



# INFORME DE PROGRESO 2018

Carta de Renovación del Compromiso

Acerca de la Entidad

Metodología

Análisis

Experiencia del Cliente

Empleados

Prescriptores en Telefónica Consumer Finance

Accionistas y gestión de riesgos

Reguladores y anticorrupción

Contribución con la comunidad



Carta de renovación  
del compromiso

## CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

Como primer año de adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas, para Telefónica Consumer Finance es una satisfacción poder dar a conocer nuestro compromiso con los Diez Principios del Pacto Mundial, a través de la publicación de este Informe de Progreso.

Nuestra entidad nace de la sinergia de dos grandes compañías con el objetivo de lograr la excelencia en el servicio a sus clientes: CaixaBank Consumer Finance y Telefónica; las cuales representan el total del accionariado de la empresa con un 50% cada una. La sinergia entre estos dos líderes en su sector permite a Telefónica Consumer Finance ofrecer una gama de productos financieros y experiencias innovadoras, diferenciales y únicas para sus clientes. Esta singularidad, a su vez, la adhiere a los compromisos suscritos por las compañías a las que pertenece, convirtiéndola en promotora de sus valores y reflejo de la integridad de las mismas.

En materia de sostenibilidad, la entidad integra los procesos de gestión establecidos por CaixaBank Consumer Finance; aplicando desde su Código ético o su política de responsabilidad, hasta su firme compromiso en la lucha contra la corrupción, el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo. La pertenencia a esta compañía compromete a Telefónica Consumer Finance con sus grupos de interés, afectados directa o indirectamente por la misión empresarial de la compañía y, por ende, con el cumplimiento de los Diez Principios del Pacto Mundial y la contribución a la Agenda 2030.

En este sentido, la entidad trabaja para gestionar los desafíos que su actividad entraña para cada grupo de interés, tomando como referencia los temas materiales que se identifican desde CaixaBank Consumer Finance en relación para cada uno de estos grupos.

Con el objetivo de poner en valor los procesos que la entidad ha integrado para cumplir con los estándares de excelencia que sus grupos de interés le demandan, en este informe se recoge el desempeño de la entidad y su contribución al desarrollo sostenible de nuestra sociedad.



Cristina Perea Acuña

Directora general de Telefónica Consumer Finance



*Acerca de la entidad*

**Nombre completo:** Telefónica Consumer Finance, E.F.C.,S.A.

**Naturaleza jurídica de la entidad:** Telefónica Consumer Finance, E.F.C.,S.A. es una sociedad anónima de capital, autorizada como Establecimiento Financiero de Crédito por el Banco de España.

**Tipo de empresa y actividad:** Establecimiento financiero de crédito, financiación al consumo en el punto de venta (físico u online) mediante: operaciones de préstamo a consumidores finales para la adquisición de productos comercializados por Grupo Telefónica de España, concretamente equipos de telefonía móvil y artículos electrónicos tales como, tablets, notebooks y pc's portátiles. Ofrece además a los clientes que ya han financiado, préstamos en condiciones exclusivas. La comercialización de las operaciones en Telefónica Consumer Finance se hace principalmente a través de prescriptores (comercios distribuidores de artículos de telefonía) autorizados por Telefónica para la distribución de sus productos.

**Ubicación y alcance de la entidad:** La entidad se encuentra ubicada en la c/ Caleruega 102, 28033 Madrid (España). No tienen presencia en ningún otro país.

**Facturación y datos económicos:** 18.500.000€ . La entidad no ha recibido ninguna ayuda financiera por parte del gobierno.

**Número total de empleados:** 8

**Grupos de interés:** Los grupos de interés identificados son: clientes, empleados, prescriptores, accionistas, reguladores y comunidad. Cuya identificación se ha realizado teniendo en cuenta la propia estructura de la compañía creada mediante una joint-venture entre dos grandes socios (Accionistas), su red de distribución (Prescriptores), el público al que van dirigidas las soluciones de financiación de la entidad (Clientes) y el equipo que permite el desarrollo de su actividad (Empleados), analizando además el impacto que el desarrollo del negocio pueda tener en la sociedad o la comunidad como grupo de interés. Se ha realizado un proceso de reflexión para identificar las cuestiones con mayor impacto o importancia en el negocio y en nuestros grupos de interés.

