul>
<b>Prescriptores</b>	Concesionarios de automóviles y comercios pertenecientes a los sectores de electrónica y electrodomésticos, informática, muebles, reformas y gran distribución, entre otros, que, mediante un convenio de afiliación, realizan la intermediación en contratos de préstamos y tarjetas de crédito de CaixaBank Consumer Finance.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas comerciales</li> <li>• Web de CaixaBank Consumer Finance</li> <li>• Plataforma de operaciones</li> <li>• <i>Call center</i> operativo y <i>call center</i> de gestión comercial</li> <li>• E-mail comercial</li> <li>• Eventos anuales con prescriptores</li> <li>• Planes de formación: programas formativos y de capacitación</li> <li>• Programas de incentivo</li> <li>• Encuestas de satisfacción (NPS)</li> <li>• Ferias sectoriales</li> <li>• E-mails de comunicaciones normativas u operativas</li> </ul>
<b>CaixaBank S.A. (accionista)</b>	Entidad financiera propietaria de CaixaBank Consumer Finance.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejo de Administración</li> <li>• Junta General de Accionistas</li> <li>• Comité de Auditoría y Riesgos</li> <li>• Comité de Nombramientos y Remuneraciones</li> </ul>

Grupo de interés	Definición	Canales de comunicación
 <p><b>Cientes / usuarios finales</b></p>	<p>Son los titulares o cotitulares de un contrato de crédito con CaixaBank Consumer Finance. Son, por lo tanto, usuarios finales tanto aquellos que reciben los servicios de la entidad a través de los prescriptores como quienes los contratan directamente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Web de CaixaBank Consumer Finance</li> <li>• Aplicaciones móviles</li> <li>• <i>Call centers</i></li> <li>• Envíos postales</li> <li>• E-mails</li> <li>• SMS</li> <li>• <i>Landing page</i></li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Oficinas físicas</li> <li>• Canal de quejas y reclamaciones</li> <li>• Figura del defensor del cliente de CECA</li> <li>• Encuestas de satisfacción (NPS)</li> </ul>
 <p><b>Organismos reguladores</b></p>	<p>Son aquellos organismos que supervisan el cumplimiento de leyes y normativas nacionales e internacionales que la entidad debe cumplir (Banco Central Europeo, Banco de España, Comisión Nacional del Mercado de Valores, Servicio Ejecutivo de la Comisión de Prevención del Blanqueo de Capitales e Infracciones Monetarias).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación directa o a través de los canales institucionales adecuados para cada caso</li> <li>• Sede electrónica de la Comisión Nacional del Mercado de Valores</li> <li>• Servicio de notificaciones electrónicas para recibir las notificaciones administrativas de la Agencia Tributaria, Agencia Española de Protección de Datos, Juzgados y Tribunales</li> <li>• Sede Electrónica de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones</li> <li>• Correo postal</li> </ul>
 <p><b>Sociedad</b></p>	<p>Son todas aquellas instituciones o asociaciones que representan a la sociedad civil y tienen voz en la entidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Web CaixaBank Consumer Finance</li> <li>• Envíos postales</li> <li>• E-mails</li> <li>• SMS</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Oficinas físicas</li> </ul>



## 2.2. Materialidad

En el 2016 se realizó un análisis de materialidad en el ámbito interno en la empresa. Partiendo del mismo, en el 2017 se ha hecho un seguimiento de esos aspectos materiales y se han identificado asuntos adicionales, como la transformación digital, que es un requisito necesario para adaptarse a los servicios y las necesidades que demandan actualmente los distintos grupos de interés. La presente memoria da respuesta a los temas identificados, que han sido ordenados por ámbitos y se enumeran a continuación:

	Ámbito
Creación de valor	Económico
Transparencia en la relación comercial	Económico
Ciberseguridad, privacidad y protección del cliente	Governance
Cumplimiento de la normativa	Governance
Mecanismos de control y gestión de riesgos financieros	Governance
Mecanismos de control y gestión de riesgos no financieros	Governance
Prevención del blanqueo de capitales y financiación de actividades terroristas	Governance
Ecoeficiencia y medio ambiente (huella interna e impacto indirecto)	Medioambiental
Acción social no vinculada al negocio	Social
Atracción y retención del talento	Social
Contribución al desarrollo de las sociedades locales (apoyo a las pymes, emprendedores)	Social
Creación y estabilidad de empleo	Social
Desarrollo del talento	Social
Educación financiera	Social
Igualdad de oportunidades / No discriminación	Social
Salud y seguridad en el trabajo	Social
Canales de diálogo con los grupos de interés	Social / Governance
Transformación digital (I+D+i)	Social / medioambiental

## 2.3. Alineados con los Diez Principios del Pacto Mundial y con los ODS

CaixaBank Consumer Finance se fundamenta en la financiación sostenible, que se basa en promover la concesión del crédito con responsabilidad al consumidor, y en concienciar a los empleados, los prescriptores y los consumidores del impacto de esta actividad económica en la sociedad.

Como empresa firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde el 2011 y con la categoría de Socio Signatory, adquiere ante la sociedad el compromiso con los Diez Principios del Pacto que afectan a los derechos humanos y laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción, tanto internamente, en la empresa, como externamente, con la sociedad.

La compañía prohíbe toda discriminación, acoso, abuso o trato inapropiado por razón de género, raza, color, nacionalidad, credo, religión, opinión política, filiación, edad, orientación sexual, estado, incapacidad, minusvalía y demás situaciones protegidas por el derecho, tanto respecto a los empleados, los directivos o los miembros del órgano de administración, como a los accionistas, clientes, potenciales clientes y proveedores o cualquier persona que interactúe con la entidad.

A lo largo de la memoria se recogen las distintas políticas, procedimientos y acciones que muestran el desempeño acorde a los distintos principios.



La Asamblea General de Naciones Unidas en el 2015 convocó a administraciones públicas, sector privado y tercer sector para elaborar un plan de actuación que diera respuesta a los problemas medioambientales, sociales y económicos a escala internacional.

Las conversaciones culminaron con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, una llamada universal para que todos los países adopten medidas en 17 aspectos. Junto con estos objetivos, se concretaron 169 metas para conseguirlos en lo que se llamó la *Agenda 2030*.

CaixaBank Consumer Finance, consciente de que la contribución del sector empresarial es un factor clave a la hora de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ha alineado las distintas actividades e iniciativas desarrolladas por la empresa con los distintos ODS establecidos por Naciones Unidas y lo ha hecho en línea con los identificados a escala de grupo, con el propósito de identificar en el futuro las distintas oportunidades de negocio y reducir los posibles riesgos que pudieran surgir en el logro de los ODS.

# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Línea de acción de CaixaBank Consumer Finance		ODS con los que contribuyen	Iniciativas con las que se contribuye al logro de los ODS
<p><b>Integridad</b></p> <p><b>Transparencia en la comercialización y comunicación</b></p> <p><b>Diversidad</b></p>	<p><b>9</b> INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p> 	<p><b>ODS 9. Construir infraestructuras resilientes.</b> Promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación. Impulsar una nueva industria bajo criterios de sostenibilidad que adopte tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales.</p>	<p>CaixaBank Equipment Finance contribuye con este objetivo mejorando el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas a nuevos equipos tecnológicos, maquinaria u otros equipamientos a través de la financiación y las propuestas de valor que hace a empresas.</p>
	<p><b>16</b> PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p> 	<p><b>ODS 16. Promover sociedades pacíficas.</b> Promover sociedades inclusivas para el desarrollo sostenible, la justicia para todos, y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas.</p>	<p>CaixaBank Consumer Finance contribuye a que se reduzca la corrupción y el soborno en todas sus formas en la sociedad a través del cumplimiento de las Prácticas de Buen Gobierno Corporativo alineadas con la CNMV, su colaboración con los órganos reguladores para establecer los cauces legales apropiados para cada situación, y su pertenencia a Autocontrol.</p>
<p><b>Buen gobierno</b></p> <p><b>Gestión de riesgos y cumplimiento</b></p>	<p><b>5</b> IGUALDAD DE GÉNERO</p> 	<p><b>ODS 5. Lograr la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.</b> Pretende facilitar a las mujeres y niñas la igualdad en el acceso a la educación y atención médica, en las oportunidades para conseguir un trabajo digno y en la representación en los procesos de adopción de decisiones políticas y económicas.</p>	<p>Contribuye con el Plan de Igualdad que tiene implantado en la empresa, con el que promueve la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de estas para acceder a los órganos directivos. El Sello DIE garantiza la contribución de la entidad con esta meta.</p>
	<p><b>8</b> TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p> 	<p><b>ODS 8. Crecimiento económico y pleno empleo.</b> Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.</p>	<p>Promueve la financiación del crédito que favorece la realización de actividades productivas y el emprendimiento. Se dinamiza así la economía y se promueve la creación de puestos de trabajo.</p>
	<p><b>16</b> PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p> 	<p><b>ODS 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible.</b> Facilitar el acceso a la justicia para todos, crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas.</p>	<p>CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance contribuyen con la cultura corporativa de cumplimiento a crear instituciones eficaces que se desarrollen sobre los pilares de la justicia.</p>

**Línea de acción de  
CaixaBank Consumer  
Finance**

**ODS con los que contribuyen**

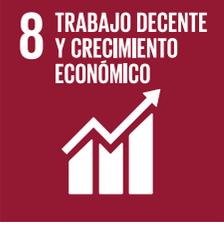
**Iniciativas con las que se contribuye al logro de los ODS**

Medio ambiente	 <p><b>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</b></p>	<p><b>ODS 11. Lograr ciudades y asentamientos sostenibles.</b> Lograr que las ciudades y asentamientos urbanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.</p>	<p>CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance se proponen promover de modo especial las energías renovables y facilitar el acceso a la financiación de transportes seguros y sostenibles que mejoren la seguridad vial.</p>
	 <p><b>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</b></p>	<p><b>ODS 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.</b> Pretende introducir el cambio climático como cuestión principal en políticas, estrategias y planes de países. El sector privado desempeña una función protagonista estableciendo estrategias para reducir emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera e impulsando energías renovables, invirtiendo en I+D+i.</p>	<p>Se propone incorporar medidas relativas al cambio climático en las acciones de la empresa. Destaca el plan de ambientalización de oficinas en el que está trabajando en la actualidad.</p>
Inclusión financiera	 <p><b>1 FIN DE LA POBREZA</b></p>	<p><b>ODS 1. Erradicación de la pobreza.</b> Fomenta el acceso a recursos y servicios financieros para reducir la vulnerabilidad de las personas.</p>	<p>La propia actividad de la compañía facilita el acceso a la financiación a los consumidores. También se ha contribuido con este objetivo a través de otras acciones de voluntariado corporativo, en colaboración con la Obra Social "la Caixa" y con la participación en la Semana Social organizada por el Grupo CaixaBank.</p>

**Línea de acción de  
CaixaBank Consumer  
Finance**

**ODS con los que contribuyen**

**Iniciativas con las que se contribuye al logro de los ODS**

<b>Acción social y voluntariado</b>	 <p><b>2 HAMBRE CERO</b></p>	<p><b>ODS 2. Hambre cero.</b> Seguridad alimentaria, mejora de la nutrición y agricultura sostenible.</p>	<p>Los planes de acción solidaria promovidos desde Caixa Proinfancia con los que contribuyen CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance permiten que niños pequeños que pertenecen a familias sin recursos puedan recibir su desayuno cada día.</p>
	 <p><b>3 SALUD Y BIENESTAR</b></p>	<p><b>ODS 3. Salud y bienestar.</b> Pretende reducir la tasa de mortalidad materno-infantil, lograr la cobertura sanitaria universal y el acceso a servicios de salud, para poner fin a las epidemias de enfermedades, reducir las muertes relacionadas con tabaco, alcohol y accidentes viales, y fomentar la investigación en salud.</p>	<p>La colaboración con GAVI Alliance a través de la Fundación Bancaria "la Caixa" para la vacunación infantil en países en desarrollo permite reducir las muertes evitables de niños.</p>
	 <p><b>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</b></p>	<p><b>ODS 8. Crecimiento económico y pleno empleo.</b> Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.</p>	<p>El Plan Familia, que promueve en colaboración con la Fundación Adecco, ayuda a familias de los empleados a lograr la integración social y laboral de familiares con discapacidad.</p>





## Governance

5 IGUALDAD DE GÉNERO



8 Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



COMPROMISO  
CAIXABANK  
CONSUMER FINANCE

CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance siguen los estándares internacionales y las mejores prácticas en materia de gobierno corporativo.