**Análisis de materialidad:** Resultado del análisis de los asuntos críticos para cada grupo de interés y de los aspectos más importantes para la actividad empresarial, se han extraído aquellas materias con mayor impacto y/o relevancia para la compañía. De la evaluación conjunta de las materias críticas para cada grupo de interés y de los aspectos más significativos para la actividad empresarial, se han extraído aquellas materias con mayor influencia para la empresa.

**En relación al Informe de Progreso:** Alcance solo a España, presentación del informe anual (año natural).

**Iniciativas desarrolladas en apoyo al desarrollo sostenible en relación al marco de Naciones Unidas (Principios de Pacto Mundial, ODS, etc):** Debido a la naturaleza de la entidad, como filial de CaixaBank Consumer Finance, Telefónica Consumer Finance no realiza por su propia cuenta proyectos de colaboración u apoyo propios a este respecto. No obstante, participan en las iniciativas del Grupo CaixaBank y colabora mediante su estructura y contribución de resultados a través de su propiedad a la Fundación Bancaria "la Caixa", que trabaja para construir una sociedad mejor, más justa y con más oportunidades para todos.

Telefónica Consumer Finance, como filial de CaixaBank Consumer Finance se ha adherido a los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. La adhesión a tales principios constituye un compromiso integral por la responsabilidad social y por la sostenibilidad, con la intención de desarrollar dicha actitud en toda su cadena de valor. Desde el grupo de CaixaBank Consumer Finance se ha incluido una cláusula contractual para que sus proveedores respeten también dichos principios.

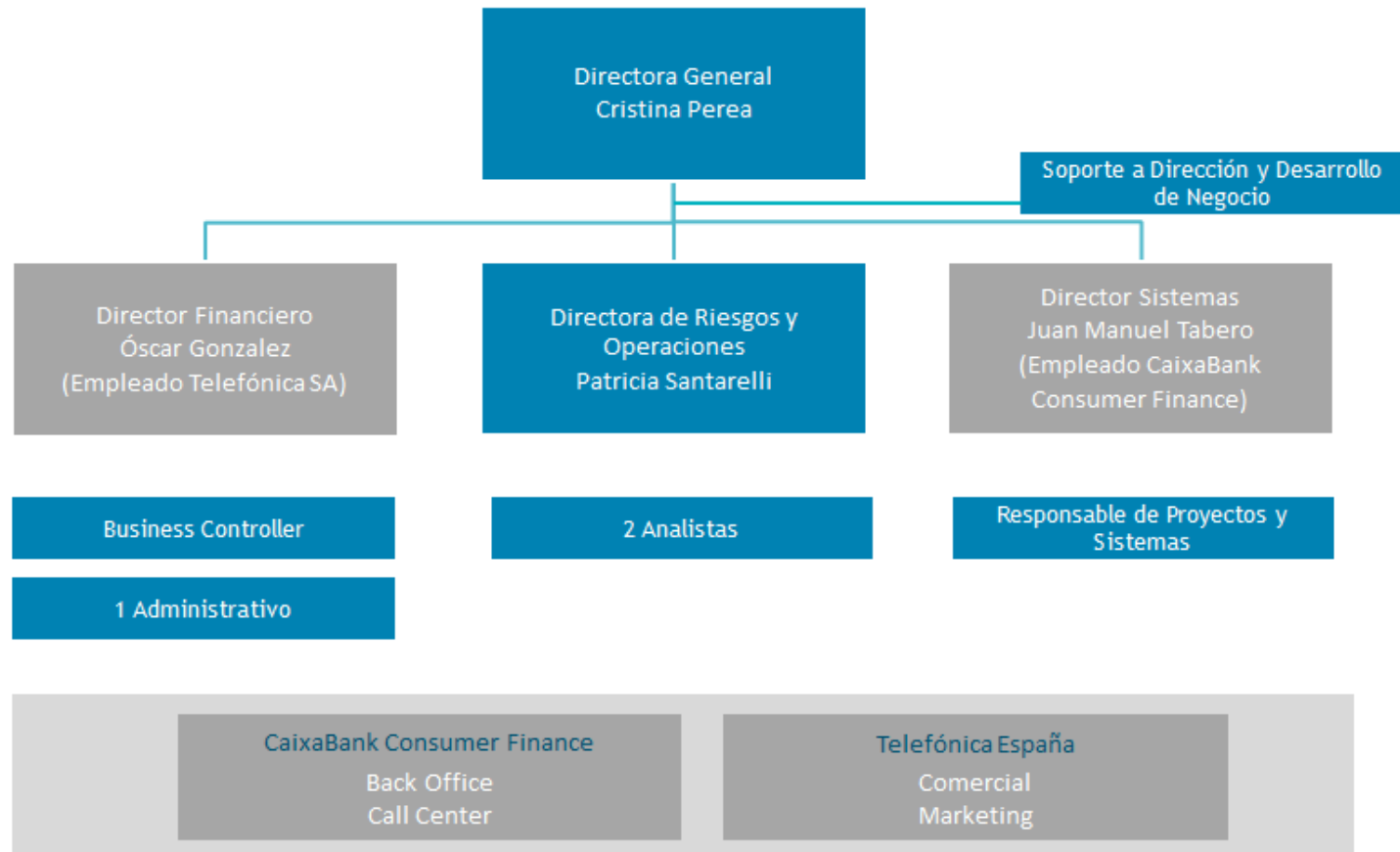
**Página web de la entidad:** [www.telefonicaconsumerfinance.net](http://www.telefonicaconsumerfinance.net) . A través de la cual se difundirá el Informe de Progreso.