**Tanto el buen gobierno  
como la transparencia  
son claves para  
la creación de valor**

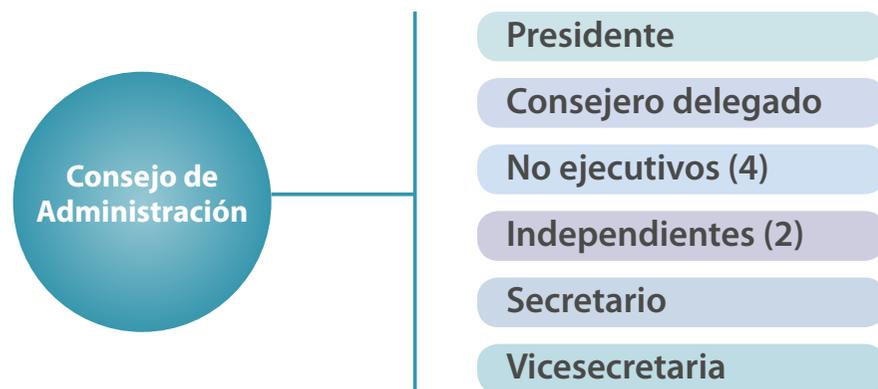


Tanto el buen gobierno como la transparencia, el rigor de sus inversiones, la solidez, sin olvidar la profesionalidad con la que trabajan los equipos de Consumer y Equipment, son claves para la creación de valor. El cumplimiento normativo exige además no solo estar al día en cuanto a la regulación nacional e internacional, sino también establecer un buen sistema de *compliance* que permita adelantarse y prevenir posibles sanciones, así como daños económicos y reputacionales de la empresa.

## 3.1. Gobierno corporativo

El Consejo de Administración es el órgano de máxima decisión dentro de la empresa. Este órgano se encarga de dirigir, administrar y representar a la empresa en los términos establecidos por la ley.

En el 2017 se han incorporado dos nuevos consejeros dominicales, siendo la actual composición del Consejo de Administración la siguiente:



En el ejercicio de sus funciones, el Consejo cuenta con:

### Comisión de Auditoría y Riesgo

Sus responsabilidades específicas son asesorar al Consejo de Administración, supervisar y controlar los procesos de elaboración y presentación de la información financiera y asegurar la independencia del auditor de cuentas y la eficacia de los sistemas internos de control y gestión de riesgos.

En junio del 2017 la CNMV aprobó la *Guía técnica 3/2017* sobre Comisiones de Auditoría y Riesgo de Entidades de Interés Público (EPI) en la que se establecen los principios básicos de funcionamiento y las claves para el desempeño de sus funciones.

Con motivo de esta guía, CaixaBank Consumer Finance hizo un análisis del nivel de cumplimiento con los distintos aspectos, concluyendo que la composición y el desempeño de las funciones de la Comisión de Auditoría y Riesgo se hallan alineados con los principios generales de la guía de la CNMV. Se sigue trabajando en aquellos aspectos de mejora que permiten profundizar en el cumplimiento de la guía.

### Comisión de Nombramientos y Retribuciones

Su función principal es establecer las políticas de retribuciones de los consejeros y de todos aquellos directivos que tienen dependencia directa del Consejo de Administración.

En el 2017 esta Comisión aprobó la incorporación de dos nuevos consejeros dominicales. El proceso de selección de estos nuevos consejeros siguió el Protocolo de Procedimientos de Selección y Evaluación de Idoneidad de Cargo de la compañía, que recoge los criterios y procedimientos para valorar la idoneidad de los miembros del Consejo de Administración, tanto en el momento inicial antes de su primer nombramiento, como posteriormente, para su reelección, evaluación continua y evaluación por circunstancias sobrevenidas.

## 3.2. Comité directivo de la empresa

El Consejo de Administración delega la dirección de la compañía en el consejero delegado, quien, junto con el Comité de Dirección y el resto de los comités –Negocio, Seguridad y Salud, Riesgos, Responsabilidad Social Corporativa y Cumplimiento Normativo e Igualdad–, administra y gestiona la compañía.





**Sánchez Camio, Igor**  
Dirección de Marketing  
y Grandes Cuentas



**Mugliston, Peter**  
Dirección de Negocio  
Auto



**López Peig, Francisco Javier**  
Dirección de Negocio  
Comercios



**Escribano González, Óscar**  
Dirección de Negocio  
Directo



**Miquel Canivell, Ferran**  
Dirección de Operaciones  
y Fraude



**Tabero Abadías, Juan Manuel**  
Dirección de Organización  
y Sistemas de Información



**Lluhen Cabellos, Laura**  
Dirección de Recursos  
Humanos



**Torra Canelles, Jaume**  
Dirección de Riesgo



**Martín Ruiz, Javier**  
Director de CaixaBank  
Equipment Finance

### 3.3. Gestión de riesgos y cumplimiento normativo

CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance disponen de tres líneas de defensa para el control y el cumplimiento normativo.



CaixaBank Consumer Finance, como establecimiento financiero de crédito y en su condición de entidad de interés público supervisada por el Banco de España, está sujeta a una regulación normativa tanto nacional como internacional cuyo control y cumplimiento corresponde a varias áreas funcionales de la Compañía (Finanzas, Riesgos, Operaciones), así como al Área de Cumplimiento Normativo en su globalidad.

Dicho control se centra en el correcto cumplimiento de la regulación aplicable y en minimizar los riesgos operacionales y reputacionales de la entidad.

El Área de Cumplimiento Normativo reporta a la Comisión de Auditoría y Riesgos la información más relevante de la gestión de sus distintos ámbitos, como son las recomendaciones de auditorías y su seguimiento, o el trabajo de previsión legislativa, para detectar e implementar las novedades normativas que afectan a CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance. Este es el caso del Reglamento Europeo de Servicios de Pago (PSD2).

En el ejercicio 2017, se destacan algunas acciones realizadas en el Área de Cumplimiento Normativo:



#### Bloque de cumplimiento regulatorio y políticas internas

1. CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance se han adherido a la Política de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo del Grupo CaixaBank, S.A., que establece el marco general de actuación en la materia.
2. Adhesión por parte de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance a la Política de Compliance Penal del Grupo CaixaBank, S.A., que establece el marco general de actuación dentro del grupo.
3. Participación en el proyecto de adaptación interna del Reglamento General de Datos de la Unión Europea, realizado por un equipo multidisciplinar.

## Bloque de prevención del blanqueo de capitales

### 1. Informe de seguimiento en materia de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo.

En el 2017, un experto externo realizó un informe para CaixaBank Consumer Finance. Dicho informe no se realizó para CaixaBank Equipment Finance por no ser sujeto obligado en la materia.

Este *informe de seguimiento* ha resuelto que de las seis recomendaciones emitidas en el informe del experto externo correspondiente al periodo 21 de abril del 2015 al 20 de abril del 2016, todas ellas de riesgo medio, únicamente queda por subsanar parcialmente una recomendación, referida al aumento de la periodicidad en el control de la cartera de clientes con personas incluidas en listas de sancionados, para la prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo. Esta recomendación se encuentra en proceso de resolución.

### 2. Análisis y autoevaluación del riesgo de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo (CCF).

El artículo 32 del Real Decreto 34/2014 de 5 de mayo, de aprobación del Reglamento de la Ley 10/2010, establece la obligación de realizar un análisis y evaluación de riesgos documentado, inherente o previo a los procedimientos de control interno. El análisis se realizó en los cinco factores de riesgo: 1) Tipos de clientes, 2) Países o áreas geográficas, 3) Productos y servicios, 4) Operaciones, y 5) Canales de distribución. El ejercicio de evaluación tomó en consideración variables tales como el propósito de la relación de negocios, el nivel de activos del cliente, el volumen de las operaciones y la regularidad o duración de la relación de negocios.

El informe resolvió que los cuatro primeros factores referidos eran de riesgo bajo, mientras que el último era de riesgo alto, obteniéndose una valoración global de riesgo inherente bajo. Finalmente, como resultado del cruce de la valoración global de riesgo inherente bajo y de la valoración global de entorno de control bueno, resultó un riesgo residual bajo.

### 3. Formación en materia de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.

En el mes de diciembre se convocó a todos los empleados, tanto de CaixaBank Consumer Finance como de CaixaBank Equipment Finance, pese a que esta última sociedad no es sujeto obligado en la materia, para la formación en materia de prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.

En CaixaBank Consumer Finance la asistencia superó el 99,5 % de los empleados (389 de los 400 empleados de alta laboral convocados). En CaixaBank Equipment Finance la asistencia fue del 96,6 % de los empleados (86 de los 89 empleados de alta laboral convocados).

Entre noviembre y diciembre del 2017 se realizaron tres sesiones presenciales en las que se facilitó formación presencial a la totalidad de los 24 agentes comerciales autónomos de Negocio Auto de CaixaBank Consumer Finance.

## Bloque de control interno

### Modelo de prevención penal.

En el 2017 también se actualizó el modelo de prevención penal de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance. El resultado del informe del experto externo realizado concluyó que el modelo presenta solo factores de riesgo reducido o poco probable, y de impacto bajo. A partir de esto, se realizaron recomendaciones y acciones de mejora encaminadas a reducir aún más esos factores de riesgo.

En el 2017 se actualizó el mapa de riesgos, con la supervisión del Área de Control de Negocio de CaixaBank, y se determinaron aquellas actividades más prioritarias para incluir en el Plan Anual del Grupo, y las áreas estructurales sobre las que centrar la evaluación.



# Transparencia, integridad y diversidad

9 INDUSTRIA,  
INNOVACIÓN E  
INFRAESTRUCTURA



16 PAZ, JUSTICIA  
E INSTITUCIONES  
SÓLIDAS



COMPROMISO  
CAIXABANK  
CONSUMER FINANCE

## 4.1. Código ético y cultura corporativa

En noviembre del 2017 se comunicó a todos los empleados de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance el nuevo código ético, los principios de actuación y la política en materia de anticorrupción aplicables para ambas empresas. Estas normas se adaptaron de las ya existentes del Grupo CaixaBank para elaborar las propias y fueron aprobadas por los órganos de administración de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance en julio y noviembre del 2017, respectivamente.

A través del código ético, ambas entidades se han comprometido a realizar su actividad dentro de sus valores y principios de actuación.



## Valores de la compañía



### La calidad

Entendida como voluntad de servicio al cliente, brindándoles excelencia en el trato y ofreciéndoles los productos y servicios adecuados a sus necesidades



### La confianza

Que tiene su fundamento sólido en la honestidad, la profesionalidad y la cercanía con el cliente



### El compromiso social

Que encuentra su esencia en la razón de ser del Grupo, y subraya el compromiso de la compañía por contribuir a crear una sociedad más justa, con una mayor igualdad de oportunidades

## Principios de actuación

• Cumplimiento de la normativa vigente

• Respeto por las personas y sus valores

• Respeto por el medio ambiente

• Integridad

• Transparencia

• Excelencia

• Profesionalidad

• Confidencialidad

• Responsabilidad social

Las infracciones del código ético son objeto de sanción de acuerdo con lo establecido en el estatuto de trabajadores y el convenio colectivo aplicable.

A su vez, la política de actuación en materia de anticorrupción es una herramienta esencial de la empresa en su lucha contra la corrupción y el soborno.

Para reforzar la comunicación de la cultura corporativa que se transmite en el nuevo código ético, en el 2017 se convocó a todos los empleados de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance para la formación en la normativa indicada en el nuevo código ético y principios de actuación y en la política de actuación en materia de anticorrupción.

### Participación

CaixaBank Consumer Finance

**96,5 %**

CaixaBank Equipment Finance

**90,1 %**

A lo largo del 2017 se habilitó una nueva dirección de correo electrónico para cada una de las sociedades como canal de denuncias. Sin embargo, no ha habido ninguna denuncia por parte de los trabajadores en los canales habilitados para ello.



### Misión de la compañía

**Financiamos las ilusiones y los proyectos de las personas cuando y donde quieran de forma sencilla, ágil y responsable. Desarrollamos nuestra actividad colaborando con *partners*, a los que apoyamos en su crecimiento**

## 4.2. Creación de valor para los clientes

La misión de la compañía es un compromiso con la creación de valor para el cliente.

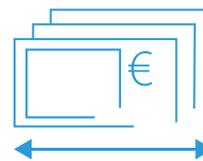
Desde el cumplimiento de su misión, CaixaBank Consumer Finance satisface íntegramente las necesidades financieras del mayor número de clientes mediante una oferta de productos adecuada y completa y una excelente calidad de servicio.

Esta misión compromete y mueve al equipo de CaixaBank Consumer Finance a superarse cada día para lograrlo y a disminuir las desigualdades sociales gracias a una mayor accesibilidad a la financiación para las personas.