**Organigrama:** La entidad cuenta con 8 empleados en plantilla: 2 de dirección. El resto está subcontratado a CaixaBank Consumer Finance y Telefónica.

**Estructura de gobierno:** El cargo ejecutivo de Telefónica Consumer Finance lo ostenta François Miqueu como presidente.

**Nombre del máximo cargo ejecutivo:** Cristina Perea Acuña

**Persona de contacto:** Elena Paniagua Bautista





Metodología



El presente Informe de Progreso está basado en la metodología de reporting por grupos de interés. La complejidad y el dinamismo del contexto empresarial actual ha hecho necesario adquirir un compromiso sólido con los distintos grupos de interés, afectados directa o indirectamente por la misión empresarial.

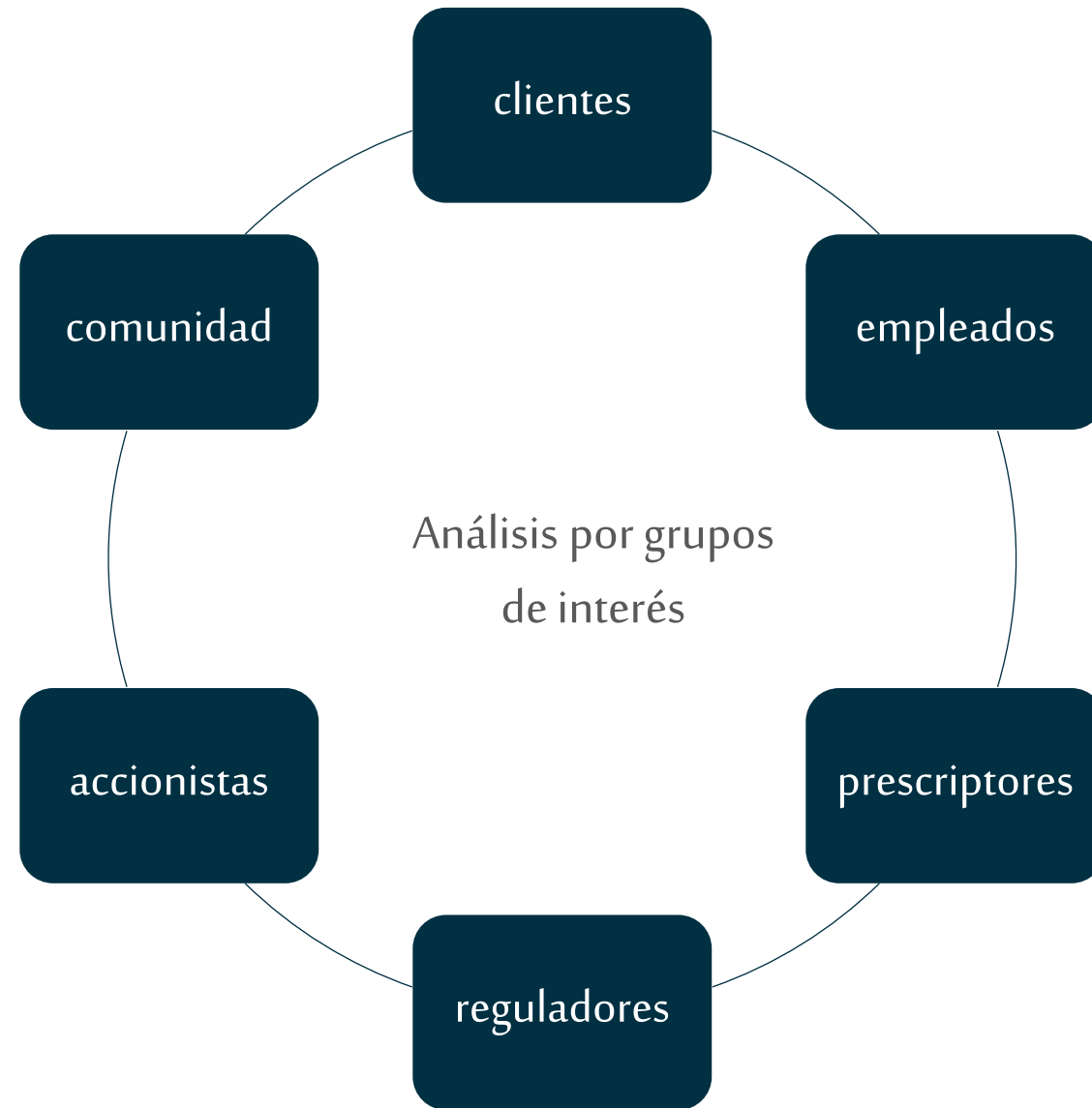
La entidad para elaborar este Informe de Progreso ha desarrollado los siguientes pasos:

- Seleccionar los grupos de interés más relevantes para Telefónica Consumer Finance
- Identificar los temas materiales más significativos para los grupos de interés seleccionados
- Identificar los riesgos y las oportunidades de los mismos, así como el establecimiento de:
  - Políticas que definen cada uno de los temas materiales identificados.
  - Procedimientos y acciones implantados que ayudan a la entidad a integrar las políticas desarrolladas y minimizar los riesgos detectados.
  - Herramientas de seguimiento, evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas.

De este modo, este informe elaborado por primera vez por Telefónica Consumer Finance pretende reportar sobre el cumplimiento con sus compromisos adquiridos y ser punto de partida para una mejora continua en la RSE.

# 4

Análisis



## Acerca de Telefónica Consumer Finance

Telefónica Consumer Finance es una entidad financiera especializada en facilitar en España el acceso a terminales y dispositivos con conectividad a través de la venta a plazos a los clientes de Movistar.

La compañía tiene el objetivo de ofrecer soluciones financieras para adquirir los productos Movistar basándose en una operativa de tramitación sencilla y ágil en el mismo punto de venta. La amplia red comercial de Movistar, la mayor de España, dispone de los servicios de la financiera en más de 2.000 puntos de venta.

Telefónica Consumer Finance está constituida al 50% entre Telefónica y CaixaBank Consumer Finance, especialista en crédito al consumo del Grupo CaixaBank, y nace como evolución del acuerdo al que llegaron ambas compañías en 2012. Acuerdo que facilitaba el pago aplazado de equipos a los clientes Movistar, hasta en 36 meses en condiciones privilegiadas.

Telefónica Consumer Finance fundamenta su gestión en la transparencia y la responsabilidad en la concesión del crédito contribuyendo de este modo a la dinamización del mercado de las telecomunicaciones.

Como sociedad financiera de crédito participada en un 50% por CaixaBank Consumer Finance, cumple con las políticas del Grupo en todos aquellos ámbitos relacionados con la gestión de la empresa, el desarrollo de nuevos productos y la relación con los diferentes grupos de interés. Así comparte su compromiso con la creación de valor para el cliente y la misión de satisfacer íntegramente las necesidades financieras del mayor número de clientes posible, mediante una oferta completa de productos adecuada a ellos y una excelente calidad de servicio.

## Acerca de Movistar Money

Entre la gama de productos de Telefónica Consumer Finance, destaca Movistar Money: un servicio de préstamo al consumo pre-concedidos (de 300 hasta 3.000€) para clientes de Movistar en España (mayores de 18 años), por el que la entidad se convierte en entidad financiera exclusiva de Movistar.