Los productos ofrecidos para lograrlo son:



**Línea de crédito hasta 3.000 €, siempre disponibles**



**Préstamo personal financiación a medida para realizar proyectos**



**Tarjetas de crédito para pagar las compras cómodamente**



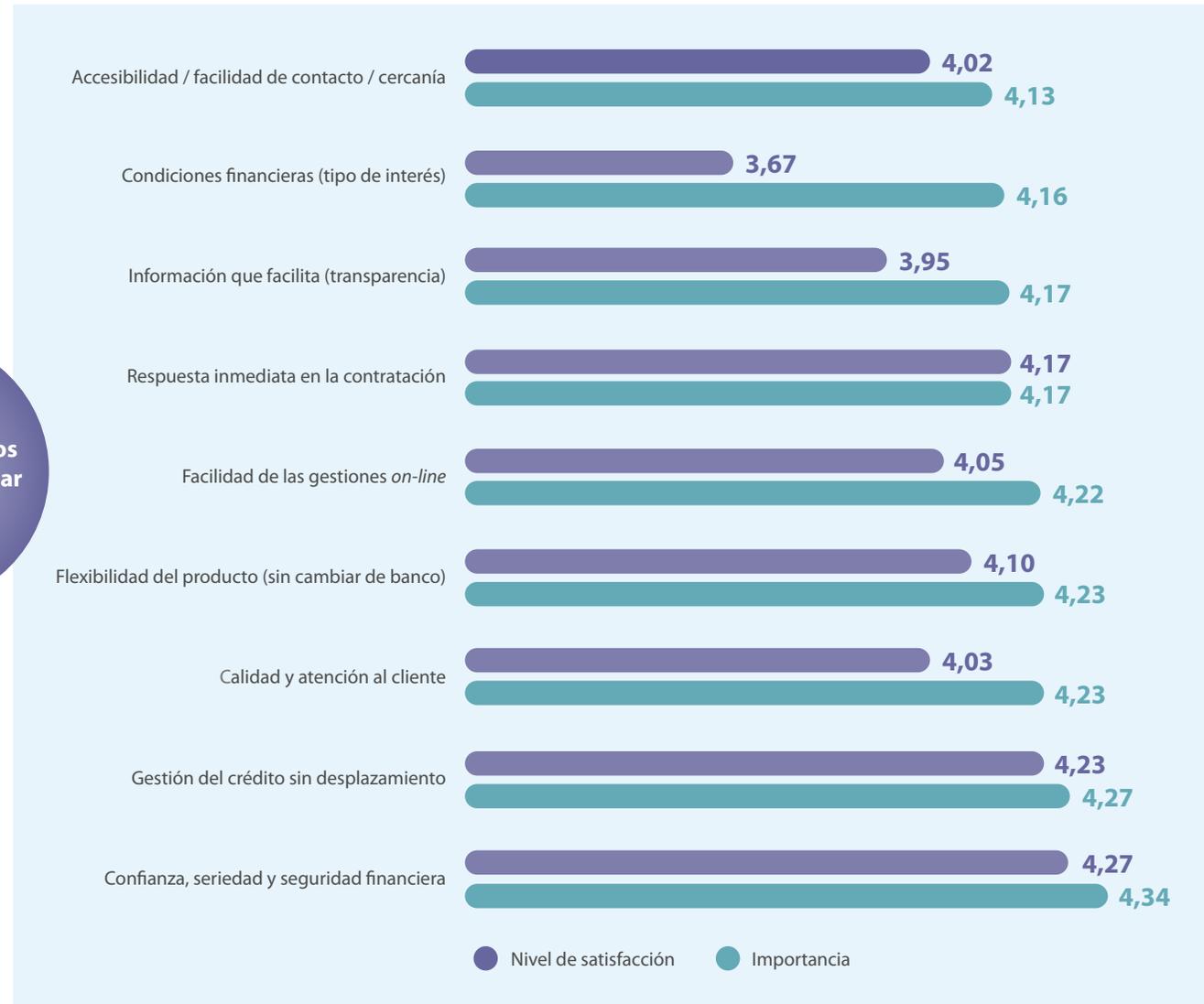
Del diálogo constante con los clientes, la compañía identifica los temas que más les preocupan y cuáles son sus necesidades y prioridades. Conforme a estas, establece sus líneas de actuación.

Un ejemplo de esto es la encuesta de satisfacción y calidad NPS (Net Promoter Score), que analiza el grado de lealtad de los clientes hacia la empresa que se realizó a los clientes en el 2016 en la que estos indicaron la importancia que dan a los distintos productos y servicios a la hora de solicitar el préstamo.

Las encuestas anuales de satisfacción y calidad NPS (Net Promoter Score), cumplimentadas por los prescriptores, suponen una herramienta clave de

CaixaBank Consumer Finance para conocer la importancia que estos dan a los productos y servicios, la valoración que hacen de la atención recibida y del grado de satisfacción.

**Importancia de ciertos aspectos a la hora de solicitar el préstamo**



**Fundamentados en la confianza  
que los clientes tienen en  
la compañía, CaixaBank  
Consumer Finance ha logrado  
cumplir las ilusiones de más de  
7 millones de personas**



Estas consultas permiten que CaixaBank Consumer Finance mejore día a día en la excelencia en los servicios que presta a los clientes y en el cumplimiento de su misión a través de:



### **El asesoramiento personalizado**

Con el que se aporta al cliente la solución de financiación más cómoda y que mejor se adapte a sus circunstancias personales. A través de este servicio, CaixaBank Consumer Finance fortalece la calidad y la atención al cliente.



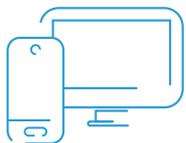
### **La facilidad de acceso a la financiación**

Eliminando los posibles inconvenientes que puedan suponer barreras en la accesibilidad a la financiación, como son el cambio de banco o la domiciliación de la nómina.



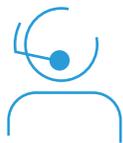
### **La rapidez de acceso**

Este es uno de los aspectos a los que los clientes dan prioridad a la hora de solicitar los préstamos. Por esto, CaixaBank Consumer Finance ingresa el dinero en la cuenta del cliente en 48 horas una vez aceptada su solicitud.



### La comodidad para realizar las gestiones

Desde donde el cliente elija. Los distintos desarrollos *on-line* realizados por la compañía para facilitar la accesibilidad y la gestión de los servicios —como son la *app* para gestionar las compras financiadas y las tarjetas— responden a las necesidades de los clientes y permiten que estos puedan gestionar sus productos *on-line*.



### El contacto personal

Se facilita además la inmediatez y la cercanía a través de un contacto personal con los clientes.

Con todo ello y fundamentados en la confianza que los clientes tienen en la compañía, CaixaBank Consumer Finance ha logrado financiar las ilusiones y los proyectos de más de 7 millones de personas.



La encuesta NPS realizada a los clientes en 2016 también permitió establecer las líneas de actuación que guiaron el servicio que CaixaBank Consumer Finance prestó a sus clientes en el 2017, basado en:

#### A. La seguridad y confianza

La compañía protege la seguridad de los clientes tanto desde el punto de vista tecnológico como desde el punto de vista jurídico.

Desde el punto de vista tecnológico, se asegura un alto nivel de protección de los datos personales y de la información en general, desarrollando programas de acción proactiva que refuerzan la ciberseguridad, superando las auditorías necesarias para garantizarla.

La compañía asegura la protección de la información de todos los grupos de interés: los clientes, prescriptores, empleados, en el entorno de todas las operaciones y servicios.

CaixaBank Consumer Finance está adherido a un conjunto de normas y protocolos de actuación del Grupo CaixaBank, aplicables también a filiales y empresas participadas en materia de seguridad de la información, denominado *Cuerpo Normativo de Seguridad (CNS)*, que tiene como principal objetivo establecer las directrices de índole técnica y organizativa necesarias para evitar la alteración, pérdida, indisponibilidad y tratamiento o acceso no autorizado a la información del grupo.

Considerando este marco normativo de obligado cumplimiento, durante el año 2017, desde la Dirección de Organización y Sistemas de Información de CaixaBank Consumer Finance, se impulsó, mediante un equipo propio experto,

la ejecución e implantación de distintas iniciativas en los sistemas de información de CaixaBank Consumer Finance y en cualquier otro recurso tecnológico que contenga información de la Compañía.

## Iniciativas en los sistemas de información

- Regularización y homogeneización de los accesos a la información corporativa, con un plan de revisión periódico, de acuerdo a la criticidad de esta, en cuanto a aplicaciones y sistemas.
- Securitización de puestos de trabajo desplegando políticas para evitar fugas de información (*data loss prevention*).
- Establecimiento y ejecución de un plan de auditorías de seguridad anual para todos los activos de la compañía, especialmente para los casos de páginas web y servicios publicados en internet.
- Creación de normativa de seguridad propia para aplicaciones móviles desarrolladas por CaixaBank Consumer Finance.
- Protección de la información corporativa mediante el cifrado y/o anonimización de todas las bases de datos, independientemente de su ubicación física y lógica.
- Ejecución de un plan de auditoría de proveedores externos críticos, orientado a obtener un *rating* de seguridad de cada uno.
- Implantación y ejecución de un programa de control y auditoría de los accesos externos a sistemas de CaixaBank Consumer Finance, especialmente por terceras partes.

Desde el punto de vista legal, todos los productos financieros incluyen las cláusulas legales en las que se especifican las características del producto (TIN, TAE, plazos, coste de cancelación, etc.), y en las que se informa a los clientes de sus derechos y obligaciones.





## B. Transparencia en la comunicación

La compañía protege el derecho básico de los clientes a recibir la información necesaria para poder formarse un juicio de valor sobre los servicios que se le ofrecen. Por eso CaixaBank Consumer Finance es, desde 2010, socio de Autocontrol y somete sus campañas publicitarias al juicio de la Asesoría Jurídica de Autocontrol, la cual elabora un informe sobre la corrección legal y deontológica de los anuncios o proyectos de anuncios.

Esta práctica de uso generalizado en el sector financiero asegura, por una parte, el derecho que los clientes tienen a recibir una publicidad transparente y, por otra, que la empresa cumple con la normativa. Asimismo, se evita que la entidad incurra en posibles infracciones y riesgos reputacionales.

Este asesoramiento se realiza a través de la herramienta Copy Advice, por la cual se asesora a la empresa sobre la corrección ética y legal de las campañas publicitarias.

En el 2017 CaixaBank Consumer Finance recibió el *Certificado anual de responsabilidad social corporativa de Autocontrol*, que manifiesta el compromiso de la empresa con el marketing responsable, mediante la adhesión al Código de Conducta de Prácticas Publicitarias de la Cámara Internacional de Comercio (CCI) y el sometimiento a la asesoría jurídica independiente antes indicada.



Este año, la compañía ha presentado un total de 777 consultas previas sobre proyectos publicitarios propios y de los comercios y concesionarios prescriptores con ofertas de CaixaBank Consumer Finance. Del total de consultas se obtuvo una resolución positiva en primera instancia de 615. En el caso de los 162 restantes, se resolvieron dudas u otras cuestiones de índole publicitaria antes de su publicación.

CaixaBank Consumer Finance también recibió en el 2017 el *Certificado en responsabilidad social corporativa* concedido por Autocontrol de *Igualdad en la empresa*, el cual podrá verificar ante el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, que otorga el sello DIE (Distintivo de Igualdad), que la empresa cumple con la regulación en lo referente a una publicidad responsable con la igualdad de género. Y podrá alegar que durante el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del 2017, no se ha presentado ninguna reclamación dirigida contra la empresa en esta materia de publicidad sexista.

### Consultas a Autocontrol 2017



### C. Atención al cliente

Las reclamaciones de los clientes se reciben a través del Servicio de Atención al Cliente del Grupo CaixaBank (SAC), al que CaixaBank Consumer Finance se halla adherida, a excepción de las reclamaciones que por su tipología (calidad de servicio o institucional) puedan ser gestionadas directamente por el Departamento de Reclamaciones de CaixaBank Consumer Finance.

En el ámbito oficial, las reclamaciones dirigidas al Banco de España y Defensor del Cliente se atienden en la Asesoría Jurídica de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance.

El número total de reclamaciones registradas en el Servicio de Atención al Cliente en el 2017 fueron 5.457. Se ha producido un incremento del 49 % de reclamaciones recibidas respecto al 2016, debido a un aumento del 81 % de la cartera de clientes de tarjeta de crédito, producto que por sus características genera más consultas y, consecuentemente, reclamaciones que el producto préstamo, pasando de 46 a 54 reclamaciones por cada 100.000 clientes. El motivo de reclamación más frecuente es la no recepción de la tarjeta de crédito en el domicilio que el cliente ha hecho constar en el contrato.

Por otro lado, la disminución de las reclamaciones recibidas a través de la CECA (Defensor del Cliente) se debe a que desde el pasado 15 de abril del 2017 el Defensor del Cliente cesó su actividad. Por tanto, desde esa fecha, las quejas y reclamaciones se dirigen directamente al Servicio de Atención al Cliente de las entidades adheridas a esta asociación.

**El aumento de clientes con tarjeta de crédito en un 81 % conllevó un aumento del número de consultas**



El tiempo medio de resolución de las reclamaciones en el 2017 fue de 5,4 días; este tiempo, aunque se ha incrementado con respecto al 2016, está muy por debajo de lo exigido por ley.

A raíz del análisis de los motivos de las quejas y reclamaciones, se hicieron seis propuestas para acciones de mejora. Una de ellas fue la mejora de la web pública de CaixaBank Consumer Finance, que ya está activa, y el resto de las propuestas están en proceso de finalización.

Reclamaciones	2017	2016	
Banco de España	35	20	+75 %
CECA	13	26	-50 %
Depto. Reclamaciones CaixaBank Consumer Finance	231	1.845	-87 %
Servicio Atención Cliente (SAC)	5.178	1.775	+192 %
Total	5.457	3.666	+49 %



### 4.3. Creación de valor en los *partners*

La relación con los *partners*, comercios y concesionarios prescriptores de los productos de la entidad se rige por los principios corporativos de actuación que el equipo de CaixaBank Consumer Finance cumple y hace extensibles a todos aquellos con quienes trabaja, ayudándoles a potenciar su negocio mediante las soluciones de financiación y contribuyendo así a lograr una sociedad más sostenible.



CaixaBank Consumer Finance fomenta a su vez que los prescriptores promuevan entre sus clientes la accesibilidad a todas sus necesidades e ilusiones aportando las siguientes soluciones financieras para la compra:



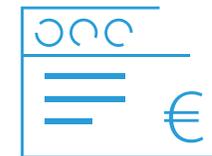
#### **Préstamos al consumo**

adaptados a las necesidades financieras de cada *partner*.



#### **Tarjetas de crédito**

como un sistema de pago cómodo para que los clientes puedan realizar con facilidad sus compras.



#### **Cuentas de crédito**

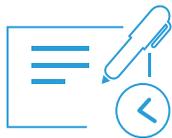
que permiten a los prescriptores ofrecer líneas de financiación para los clientes.

Para los concesionarios, a su vez, se han desarrollado soluciones financieras no solo para el momento de la venta, sino también para la posventa, de modo que los clientes puedan acceder tanto a líneas de crédito para financiar sus reparaciones como a préstamos rápidos adaptando la duración y la cuota de los préstamos a sus necesidades y circunstancias.

CaixaBank Equipment Finance ofrece el acceso a la financiación a las empresas y a los autónomos para que puedan llevar a cabo sus proyectos, ofreciéndoles también soluciones a medida que permiten colaborar con ellos apoyando su crecimiento y ofreciéndoles soluciones de financiación adecuada a través de:



**Soluciones de leasing** que CaixaBank Equipment Finance ofrece a las empresas y autónomos.



**Soluciones de renting** adaptadas a las circunstancias financieras de las empresas y autónomos para que puedan disfrutar del bien arrendado durante el tiempo que se haya decidido y posteriormente devolverlo a la empresa.

La plataforma *on-line* exclusiva para la gestión de las empresas facilita la gestión de las operaciones con agilidad y con confianza, poniendo a disposición de los clientes las soluciones de servicio adecuados —simulador de financiación, consulta del estado *on-line*, firma digital— para llevarlo a cabo.

Estas soluciones se retroalimentan constantemente gracias a las sugerencias de mejora que los prescriptores trasladan a la empresa a través de las encuestas de satisfacción NPS. Entre las propuestas de la última encuesta de satisfacción destaca la necesidad de “mayor agilidad en el servicio” y “la mejora de los sistemas digitales”, aspectos en los que la compañía ha trabajado en el 2017.



## A. Servicio a los prescriptores

CaixaBank Consumer Finance ha trabajado en el 2017 en el desarrollo de servicios y tecnología innovadora que aportan valor a sus prescriptores y grandes clientes, de modo que puedan trasladar un servicio excelente a sus clientes finales. Entre las aplicaciones desarrolladas destacan la *app* de firma digital, la captación en movilidad, la credistar, la tienda *on-line*, los *minisites*, las webs y las *app* desarrolladas a los clientes, las *app pay*.

En el 2017 también se lanzó la web corporativa de CaixaBank Consumer Finance, que facilita el acceso a los productos financieros y ofrece servicios que crean valor para los prescriptores. Entre estos últimos destacan:



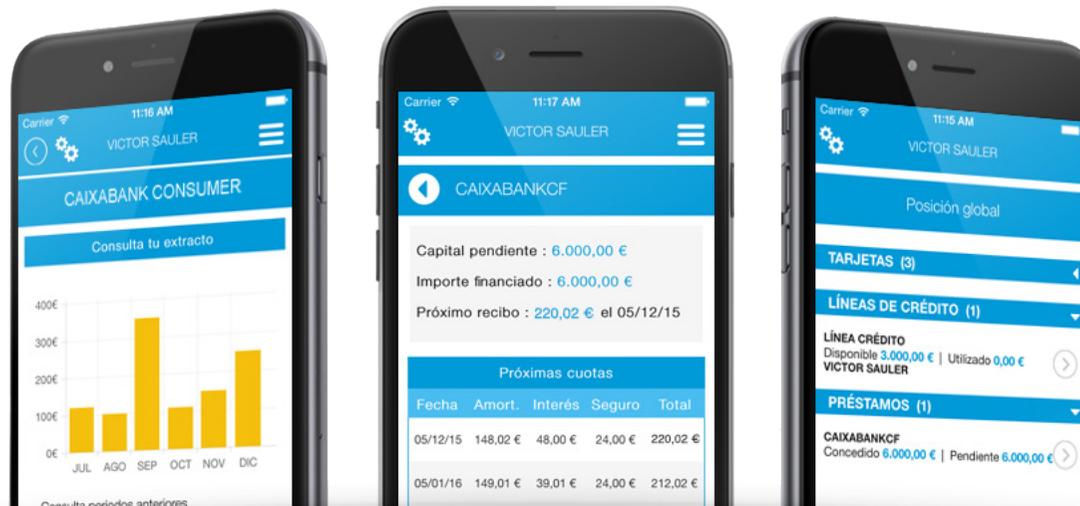
**El asesoramiento** ofrecido por una red comercial y de asesores especialistas en análisis, operativa y formación en soluciones de crédito que facilitan el proceso de financia-

ción a los clientes. Este asesoramiento aporta valor a los prescriptores a través de la atención personalizada para la gestión de los acuerdos, la propuesta de una amplia gama de las soluciones financieras más adecuadas para sus clientes, la ejecución de campañas promocionales de financiación adaptadas al sector de actividad y al modelo de negocio, la formación de los equipos de venta y la oferta de toda la gama de soluciones financieras.



**Soluciones tecnológicas innovadoras** que permiten integrar la financiación en el proceso de venta, gracias a lo cual los prescriptores mejoran la experiencia de sus clientes y la calidad y la excelencia en los servicios ofrecidos. De este modo los prescriptores fidelizan a sus clientes y fortalecen su reputación y su marca frente a los mismos.

- **Web de operaciones** que ofrece la mejor solución de financiación para el cliente de manera ágil y sencilla.
- La **captación on-line** que permite a los prescriptores ofrecer la mejor financiación a sus clientes de manera eficiente y rápida.
- La **captación en movilidad** en el punto de venta gracias al soporte comercial.
- **App Firma Digital**, que permite firmar y subir la documentación durante el proceso de financiación de forma totalmente digital, a través de un dispositivo móvil o mediante SMS.
- **Financiación on-line** a través del *e-commerce*, que ofrece a los clientes la posibilidad de un pago a plazos de manera 100 % digital.
- Desarrollo de la **app y web** al cliente y de las **app de pago** para los prescriptores.





**Publicidad.** Los prescriptores necesitan el soporte publicitario necesario para realizar una comunicación transparente que permita trasladar e informar a sus clientes de manera clara todas las soluciones financieras que se les ofrecen. Una comunicación adecuada permitirá la excelencia en la experiencia de compra de los clientes.

En el caso de los concesionarios y comercios, CaixaBank Consumer Finance aporta valor a través de la creación de materiales de comunicación, la producción, gestión y colocación del material. Además, es CaixaBank Consumer Finance quien gestiona, junto con Autocontrol, que las publicidades cumplan todos los requisitos reglamentarios en materia de publicidad general y, en concreto, en normativa de crédito al consumo o venta a plazos.





## B. Formación a prescriptores y partners

La compañía se compromete a formar a los prescriptores y *partners* con el fin de que acumulen todo el conocimiento necesario para que puedan ofrecer los servicios financieros adecuados a sus clientes y con soluciones tecnológicas que permitan una mayor agilidad y seguridad de servicio.

Con el fin de colaborar con el crecimiento y la sostenibilidad económica de todos los *partners* de CaixaBank Consumer Finance, la formación se imparte en distintos ámbitos:

**Formación en soluciones financieras y soluciones digitales.** Está dirigida a finalizar adecuadamente los procesos de compra, ofreciendo a los prescriptores las herramientas necesarias para que, a su vez, puedan ofrecer a sus clientes financiación de una manera segura, responsable, transparente y cómoda, y sin perder ninguna oportunidad de venta.

**Formación en materia de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo** para los empleados de los establecimientos prescriptores de la entidad. De este modo, CaixaBank se asegura que la tramitación de todos los productos sea segura, responsable, transparente y conforme a la ley.

En diciembre del 2017 se remitió por correo electrónico formación en esta materia a

**11.147** prescriptores

**de CaixaBank Consumer Finance del canal automoción y comercios** intervinientes en operaciones de financiación, que deben cumplir con las medidas de diligencia debida delegadas en ellos, según lo establecido en los acuerdos de colaboración.

## C. Transformación digital

En el 2017 se elaboraron unas líneas de formación cuyo fin era hacer partícipes a todos los prescriptores de la innovación y la transformación digital que la compañía comenzó a implantar en el 2017 y que desarrollará a lo largo de los próximos años, con el objetivo de incluir a todos los socios en el desarrollo tecnológico de la compañía.

Un total de 9.437 vendedores del canal comercios recibieron formación, realizada por la red comercial de CaixaBank Consumer Finance, para adaptarse a la tecnología digital y, en concreto, para usar más eficientemente la *app* de firma digital y la financiación *on-line*. En el canal auto, el número de vendedores formados fue de 1.354.

Los prescriptores del sector automoción también recibieron formación sobre innovación y conectividad necesaria para adaptarse a las nuevas tecnologías digitales que la empresa está implantando, y que son claves para impulsar la agilidad y la eficiencia en el servicio. El total de asistentes que participó en estas jornadas fue de 172 prescriptores del sector de la automoción.

Con ocasión del Mobile World Congress 2017, se presentaron las novedades y tendencias del mundo digital a algunos prescriptores seleccionados de los canales auto, comercio y *equipment*.

Además, los 172 prescriptores del canal de automoción que asistieron a las jornadas de automoción recibieron formación sobre la situación económica mundial, europea y española.

### Formación en transformación digital 2017

Formación para adaptarse a la tecnología digital

Canal comercios  
**9.437**  
vendedores

Canal automoción  
**1.354**  
vendedores

Formación sobre innovación y conectividad

Canal automoción  
**172**  
prescriptores

### D. Formación en seguros

CaixaBank Consumer Finance, como entidad de crédito autorizada para la comercialización de seguros, está obligada por la Dirección General del Seguro (DGS) a mantener formados a todos los vendedores que interactúen en la comercialización de seguros.

Durante el 2017 ha formado a un total de 1.101 vendedores y comerciales, tanto internos como externos.

En función de las responsabilidades que conllevan cada uno de los perfiles –responsables, comerciales y pres-

criptores–, se establecen distintos niveles de formación y CaixaBank Consumer Finance se asegura así la calidad de formación de todo su personal comercial acerca del producto asegurador.

### Formación en seguros 2017

**1.101** vendedores y comerciales, tanto internos como externos



## 4.4. Comprometidos con las personas: atracción del talento y formación

El código ético de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance afirma –como concepto fundamental– el respeto a la persona y su dignidad y suscribe en su totalidad la Declaración Universal de Derechos Humanos adoptada por Naciones Unidas en 1948, y las políticas que de la misma derivan. La compañía asume también la Declaración Tripartita de Principios de Empresas Multinacionales y la Política Social de la OIT, así como el principio de representación sindical de sus empleados/as.

La entidad mantiene el compromiso de crear un ambiente de trabajo libre de acoso, intimidación y conductas ofensivas o impropias que puedan ofender a la dignidad de la persona; respeta la privacidad de sus empleados y promueve la conciliación entre la vida familiar y laboral.

Es firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas, por eso CaixaBank Consumer Finance se compromete a cumplir los 10 Principios y a trabajar contra la corrupción en todas sus formas. Una manifestación de esto es que el Consejo de Administración de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance aprobó en el 2017 la Política Anticorrupción para evitar que los empleados, directivos y miembros de los órganos de administración de la entidad incurran en conductas contrarias a los principios firmados, normativas y regulaciones. Esta política regula las actuaciones de los empleados en materias de concesiones de regalos, extorsiones y sobornos, tráfico de influencias, relaciones con los partidos, patrocinios y gastos de viajes y representación, etc., indicando las que están prohibidas.

El modelo para la gestión de personas de CaixaBank Consumer Finance está basado en cinco pilares:



Este modelo se desarrolla en una serie de programas y medidas, entre las que destacan el plan de igualdad y el programa LIVE, que recoge medidas como compensación flexible, beneficios económicos, conciliación vida laboral-personal y salud.