Esta propuesta destaca por la sencillez de la contratación dado que el cliente tiene un préstamo pre-concedido que podrá solicitar de forma online (mediante la web [money.movistar.es](http://money.movistar.es)) desde cualquier dispositivo sin necesidad de aportar documentación (identificación con su DNI y teléfono móvil) en solo 3 pasos y sin cambiar de banco, disponiendo de su dinero entre 24 y 48h tras aprobar su solicitud.

Además, podrá elegir las cuotas que mejor se adapten a sus necesidades (12, 24 o 36 meses), y dispondrá de un teléfono gratuito para la asistencia en resolver cualquier duda durante el proceso. Los préstamos pueden ser tanto personales como autónomos, y el plazo de devolución del préstamo es de un mínimo de 12 meses y un máximo de 3 años, con una Tasa de interés del 16,5% TAE y del 15,35% TIN.

**experiencia** del cliente

## Comprometidos con los clientes

Telefónica Consumer Finance quiere ayudar a cumplir las ilusiones de los clientes de Telefónica y para ello se ofrecen experiencias innovadoras, diferenciales y únicas para el cliente. La entidad cuenta con tres posibles canales por los que el cliente puede acceder a cumplir sus ilusiones:

- En los puntos de venta de movistar: con un proceso ágil donde el cliente, aportando solo su documento de identidad y unos datos personales mínimos para la evaluación online de la operación, puede llevarse a su casa el terminal en una única visita.
- Mediante el canal telefónico: con una llamada del cliente al canal telefónico de Movistar, 1004, donde se atiende su petición y se le solicita unos datos personales mínimos y su aceptación para el estudio de su operación, para posteriormente ir al punto de venta para recoger su terminal aportando solo su documento de identidad.
- Vía web para la contratación del producto Movistar Money , si previamente ha financiado algún dispositivo móvil.



## Accesibilidad de los productos y servicios

### Comité de Producto

Este órgano es el encargado de aprobar cualquier nuevo producto o servicio que la entidad diseñe y/o comercialice, tras analizar sus características, riesgos asociados y su adecuación a la normativa de transparencia y protección al cliente.

Tal y como se especifica en la Política de Gobierno de Producto, el Comité de Producto deberá estar integrado por funciones de control, soporte y negocio de forma que:

“se asegure la suficiencia de cualificaciones, conocimientos y competencias especializadas para entender y controlar los productos, sus riesgos asociados, los intereses, objetivos y características del Público Objetivo y la normativa de transparencia y protección al Cliente”.

De esta forma, será el encargado de controlar que se apliquen las directrices anteriormente mencionadas, en relación a la adecuación de los productos según las diferentes tipologías de cliente.



## Satisfacción del cliente

Telefónica Consumer Finance, como filial de CaixaBank Consumer Finance, se encuentra adherida a su política de responsabilidad social empresarial, en la que se recoge que en todas las relaciones con los clientes, la entidad actuará con honestidad y responsabilidad profesional, trabajando en todo momento con una orientación al cliente, una visión a largo plazo y la voluntad de mantener su confianza en todo momento. Adoptando el compromiso de:

- Impulsar la máxima calidad del servicio, con el seguimiento periódico de la satisfacción de los clientes a través de encuestas y otras herramientas, e implantar acciones de mejora continua.
- Impulsar el diálogo activo con los clientes y poner a su disposición los canales necesarios para que puedan hacer llegar sus consultas y reclamaciones, y ofrecerles una respuesta ágil, personalizada y de calidad.
- Mantener los más altos estándares de seguridad y, a estos efectos, promover prácticas que maximicen la seguridad de sus productos y servicios.

Además, se encuentra adherida a su política de Gobierno de Producto, que establece los principios para la aprobación de nuevos productos, en los que se pone en el centro la satisfacción del cliente con premisas como:

- Atender las necesidades de los clientes o potenciales clientes de una manera ágil.
- Robustecer la protección de los clientes.

## Canal de Reclamaciones

Telefónica Consumer Finance, al igual que otras compañías del Grupo CaixaBank, se ha adherido al Servicio de Atención al Cliente (SAC) de CaixaBank, encargado de atender y resolver las quejas y reclamaciones de sus clientes.