## A. Encuesta de clima laboral

A comienzos del 2017 se realizó una encuesta de clima entre los empleados con el objetivo de conocer, por una parte, su compromiso con la entidad y su motivación intrínseca para trabajar en la empresa y, por otra parte, el entorno organizativo que perciben los trabajadores en clave de: ejercicio del liderazgo de la empresa, cooperación entre los miembros del equipo, consideración de las condiciones de trabajo, valoración de la responsabilidad social corporativa en la organización, etc.

Esta encuesta se realizó con el propósito de identificar las líneas de acción para mejorar, entre otras cosas, el desempeño de los empleados, la gestión del talento y la motivación de equipos.

El índice total agregado fue del 72%. Destacaron como principales dimensiones, entre otras, el orgullo de los empleados por trabajar en la empresa y en el grupo, 85%; el espíritu de colaboración entre personas, equipos y departamentos, 78%; el compromiso e involucración de los empleados, 78%; la capacidad de los gerentes inmediatos de reconocer el trabajo bien hecho de sus colaboradores y de lograr su desarrollo profesional, 76%; y la motivación intrínseca de las personas, 74%.

Asimismo, los empleados valoran positivamente, con una puntuación del 93%, el esfuerzo que la entidad está haciendo por desarrollar las medidas necesarias –en cuanto a formación, procedimientos y normativas– para prevenir y actuar ante posibles casos de corrupción, fraude y soborno.

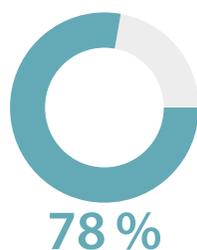
Como puntos de mejora, los trabajadores destacaron la necesidad de optimizar la gestión de los medios y recursos necesarios para realizar su trabajo, y para acometer los cambios con mayor agilidad y controlar las cargas de trabajo asignadas a cada persona y los tiempos necesarios para ejecutarla óptimamente. Para ello, está previsto trabajar en un modelo de gestión de proyectos basado en la agilidad y la eficacia, y dotar de los recursos necesarios para asumir las cargas de trabajo. Además, en 2018 se realizará una evaluación de riesgos psicosociales para tener conocimiento del estado de los equipos en este sentido y poder tomar medidas correctoras positivas al respecto.



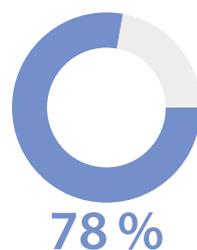
### Principales valoraciones. Encuesta de clima laboral 2017



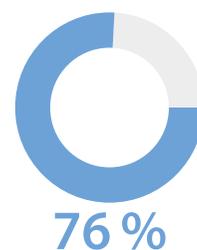
Orgullo por trabajar en la empresa y en el grupo



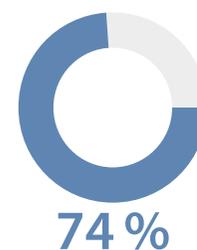
Espíritu de colaboración entre personas, equipos y departamentos



Compromiso e involucración de los empleados



Capacidad de los gerentes de reconocer el trabajo bien hecho y de lograr el desarrollo profesional de sus colaboradores



Motivación intrínseca de las personas



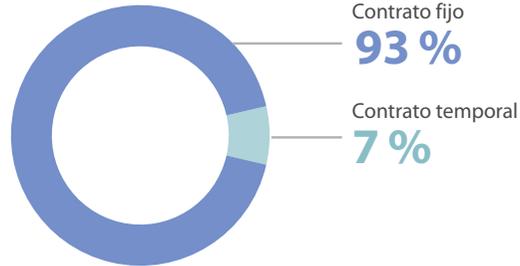
Desarrollo de medidas para prevenir casos de corrupción, fraude y soborno

B. La plantilla en cifras

Distribución por tipo de contrato

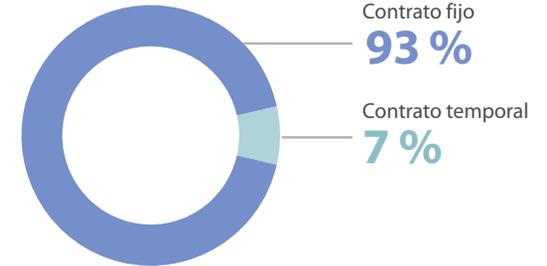
CaixaBank Consumer Finance

Total  
**411**



CaixaBank Equipment Finance

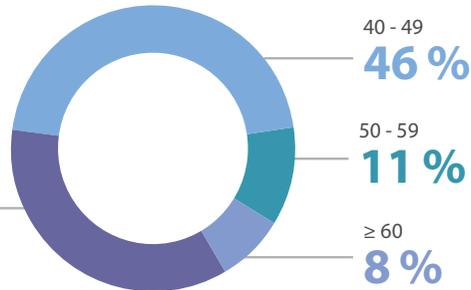
Total  
**92**



Distribución por edades

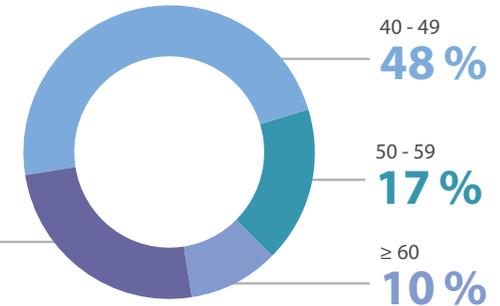
CaixaBank Consumer Finance

30 - 39  
**36 %**



CaixaBank Equipment Finance

30 - 39  
**25 %**



### C. Formación en el 2017

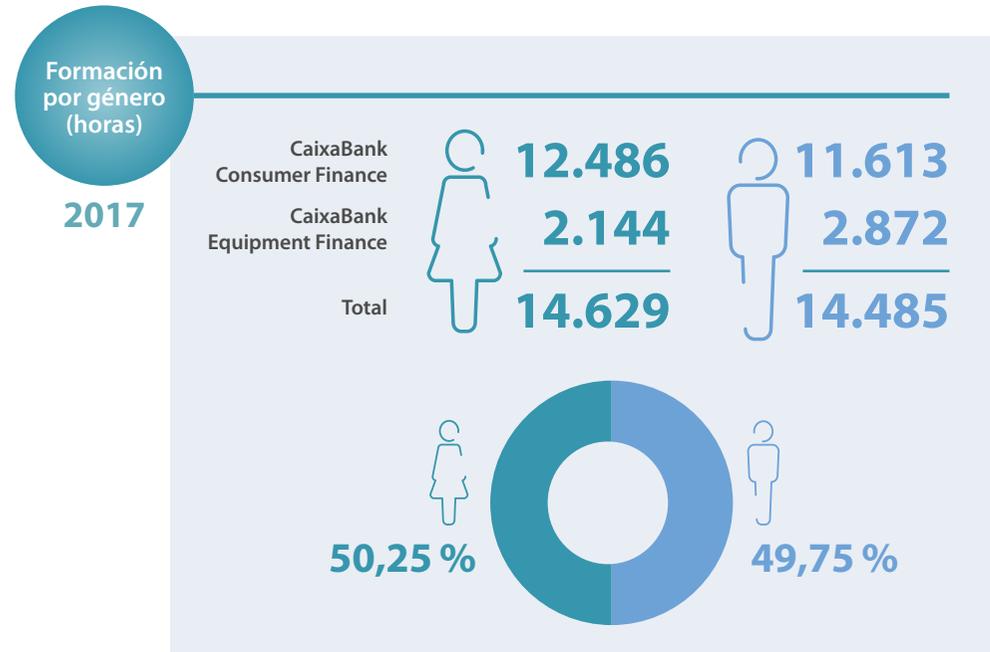
El reto estratégico del plan 2015-2018, enfocado a contar con un equipo humano más preparado y dinámico, guió

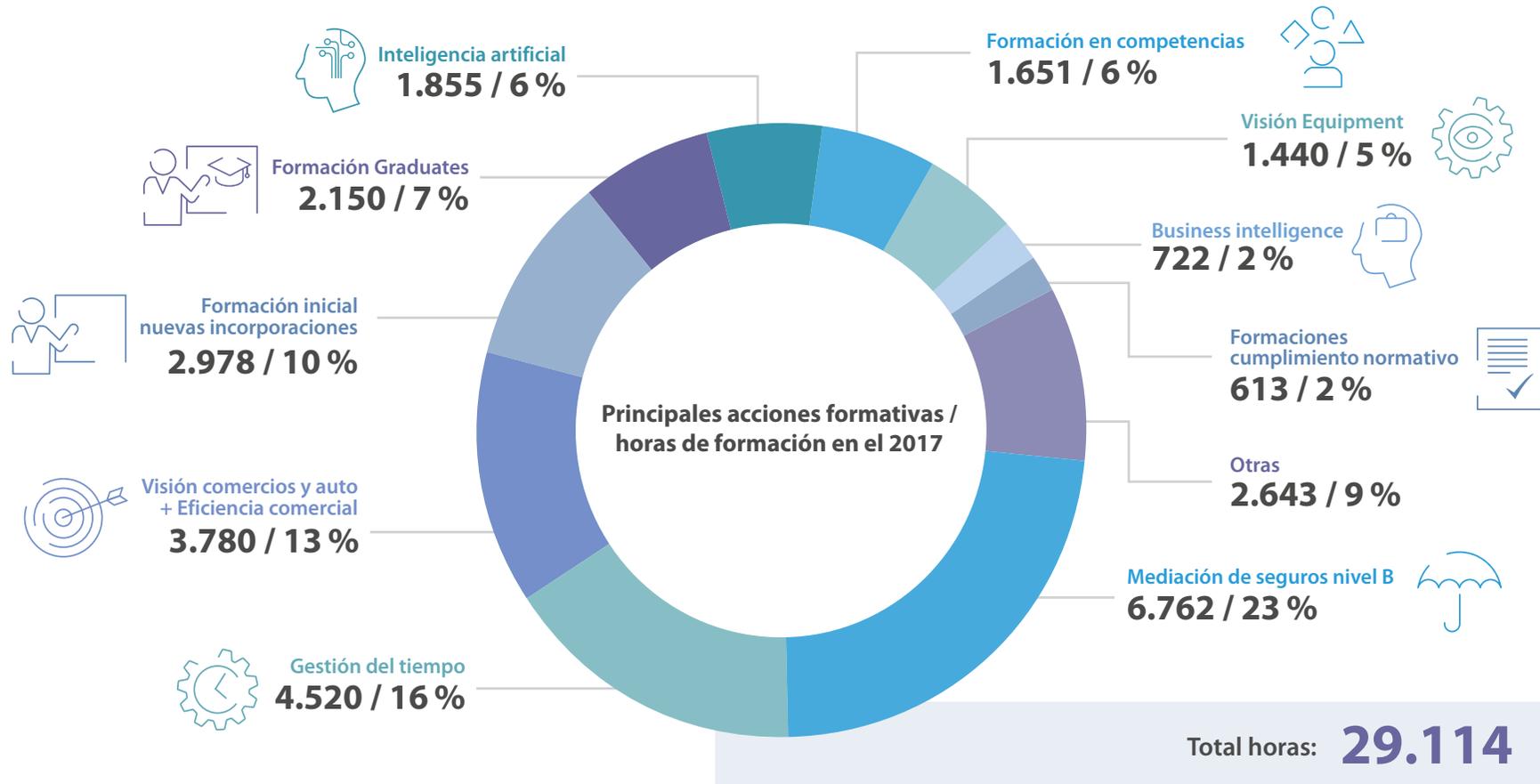
las líneas de actuación que el Departamento de Recursos Humanos llevó adelante a lo largo del 2017 y que se materializó en un plan de formación y diversas acciones formativas.



Inversión en formación (euros)	2017	2016	Variación total
CaixaBank Consumer Finance	291.756	167.059	<b>+86 %</b>
CaixaBank Equipment Finance	74.330	30.000	
<b>Total 2017</b>	<b>366.086</b>	<b>197.059</b>	

Tipología de formación (horas)	2017	
	On-line	Presencial
CaixaBank Consumer Finance	13.343	9.792
CaixaBank Equipment Finance	2.137	2.785
<b>Total online</b>	<b>15.480</b>	<b>12.577</b>





**Gracias al Programa de Formación con Videojuegos, los empleados pudieron aprender y practicar habilidades comerciales como la negociación, la resolución de conflictos, la orientación a resultados o la toma de decisiones**



En reconocimiento a su apuesta por ofrecer una formación innovadora y tecnológica, el Programa de Formación con Videojuegos de CaixaBank Consumer Finance recibió el Premio a la Excelencia en Capital Humano otorgado por Brandon Hall. Este programa contribuyó a incrementar la captación en el negocio en un 40 % y la disminución de la morosidad en un 2,46 %.