Los canales mediante los cuales los clientes pueden presentar sus reclamaciones ante el SAC son: los formularios de reclamación presentes en su página web, escritos entregados en oficinas de CaixaBank o enviados a la dirección postal indicada en la web en el apartado de reclamaciones, o mediante un correo electrónico a la dirección de correo electrónico incluida en dicho apartado de la web.

El Servicio de Atención al Cliente dispone de un plazo máximo de 2 meses para resolver las reclamaciones de acuerdo a sus respectivos reglamentos de funcionamiento. En caso de disconformidad con la resolución o si ha transcurrido el plazo indicado sin que se haya emitido ningún pronunciamiento, el cliente puede formular su reclamación ante los servicios de reclamaciones de los supervisores.

En el 2018, el promedio en tiempo de respuesta a los clientes es de 5,3 días naturales. Plazo inferior al establecido legalmente e indicado como satisfactorio según las encuestas a los clientes.

## Procedimiento de reclamaciones

El SAC es el conducto de entrada principal de todas las reclamaciones de Telefónica Consumer Finance. Puesto que realiza la primera gestión de las mismas, siguiendo una priorización en dos niveles:

- Canal de primer nivel: en una primer a instancia todas las reclamaciones son gestionadas por el SAC, a excepción de aquellas que por su tipología puedan ser gestionadas directamente por el Departamento de Reclamaciones de Telefónica Consumer Finance. En este grupo se engloban las reclamaciones relativas a Calidad de Servicio.
- Canales de segundo nivel o canales oficiales: cuando las reclamaciones deban atenderse y resolverse de acuerdo al procedimiento regulado por la Orden ECO 734/2004, con el Defensor del Cliente (CECA) y el Banco de España. Este grupo depende del área de Asesoría Jurídica de Telefónica Consumer Finance.

## Informe anual de atención al cliente y servicio de reclamaciones

La Orden ECO/734/2004 del 11 marzo, sobre los departamentos y servicios de atención al cliente y del defensor del cliente de las entidades financieras, establece en su artículo 17 la obligación de los departamentos y servicios de atención al cliente de presentar un informe explicativo del desarrollo de su función durante el ejercicio precedente. En cumplimiento con esta legislación, la entidad presenta un informe dentro del primer trimestre de cada año con el contenido establecido en dicho artículo, el cual incluye:

- Las quejas y reclamaciones presentadas por los clientes ante el Servicio de Atención al Cliente, el Defensor del Cliente y ante los servicios de resolución de reclamaciones de los Organismos Supervisores (Banco de España y Dirección General de Seguros).
- Las quejas y reclamaciones presentadas por los clientes ante el Departamento de Reclamaciones de Telefónica Consumer Finance.
- Resumen de las reclamaciones recibidas, con indicación del carácter favorable o desfavorable para el reclamante.
- Resumen de los tiempos de respuesta a cliente final.
- Las propuestas de mejora y seguimiento de las mismas.

## Canales de Comunicación

Telefónica Consumer Finance además de sus canales de comunicación propios como: página web, e-mails, servicio telefónico gratuito, u hojas oficiales de reclamación/denuncia; cuenta con los canales que CaixaBank Consumer Finance pone a su disposición, tales como: oficinas físicas, canal de quejas y reclamaciones, encuestas de satisfacción (NPS), figura del defensor del cliente de CECA, envíos postales, etc.

Desde 2017 debido al aumento del volumen de e-mails recibidos en la dirección de correo electrónico de atención al cliente, y a fin de mejorar los tiempos de respuesta, se externalizó la gestión a un equipo especializado.

## Seguimiento y control de nuevos productos

Telefónica Consumer Finance, como filial de CaixaBank Consumer Finance, se encuentra bajo la supervisión del Comité de Producto del Grupo, responsable de aprobar cualquier nuevo producto y de adoptar medidas en relación con el seguimiento de los mismos.

Entre las funciones de este Comité se encuentra el análisis de los productos o servicios con el objetivo de detectar las posibles desviaciones respecto al Público Objetivo delimitado o de algunos de los criterios con los que el producto fue diseñado. En particular, prestando especial atención al ratio de quejas y reclamaciones recibidas sobre el producto o servicio de los clientes y las causas que las motivaron; así como el volumen de impagos de Clientes sobre el producto o servicio objeto de análisis.