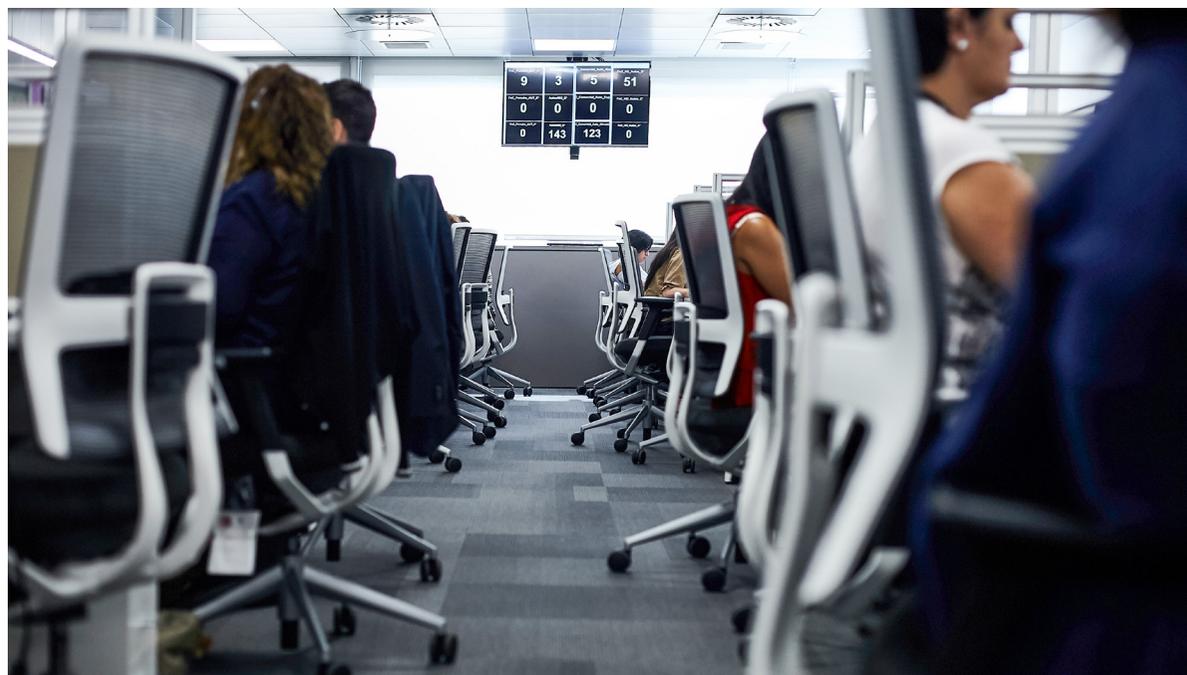
El programa premiado formó a más de 250 empleados con el "serious game" de negociación *Navieros*, que trasladó a los empleados a la Venecia del Renacimiento, donde tuvieron que enfrentarse a seis negociaciones hasta convertirse en el mejor mercader de su tiempo. Gracias a este "serious game" y a su sofisticado simulador, los empleados de CaixaBank Consumer Finance pudieron aprender y practicar habilidades comerciales (*softskills*) como la negociación, la resolución de conflictos, la orientación a resultados y la toma de decisiones.

### **Formación para la transformación digital y adaptación al cambio**

La transformación digital del negocio, en la que la empresa está inmersa, conlleva tanto el entrenamiento y la formación en nuevos conocimientos de los profesionales como en las habilidades de liderazgo y gestión el cambio.

En el 2017 se formaron en inteligencia artificial distintas áreas de la compañía: técnica y programación, expertos en reporte y desarrollo de proyectos. En total, cada participante recibió entre 52 y 56 horas de formación y se impartieron 1.855 horas que redundarán en la transformación digital de la empresa.

Además, a través del programa de Mentoring inverso, el talento joven trasladó sus formas innovadoras de pensamiento a los más *seniors* para facilitarles la adaptación a nuevos entornos tecnológicos que esta transformación digital traerá consigo.



#### D. Desarrollo de capacidades

Con el objetivo de desarrollar las capacidades de los nuevos profesionales que se incorporan a la compañía se ha diseñado:

##### Graduate Program

Programa que busca el desarrollo profesional de los jóvenes que se incorporan a la empresa a través de un plan exclusivo de acompañamiento. En el 2017 nueve jóvenes participaron en la primera formación intensiva *Experiencia Graduate I*, impartida por una *coach* y entrenadora de talento y se incorporaron seis talentos jóvenes en la empresa.

##### Formación de quince mentores y mentoras

Para que realicen el acompañamiento especializado y creen relaciones de confianza con los empleados y empleadas *juniors*.

CaixaBank Consumer Finance impulsa el liderazgo transformacional, gracias al cual los líderes son capaces de motivar a su equipo para el logro conjunto de un objetivo común. En el 2017 se realizaron acciones y talleres enfocados a formar al 100% de quienes gestionan personas en la compañía, para afianzarles en habilidades de liderazgo.

Los resultados positivos de este esfuerzo se observan en los datos que transmite la encuesta de clima realizada a empleados en el 2017, que revela entre los puntos fuertes de la empresa: la capacidad de los líderes de reconocer el trabajo realizado por su equipo y de colaboración entre los miembros del equipo.

Para seguir afianzando este liderazgo, se ha desarrollado un modelo de entrevista de desarrollo adaptado a la función de gestor de personas, en el que detectan conductas observables a partir de ejes críticos, como son: el liderazgo personal, el liderazgo de equipos, el trabajo en equipo, la relación con los clientes y *stakeholders* y la gestión del cambio. Este modelo se implementará en el 2018 para evaluar a los *managers* según su calidad de liderazgo, de forma observable y objetiva.

Una consecuencia de la mayor inversión en la formación para lograr un equipo preparado es que en el 2017 la promoción interna fue de 17 personas, lo que supone un 3,38% sobre el total de empleados y un 26% sobre el total de nuevos empleados en la empresa. Este dato manifiesta el compromiso de la empresa por ofrecer nuevas oportunidades de crecimiento a sus profesionales.

#### Promoción interna en el 2017

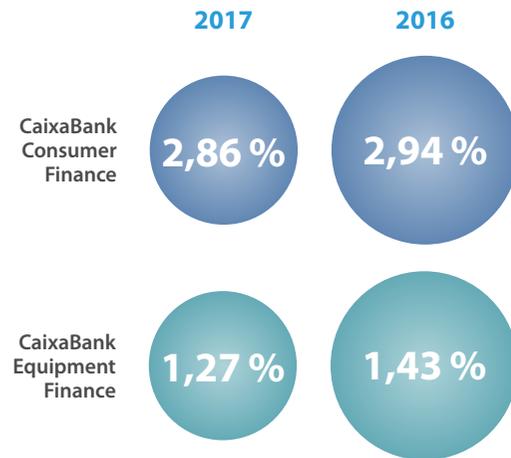
CaixaBank Consumer Finance	 7	 7	Total	14	% / total	3,41 %
CaixaBank Equipment Finance	1	2	Total	3	% / total	3,26 %
	<hr/> 8	<hr/> 9		<hr/> 17		



La Compañía cuenta con un Comité de Seguridad y Salud que está integrado por los delegados de Prevención y miembros de Comité de Dirección. Este comité se responsabiliza no solo de la gestión de la prevención de riesgos laborales sino de que los trabajadores encuentren un entorno laboral que les proporcione un bienestar físico, mental y social.

El logro de este objetivo se tradujo en que la empresa tuvo unos indicadores de absentismo bajos. La tasa descendió respecto a la del 2016, tanto en CaixaBank Consumer Finance como en CaixaBank Equipment Finance. Cabe destacar que el número total de jornadas perdidas es mayor en el caso de las mujeres que en el de los hombres.

### Tasa de absentismo (general)



## F. Gestión de la diversidad e igualdad

### Plan Familia

El compromiso con los empleados se extiende a sus familias, ayudando a todos aquellos que cuentan con miembros discapacitados en su familia a lograr una integración social y laboral efectiva, en colaboración con la Fundación Adecco.

### Áreas de intervención del Plan Familia

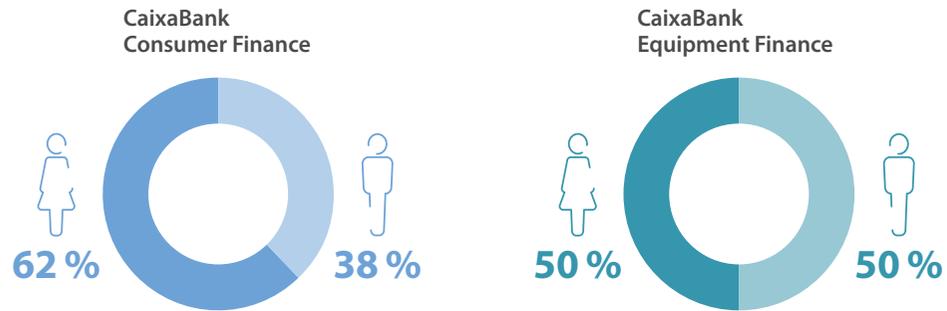




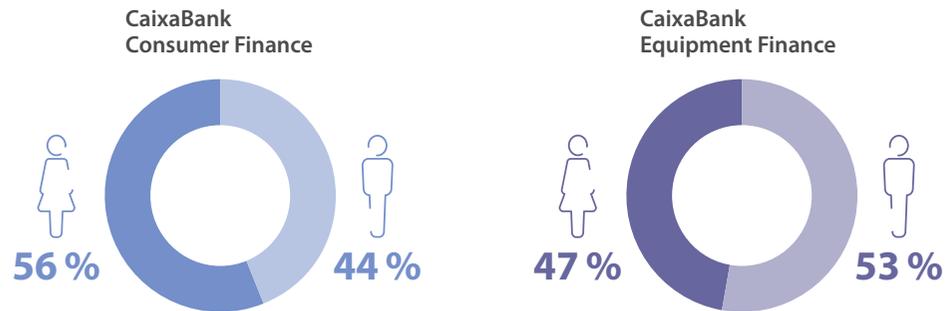
CaixaBank Consumer Finance tiene el Distintivo de Igualdad de Género (DIE) desde el año 2015, otorgado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, el cual se otorga a todas aquellas empresas que, de forma relevante y significativa, aplican políticas de igualdad de trato y de oportunidades a sus trabajadores.

Los datos que se desprenden de los procesos de selección internos que se realizaron en CaixaBank Consumer Finance en el 2017 manifiestan el compromiso de la entidad con la gestión de la igualdad de oportunidades al promocionar en igual medida a mujeres y hombres, en un 50%. Además, del total de nuevas personas contratadas por CaixaBank Consumer Finance en el 2017, 20 fueron hombres y 33 mujeres. En el caso de CaixaBank Equipment Finance, de los 12 contratados, un 50% fueron mujeres.

### Nuevas contrataciones en el 2017



### Distribución de la plantilla por género en el 2017



CaixaBank Consumer Finance ha elaborado un sistema para evitar las posibles brechas salariales definiendo unas bandas salariales para los distintos grupos profesionales. De este modo se fijan objetivamente los salarios en función de la categoría profesional y se evitan las diferencias que pudieran derivarse del género. Además, anualmente se realiza el análisis de la brecha salarial.

El porcentaje de mujeres que forman parte de puestos directivos se mantiene igual que en el 2016: en un 25 %.



Un dato que hay que destacar de la aplicación de la política de igualdad es que en el 2017 disfrutaron del permiso parental 26 empleados de CaixaBank Consumer Finance –de los que un 73 % fueron hombres y un 27 % mujeres– y 7 de CaixaBank Equipment Finance –de los que el 57 % fueron hombres–.



Número de empleados acogidos al servicio parental	CaixaBank Consumer Finance	CaixaBank Equipment Finance
Empleados reincorporados después de la baja por paternidad	12	1
Empleadas reincorporadas después de la baja por maternidad	7	3
Empleados que participaron en el permiso de paternidad	19	4
Empleadas que participaron en el permiso de maternidad	7	3



11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



COMPROMISO  
CAIXABANK  
CONSUMER FINANCE

## Medio ambiente

### 5.1. Gestión medioambiental

CaixaBank Consumer Finance está comprometida con la conservación del medio ambiente, respeta la legalidad vigente y adopta diariamente procedimientos para reducir el impacto medioambiental de sus actividades.

La compañía desarrolla su actividad basándose en la política medioambiental del Grupo CaixaBank. De acuerdo con esto, se sigue la normativa ISO 14001 y 50001 de gestión ambiental y gestión energética, respectivamente, y el reglamento europeo EMAS 1221/2009 de gestión y auditorías medioambientales.

En cumplimiento del Real Decreto 56/2016 de transposición de la Directiva 2012/27/UE, CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance realizaron, en el 2017, las auditorías energéticas externas para la eficiencia energética de la compañía. El informe de estas fue favorable.

**El crecimiento de la compañía, que en el 2017 incrementó su cartera de crédito en un 33 %, supuso una mayor actividad comercial y un aumento de los empleados y de los recursos necesarios para llevarla a cabo**



## 5.2. Proyectos para la reducción del impacto ambiental

CaixaBank Consumer Finance invirtió en el 2017 un total de 284.333 €, un 57 % más que en el 2016, para acondicionar nuevos espacios según la normativa energética y ambiental del Grupo CaixaBank, S.A. En total se habilitaron 1.194 m<sup>2</sup> distribuidos de la siguiente manera:

Barcelona	Madrid
<b>600 m<sup>2</sup></b>	<b>250 m<sup>2</sup></b>
Sevilla	Málaga
<b>190 m<sup>2</sup></b>	<b>154 m<sup>2</sup></b>

Estas inversiones son parte del Proyecto de Ambientación de las Filiales, iniciativa promovida por el Grupo CaixaBank, para impulsar proyectos destinados a la mejora de la eficiencia energética y la reducción de la huella ambiental.

En los nuevos espacios habilitados se implantaron sistemas de climatización eficiente, iluminación LED y sistemas de aislamiento que supusieron un ahorro energético en el 2017, en cuanto al consumo eléctrico, como se indicará a continuación.



## 5.3. Indicadores ambientales



### A. Combustible

El total de litros de gasóleo consumidos en el 2017 fue de 304.644 litros, lo que corresponde a unas emisiones de 767,7 Tn CO<sub>2</sub> (alcance 1).

Del total de toneladas de CO<sub>2</sub>, 614,9 corresponden a CaixaBank Consumer Finance y 152,7 a CaixaBank Equipment Finance. Aunque se da un aumento en términos absolutos del 8,8% en el consumo de combus-

tible, esto es compatible con la disminución, en términos relativos, del gasóleo consumido por empleado y de la emisión de CO<sub>2</sub> a la atmósfera, que disminuyó, en el caso de CaixaBank Consumer Finance en -3%, pasando de 1,55 en 2016 a 1,50 Tn CO<sub>2</sub> por empleado en el 2017.

El crecimiento experimentado por la compañía en este ejercicio conllevó un aumento de visitas a clientes y prescriptores y, por consiguiente, un incremento del gasoil consumido.

### Gasoil y gases refrigerantes

	CaixaBank Consumer Finance		CaixaBank Equipment Finance		Totales	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Gasoil consumido (litros)	230.065,40	244.037,00	47.752,00	60.607,00	277.817,40	304.644,00
CO <sub>2</sub> emitido (toneladas)	584,14	614,97	121,24	152,73	705,38	767,70



### B. Consumo eléctrico

El Plan de Ambientalización de Filiales supuso una disminución del consumo de Kwh por m<sup>2</sup>. Aunque el total de energía consumida se incrementó en 112,72 Kwh, esto fue debido al aumento del espacio habilitado por las obras realizadas en 2017, en 1.194 m<sup>2</sup>. Sin embargo, se constata un menor consumo energético por metro cuadrado, pasando de 0,73 kwh/m<sup>2</sup> en el 2016 a 0,60 kwh/m<sup>2</sup> en el 2017.

El total de energía eléctrica consumida corresponde a una emisión de 1,31 Tn CO<sub>2</sub>, siendo el factor de conversión de Kwh a kg CO<sub>2</sub> de 0,39 kg CO<sub>2</sub>/Kwh (alcance 2).

### Consumo eléctrico total

	CaixaBank Consumer Finance	
	2016	2017
Total energía eléctrica consumida (Kwh)	3.248,28	3.361,00
En ocho centros de trabajo (m <sup>2</sup> )	4.454,00	5.648,00
<b>Intensidad (Kwh/m<sup>2</sup>)</b>	<b>0,73</b>	<b>0,60</b>



### C. Viajes corporativos

La política de viajes corporativos de la empresa se articula en torno a las necesidades de los clientes. Por este motivo, son los objetivos de servicio y asesoramiento al cliente y los objetivos de ventas los que marcan estos indicadores. Como en el 2017 el negocio creció en un 12%, este incremento fue acompañado de un aumento de los viajes corporativos de empresa.

### D. Otros consumos

El **consumo de agua** por empleado se mantiene. Sin embargo, se ha producido un aumento en términos absolutos, debido al aumento de los empleados y la superficie habitada, siendo el total de agua consumida por cada empleado de 3,64 m<sup>3</sup>.

CaixaBank, S.A. impulsa medidas para crear un compromiso activo de sus empleados con el medio ambiente a través de la implantación de medidas para reducir el **consumo de papel** y promover el consumo de papel reciclado. En el 2017 el uso de papel reciclado ya supera el 50% del consumo, tanto en CaixaBank Consumer Finance como en CaixaBank Equipment Finance.

A esto contribuye también el esfuerzo de la compañía y todo el equipo por la transformación digital de la empresa. Los nuevos procesos y operaciones se realizan a través de la web, *app*, etc., de manera que no solo se reduce el consumo de papel en la empresa, sino que este proceso de transformación digital impacta en sus clientes, *prescriptores*, *partners* y proveedores.

### Viajes corporativos

	CaixaBank Consumer Finance		CaixaBank Equipment Finance	
	2016	2017	2016	2017
<b>Avión (km)</b>	<b>920.802,2</b>	<b>1.215.854,7</b>	<b>554.213,0</b>	<b>564.031,8</b>
<b>Tren (km)</b>	<b>226.850,1</b>	<b>394.639,8</b>	<b>177.315,9</b>	<b>134.942,2</b>

Debido al incremento de negocio y a la contratación de personal, aunque en términos absolutos la variación ha sido muy pequeña, en términos relativos ha disminuido en mayor medida la cantidad de papel consumido por empleado en el año, pasando, en el caso de CaixaBank Consumer Finance, de 22 kg a 20 kg.





### Agua

	2016	2017
Agua consumida (m³)	1.832,5	1.685,4

### Papel

	CaixaBank Consumer Finance		CaixaBank Equipment Finance	
	2016	2017	2016	2017
Papel consumido (kg)	4.430	4.241	765	675
Papel reciclado (kg)	3.904	3.904	718	746
Consumo total (kg)	8.334	8.373	1.483	1.421
Papel consumido por empleado (kg)	18	15		15
Variación en el consumo	-8 %		-19 %	



Conocedores de los beneficios ambientales que conlleva el reciclaje de materiales, en febrero del 2017 se promovió esta práctica a través del establecimiento de ocho *containers* en la sede de la compañía, como puntos de reciclaje, con una capacidad de 75 litros cada uno. Esto ha ayudado a implantar la cultura de reciclaje dentro de la empresa.

### Gestión y reciclaje de residuos

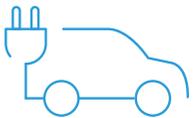
	CaixaBank Consumer Finance		CaixaBank Equipment Finance	
	2016	2017	2016	2017
Papel y cartón (kg)	5.280,00	1.726,00	1.485,25	
Cartuchos de tóner (unidades)	245	189	868	549
Fluorescentes (kg)	19	7		

## 5.4. Buenas prácticas medioambientales

CaixaBank Consumer Finance asienta la gestión de su negocio y, por tanto, de sus productos y servicios en el respeto y la protección del entorno. En el 2017 se ha trabajado para promover nuevos sectores comerciales respetuosos con el medio ambiente, en busca de oportunidades para incentivar el consumo responsable y la sostenibilidad.



En el **sector de las bicicletas**, ha establecido acuerdos comerciales con distintas empresas dedicadas a la distribución y venta de bicicletas tradicionales y eléctricas, y ha promovido campañas de financiación sin intereses en la red de comercios para incentivar la compra de la bicicleta y así impulsar la movilidad sostenible.



En el **sector de los vehículos eléctricos**, CaixaBank Consumer Finance es una de las dos financieras de Tesla, marca que fabrica y vende coches 100% eléctricos. A través de este acuerdo CaixaBank Consumer Finance garantiza una oferta financiera que permite el pago a plazos de estos vehículos, contribuyendo a la disminución de la huella de carbono.





## Proveedores y comunidad

CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance están comprometidas con el desarrollo de toda la sociedad y lo tienen en cuenta en el desarrollo de su actividad, tanto en el ámbito interno, con sus empleados, como en el ámbito externo, con su cadena de suministro.

Es interés de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance que sus proveedores comprendan, acepten y respeten los principios del Pacto Mundial, asumiendo que el incumplimiento de alguna de las previsiones contenidas en el mismo conllevará la cancelación del contrato.

A su vez, la compañía se compromete con el desarrollo económico del territorio en el que opera, teniendo un total del 99 % de proveedores locales, en los que ha realizado un gasto de 91.766.165 €.

**Proveedores locales**

**99 %**

Este compromiso lleva a la compañía a formar parte de asociaciones cuyo fin es contribuir al bien social.

## 6.1. Las asociaciones en las que participa la compañía

CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance pertenecen a diversas asociaciones. Entre ellas se encuentran las que están relacionadas con su actividad o con los sectores de actividad de sus *partners*.

Destaca la pertenencia a ASNEF, Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito, entidad que agrupa en la práctica a la totalidad de las compañías financieras y de crédito especializadas de toda España, y que pone a disposición de todas ellas los servicios y la información necesaria para mejorar la actividad del crédito al consumo. En el 2017, el director general de CaixaBank Consumer Finance, Jordi Maymó, ostentó el cargo de vicepresidente de esta entidad.

Además, CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance están presentes en la AEL, Asociación Española de Leasing y Renting. Esta representa los intereses de las empresas que operan en el sector del arrendamiento financiero (*leasing*) y arrendamiento operativo (*renting*). La compañía forma parte del Consejo de Renting de la AEL y contribuye en la organización de esta.

En el sector del automóvil, participa como patrocinador del Congreso de Automoción de la Asociación de Concesionarios Faconauto. Y, en el sector de electrodomésticos, es miembro de la FECE, Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos.

El compromiso con la responsabilidad social se manifiesta en su participación como miembro socio de Autocontrol. CaixaBank Consumer Finance es, además, miembro Signatory del Pacto Mundial presentando cada año el *Informe de progreso en Global Compact*.





# Acción social y voluntariado

<b>1</b> FIN DE LA POBREZA 	<b>3</b> SALUD Y BIENESTAR 
<b>2</b> HAMBRE CERO 	<b>8</b> TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONOMICO 

**COMPROMISO CAIXABANK**  
CONSUMER FINANCE

## 7.1. Iniciativas sociales entre los empleados

### A. Voluntariado corporativo

Tanto CaixaBank Consumer Finance como CaixaBank Equipment Finance promueven el voluntariado corporativo como un modo de implicar a los empleados en el compromiso de contribuir al bien social y en los objetivos de mejora y transformación de la sociedad.

Este voluntariado está abierto a todos aquellos empleados, jubilados, amigos y familiares que quieran implicarse de forma desinteresada con las iniciativas que promueve la Obra Social "la Caixa".

Durante el año 2017, se informó del Programa de Voluntariado Corporativo a 83 nuevos colaboradores. Además, se les informó que a través del Programa LIVE Acción Social pueden dedicar cuatro horas de trabajo al año cedidas por la empresa a un proyecto de voluntariado.

## B. Semana Solidaria

En marzo del 2017, más de 100 personas de CaixaBank Consumer Finance y CaixaBank Equipment Finance participaron en la Semana Social del Grupo CaixaBank. Unos días en los que desde la Fundación Bancaria “la Caixa” se promueven distintas actividades de voluntariado en toda España dirigidas a los empleados y empleadas del Grupo, de forma que puedan conocer y colaborar con entidades sociales en beneficio de la comunidad.

Los voluntarios colaboraron con entidades locales beneficiarias de la Obra Social “la Caixa”. Y realizaron actividades muy variadas, desde la atención a personas con discapacidad intelectual, hasta la atención de comedores sociales, el acompañamiento a personas de la tercera edad o la rehabilitación de viviendas.

El ratio de participación de profesionales ascendió al 27 %, en el caso de CaixaBank Consumer, y a un 19 %, en el caso de CaixaBank Equipment Finance.

### Participación Semana Solidaria 2017

**100** voluntarios



***“Ha sido una experiencia inolvidable, estuve colaborando como voluntario en el centro que las Hermanas Hospitalarias tienen en la localidad de Arroyomolinos, en Madrid, para personas con discapacidad intelectual, y ha sido impagable, me llevo mucho para mi crecimiento personal de esta experiencia que estoy seguro repetiré”.***

**Oscar Cardeña,**  
comercial de Comercios



***“Fue una gran experiencia. El lunes estuve en la Fundació Santa Eulalia ayudando a personas de tercera edad junto con tres voluntarios más de CaixaBank. (...) Bajamos al comedor y conocimos a todos los residentes. La actividad consistía en ayudar a los más necesitados en la actividad diaria. En este caso, una partida al bingo que organizan cada lunes. Y parece que les di suerte ;) Cuando acabó, fui a otra mesa y estuve charlando con otro grupo. Me explicaron anécdotas de su vida, sus hijos, sus nietos. Quedaron muy agradecidos por nuestra visita”.***

**Jose Pallarés,**  
responsable Seguimiento y Control del Riesgo



## 7.2. Iniciativas sociales con los *partners*

### A. Programa Premium

Con el objetivo de involucrar y sensibilizar a los *partners* de CaixaBank Consumer Finance en la Obra Social, en el 2017 el Programa Premium facilita que los prescriptores, vendedores de comercios y concesionarios puedan canjear los puntos obtenidos en las operaciones de financiación por regalos o donaciones que se canalizan a través de dos programas:

#### 1. Vacunación infantil GAVI Alliance

Este proyecto que impulsa la Obra Social "la Caixa" es una iniciativa solidaria orientada a salvar la vida de millones de niños luchando contra la mortalidad infantil mediante el fomento de la vacunación. Es una alianza mundial público-privada que contribuye al logro del ODS 3.