Esta información se reporta trimestralmente al Comité de Dirección como un resumen del seguimiento de productos vigentes, además de la actividad realizada, las actividades de diseño y desarrollo del Nuevo Producto.

## Información transparente al cliente

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.

No obstante, Telefónica Consumer Finance, como filial de CaixaBank Consumer Finance, extiende su compromiso de la transparencia con los clientes más allá de lo establecido por la legislación. Este compromiso se recoge en la Política de RSE del Grupo a la que se encuentra adherida: “Comunicar de forma transparente y clara para que puedan tomar decisiones informadas, de acuerdo con la Política de comunicación comercial y con la adopción de códigos voluntarios”.

Así como al Código Ético del Grupo, en el que se materializa con la asunción de “el compromiso de facilitar a sus clientes información precisa, veraz y comprensible de sus operaciones, comisiones y procedimientos para canalizar reclamaciones y resolver incidencias”.



## Dossier de Producto

La entidad establece una serie de criterios sobre la información que debe estar presente en cada Dossier de Producto, como parte del Procedimiento de Aprobación de Nuevos Productos. Estos criterios tienen, entre otros, el objetivo de adecuar el producto a las características del público objetivo (determinadas en el proceso previo de identificación). Algunos de los criterios que evidencian el compromiso de la entidad con la información transparente al cliente son:

- Delimitación del Público Objetivo.
- Formación necesaria que se deberá impartir al personal.
- Información a facilitar a los clientes (pre-contractual, contractual y post-contractual).
- Canales de venta válidos para la comercialización. Procedimiento y controles de comercialización.
- Información de quejas y reclamaciones de Clientes sobre productos similares.

De esta forma, la delimitación del público objetivo permite la adaptación de la comunicación a los mismos, y la formación del personal permite que la persona que comercializa el producto cuente con los conocimientos adecuados para explicar sus características al cliente conforme a sus necesidades. Asimismo, la información continua al cliente durante todo el proceso de contratación del servicio (pre-, post- y contractual) junto con la información sobre reclamaciones de productos similares, permite a los clientes contar con la información necesaria decidir sobre la adquisición del producto.

## Transparencia en la comunicación

Así mismo, Telefónica Consumer Finance 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 ello, desde marzo de 2014 es 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.

Telefónica Consumer Finance dispone por ello del acceso a la herramienta Copy Advice, mediante la que recibe el asesoramiento sobre la corrección ética y legal de sus campañas publicitarias. Con esta práctica asegura el derecho de los clientes a recibir una publicidad transparente. En 2018 la entidad solicitó 105 Copy Advice y realizó 32 consultas legales, con el fin de cumplir con la normativa vigente y evitar incurrir en posibles infracciones y riesgos reputacionales.

Telefónica Consumer Finance recibe anualmente 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.

## Tratamiento óptimo de los datos de clientes

Telefónica Consumer Finance, como filial de CaixaBank Consumer Finance, se encuentra adherida a su Política de RSE, por lo que suscribe el compromiso contemplado en esta política con la protección de la confidencialidad de los datos de sus clientes.

## Protección y confidencialidad de datos

Telefónica Consumer Finance cumple íntegramente con la normativa vigente en materia de protección de datos de carácter personal y con los compromisos de confidencialidad propios de su actividad. Así mismo, ha adoptado las medidas técnicas necesarias para mantener el nivel de seguridad requerido, según la naturaleza de los datos personales tratados y las circunstancias del tratamiento, con el objeto de evitar, en la medida de lo posible y siempre según el estado de la técnica, su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado.

Los datos son tratados mientras permanecen vigentes las finalidades para las que fueron recabados y durante las gestiones derivadas de las mismas, hasta un máximo de seis meses; conservándose, de acuerdo a la normativa de protección de datos, durante el plazo de prescripción de las acciones derivadas de las relaciones acordadas para el servicio y/o el contrato que se haya suscrito.



## Comité de Privacidad

El Comité de Privacidad, dependiente directamente del Comité de Dirección, actúa como órgano superior y decisorio para todos los aspectos relacionados con la privacidad y la protección de datos de carácter personal en el Grupo CaixaBank, al que pertenece Telefónica Consumer Finance.

Tiene la finalidad de garantizar la privacidad y el respeto al derecho fundamental a la protección de datos (consignado en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea) en todas las actividades que lleve a cabo la entidad y el Grupo al que pertenece.