Gracias a los puntos que los *partners* acumularon en el 2017, se donaron 12.397 €, que corresponden a 4.956 niños vacunados.

#### 2. Donación de material escolar a CaixaProinfancia

CaixaBank Consumer Finance también colabora con el programa CaixaProinfancia de la Obra Social "la Caixa" que lucha contra la pobreza infantil, un grave problema que afecta a miles de niños en nuestro país, actuando sobre las necesidades más básicas y fundamentales, como lo es la alimentación y la educación.

Los puntos acumulados por los *partners* también pueden contribuir a donar el material escolar básico para el equipamiento escolar necesario para niños cuyos padres no tienen los recursos para hacerlo.

#### B. Experiencia CaixaBank Consumer Finance

El compromiso social de CaixaBank Consumer Finance se manifestó un año más en que el viaje de incentivos del sector automoción se vinculó con una acción solidaria realizada en colaboración con una ONG que tenga o

haya tenido –a escala internacional– un proyecto con la Fundación Bancaria "la Caixa". En el 2017 esta ayuda se canalizó a través de la Fundación Vicente Ferrer en el Sur de la India (Anantapur).

El viaje lo realizaron 72 gerentes, propietarios y directivos de concesionarios que escogieron participar en la Experiencia CaixaBank Consumer Finance en lugar de optar por otros modelos de comisión por la intermediación de operaciones de crédito. Estos concesionarios tuvieron la ocasión de visitar los proyectos que se están llevando a cabo gracias a los donativos realizados por CaixaBank Consumer Finance.

En concreto, en el 2017 se donaron 7.761 € dedicados a tres programas que promueve la ONG: Mujer a Mujer, Aparadrina y Vivienda.

En 2017 se donaron

**12.397 € = 4.956 niños vacunados**

gracias a la contribución de la Fundación Bancaria "la Caixa" y la Fundación Gates que multiplicaron por cuatro el número de vacunas donadas



### C. Acuerdos solidarios

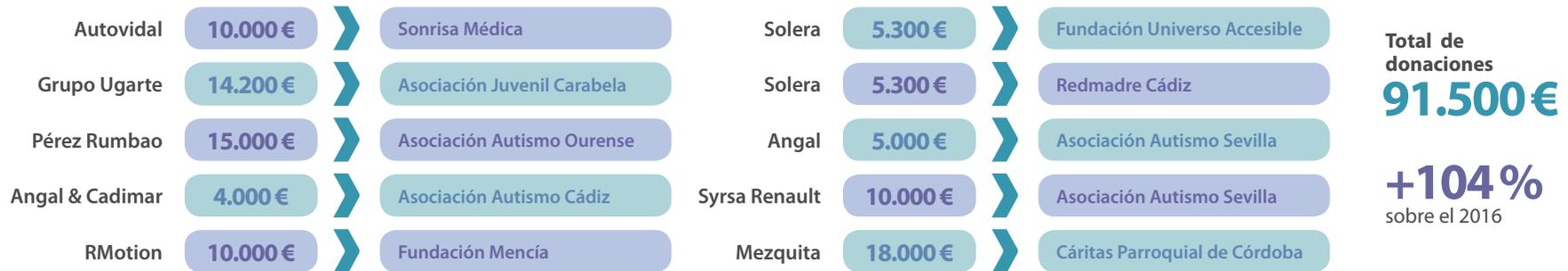
La misión de servicio a la sociedad compromete a la compañía y a los prescriptores a quienes involucra a través de distintos proyectos.

Con los concesionarios, en el 2017 se firmaron acuerdos solidarios en los que se acordó que por cada coche financiado

por CaixaBank Consumer Finance, el concesionario destinaba un porcentaje acordado a un proyecto de la Obra Social "la Caixa" que el concesionario eligiera, y CaixaBank Consumer Finance doblaba el importe de esa aportación.

El total de las donaciones en el 2017 ascendió a 91.500 €. Esto supuso un incremento del 104% sobre la cantidad aportada en el 2016.

#### Donaciones de concesionarios a entidades



## 7.3. Iniciativas medioambientales con *partners*: Campaña Ecolec

La fundación Ecolec es una entidad sin ánimo de lucro que promueve la correcta gestión integrada de residuos electrónicos y eléctricos (RAEE) y el cuidado del medio ambiente. Es la entidad con mayor cuota de participación de mercado en España, superior al 40%.

La Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE), en la cual CaixaBank Consumer Finance participa, mantiene un convenio de colaboración con ECOLEC para la gestión de los RAEE que se generan en los puntos de venta de electrodomésticos.

A lo largo del 2017, en el marco de este convenio, se mantuvo activa una campaña que consistió en vincular la correcta gestión de los residuos con el Proyecto GAVI, de modo que por cada contenedor de RAEE gestionado por ECOLEC contribuía con la financiación de una vacuna en el marco del Proyecto GAVI de la Obra Social "la Caixa". El resultado fueron 230 contenedores recogidos que permitieron la vacunación de 920 niños\*. CaixaBank Consumer Finance intermedió este acuerdo y colaboró en la campaña de comunicación en los puntos de venta asociados a FECE.

(\*) Gracias a la contribución de la Fundación Bancaria "la Caixa" y la Fundación Gates que multiplicaron por cuatro el número de vacunas donadas



## Alcance de la memoria

El presente informe cubre el desempeño de CaixaBank Consumer Finance, E.F.C., S.A.U y CaixaBank Equipment Finance E.F.C., S.A.U. A lo largo del mismo se ha hecho referencia a ellas como *CaixaBank Consumer Finance* y *CaixaBank Equipment Finance*, respectivamente.

El periodo de tiempo cubierto por este informe se extiende desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre del 2017. Para su elaboración se han tenido en cuenta las necesidades de reporte para el *Informe de progreso del Pacto Mundial*, los 10 Principios del Pacto y los ODS, así como los indicadores de GRI Standards que competen en cada caso.

En el caso de CaixaBank Equipment Finance, se establece el 2017 como año base de comparación. Por este motivo, al no haber datos comparativos, en algunos casos la memoria se ciñe a la comparación con CaixaBank Consumer Finance.

# Tabla de indicadores GRI



## CONTENIDOS GENERALES

Indicador	Descripción	Página
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
102-1	Nombre de la organización	Pág. 10
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Págs. 14-15
102-3	Ubicación de la sede	Pág. 10
102-4	Ubicación de las operaciones	Pág. 11
102-5	Propiedad y forma jurídica	Pág. 10
102-6	Mercados servidos: desglose geográfico de dónde se ofrecen los servicios	Pág. 11
102-7	Tamaño de la organización	Págs. 11-13
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Pág. 48
102-9	Cadena de suministro	Pág. 62
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Pág. 10
102-11	Principio o enfoque de precaución	Págs. 28-29
102-12	Iniciativas externas: lista de principios, documentos de carácter económico, ambiental y social a los que está suscrita o respalda	Pág. 20
102-13	Afiliación a asociaciones	Pág. 63

Indicador	Descripción	Página
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>		
102-14	Declaración del responsable principal de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia para abordar esa cuestión	Págs. 6-9
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades	Págs. 28-29
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>		
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Págs. 30-32
102-17	Mecanismos de asesoramiento sobre temas éticos	Pág. 30
<b>GOBIERNO</b>		
102-18	Estructura de gobierno de la empresa	Págs. 25-27
102-19	Proceso de delegación de autoridad del máximo órgano de gobierno	Págs. 25-26
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Págs. 7 y 9
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	Págs. 17-18
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Pág. 25
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	Antonio Vila Bertrán
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Pág. 25
102-25	Conflictos de intereses	Pág. 25

Indicador	Descripción	Página
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	Pág. 26
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Pág. 25
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Pág. 19
102-30	Eficacia en los procesos de gestión de riesgo	Pág. 28

#### **PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS**

102-40	Lista de grupos de interés	Págs. 17-18
102-41	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	100 %
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Pág. 17
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Págs. 17-18

#### **PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES**

102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Pág. 19
102-46	Definición de los contenidos del informe y cobertura del tema	Págs. 19-23
102-47	Lista de temas materiales	Pág. 19
102-50	Periodo objeto del informe	Año 2017
102-51	Fecha del último informe	Año 2016

Indicador	Descripción	Página
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual
102-53	Punto de contacto para preguntas del informe	Correo electrónico: responsabilidadcorporativa @CaixaConsumer.com
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares de GRI	Se han utilizado algunos estándares GRI para la elaboración del contenido de esta memoria
102-55	Índice de contenidos GRI	Págs. 69-76
102-56	Verificación	Interna

## ESTÁNDARES ECONÓMICOS

Estándar GRI	Indicador	Descripción	Página
--------------	-----------	-------------	--------

### DESEMPEÑO ECONÓMICO

Enfoque de gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pág. 19
	103-2	Enfoque de gestión	Págs. 12-13
	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Págs. 12-13

### PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN

Enfoque de gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pág. 62
	103-2	Enfoque de gestión	Pág. 62
	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Pág. 62

Estándar GRI	Indicador	Descripción	Página
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD EN LOS NEGOCIOS</b>			
Enfoque de gestión	103-2	Enfoque de la anticorrupción	Págs. 28-29
Anticorrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Págs. 28-29
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Págs. 29, 32, 44 y 50

### ESTÁNDARES AMBIENTALES

Estándar GRI	Indicador	Descripción	Página
<b>ENERGÍA</b>			
Enfoque de gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Págs. 56-57
	103-2	Enfoque de gestión	Págs. 56-57
	302-1	Consumo energético en la organización	Pág. 58
	302-2	Consumo energético fuera de la organización	Pág. 58
	302-3	Intensidad energética	Pág. 58
<b>EMISIONES</b>			
Enfoque de gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Págs. 56-57
	103-2	Enfoque de gestión	Págs. 56-57

Estándar GRI	Indicador	Descripción	Página
	305-1	Emisiones directas GEI (alcance 1)	Pág. 58
	305-2	Emisiones directas GEI (alcance 2)	Pág. 58

## ESTÁNDARES SOCIALES

Estándar GRI	Indicador	Descripción	Página
--------------	-----------	-------------	--------

### CALIDAD DEL EMPLEO, BIENESTAR Y CONCILIACIÓN

Enfoque de gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pág. 46
	103-2	Enfoque de gestión	Pág. 46
	401-1	Nuevas contrataciones	Pág. 54
	401-2	Beneficios para los empleados	Pág. 46
	401-3	Permiso parental	Pág. 55

### SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

Enfoque de gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pág. 53
	103-2	Enfoque de gestión	Pág. 53
	403-1	Representación de trabajadores en los comités de salud y seguridad del grupo	Pág. 53
	403-2	Absentismo	Pág. 53

Estándar GRI	Indicador	Descripción	Página
<b>FORMACIÓN Y DESARROLLO</b>			
Enfoque de gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pág. 53
	103-2	Enfoque de gestión	Pág. 53
	404-1	Formación por empleado	Pág. 53
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados	Págs. 44-45
	404-3	Porcentaje de empleados fijos que reciben evaluaciones periódicas	100 %
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>			
Enfoque de gestión	103-2	Explicación de cómo la compañía enfoca la igualdad de oportunidades	Pág. 53
	405-1	Diversidad en órganos de gobierno	Pág. 55
<b>CONTRIBUCIÓN A LA COMUNIDAD LOCAL</b>			
Enfoque de gestión	103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Pág. 64
	103-2	Enfoque de gestión	Pág. 64
	413-1	Operaciones con participación en la comunidad	Págs. 65-67



© 2018 CaixaBank Consumer Finance, E.F.C, S.A.  
Está prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio, de esta publicación sin el consentimiento previo por escrito de CaixaBank Consumer Finance.

CaixaBank Consumer Finance.  
Caleruega 102  
28033 Madrid

La *Memoria de sostenibilidad 2017* ha sido elaborada por CaixaBank Consumer Finance y se distribuye únicamente a efectos informativos.

Para más información:  
[www.CaixaBankConsumer.com](http://www.CaixaBankConsumer.com)



[twitter.com/CABKCF\\_responde](https://twitter.com/CABKCF_responde)



[www.linkedin.com/company/caixabankconsumerfinance](https://www.linkedin.com/company/caixabankconsumerfinance)

Memoria elaborada  
con el apoyo de

**21**gramos



[www.CaixaBankConsumer.com](http://www.CaixaBankConsumer.com)