Con el fin de asegurar este derecho, realiza los procedimientos de:

- El seguimiento de la aplicación de la legislación de protección de datos vigente en cada momento.
- La resolución de las incidencias que se detecten.
- El liderazgo en la implementación de las nuevas normativas y en el establecimiento de criterios en la materia.

## Seguridad de la Información

Telefonica Consumer Finance, protege la seguridad de los clientes tanto desde el punto de vista jurídico como desde el punto de vista tecnológico. Poniendo en este último ámbito un especial énfasis en asegurar un alto nivel de protección de los datos personales de todas las operaciones y servicios; así como de la información en general, desarrollando programas de acción proactiva que refuerzan la ciberseguridad, superando las auditorías necesarias para garantizarla.

Telefónica Consumer Finance, por su pertenencia al Grupo CaixaBank, está adherido a un conjunto de normas y protocolos de actuación 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.

La Dirección de Organización y Sistemas de Información de Telefonica Consumer Finance ha impulsado, mediante el apoyo de un equipo propio experto, la ejecución e implantación de distintas iniciativas en los sistemas de información de Telefonica Consumer Finance y en los recursos tecnológicos que contienen información de la Compañía, considerando este marco normativo de obligado cumplimiento.

Entre las iniciativas implantadas por el Grupo, destacan algunas como: la regularización y homogeneización de los accesos a la información corporativa, las políticas para evitar fugas de información, el plan de auditorías de seguridad anual, la normativa de seguridad propia para aplicaciones móviles, el cifrado y/o anonimización de todas las bases de datos, y el control y auditoría de los accesos externos a los sistemas.

empleados

CaixaBank Consumer Finance considera a sus empleados como el motor principal para lograr el éxito de la sostenibilidad y la eficacia social y económica del Grupo. En su política de Responsabilidad Social Empresarial recoge sus compromisos con ellos, los cuales Telefónica Consumer Finance comparte e impulsa como su filial:

- Respetar los derechos laborales reconocidos en la legislación nacional e internacional (los ocho Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo).
- Fundamentar la política de gestión de las personas en el respeto a la diversidad, la igualdad de oportunidades y la no discriminación por razones de género, edad, discapacidad o cualquier otra circunstancia, fomentando la diversidad, la inclusión social y un entorno laboral adecuado, digno y profesional.
- Integrar la perspectiva de igualdad de trato y de oportunidades de las personas, recogida en el Plan de Igualdad.
- Promover la estabilidad en el empleo, la conciliación laboral y familiar y el bienestar de la plantilla en el entorno de trabajo, de acuerdo con el Protocolo de Igualdad y Conciliación.
- Gestionar el talento de la organización para impulsar el desarrollo profesional.
- Aplicar la Política de prevención de riesgos laborales para garantizar la seguridad de la plantilla y mantener su salud independientemente del puesto de trabajo.
- Fomentar el diálogo y la comunicación interna, y medir su grado de satisfacción a través de encuestas de clima periódicas.

## Formación como medio para mejorar la profesionalidad de los empleados

Con el fin de contar con un equipo humano más preparado y dinámico, desde CaixaBank Consumer Finance se fijó el reto estratégico del plan 2015 - 2018 que orientó la actuación del Departamento de Recursos y se materializó en un programa formativo con diversas iniciativas. La tipología de estas iniciativas, impartidas de forma tanto on-line como presencial para adecuarse a las necesidades concretas de sus empleados, fueron:

- Inteligencia artificial
- Formación Graduates
- Formación inicial nuevas incorporaciones
- Visión comercios y auto + Eficiencia comercial
- Gestión del tiempo
- Formación en competencias
- Vision Equipment
- Business intelligence
- Formaciones cumplimiento normativo
- Mediación de seguros nivel B

Aunque los empleados de Telefónica Consumer Finance no participaron en todas las iniciativas anteriormente descritas debido a su reducida plantilla y a su carácter especial (50% de sus acciones son de Telefónica), como filial Telefónica Consumer Finance se encuentra imbuida por la cultura corporativa del grupo y su apuesta por la tecnología y la innovación como motores de capacitación, la cual se traslada a todos los programas formativos del grupo hacia sus filiales.

El programa de formación con videojuegos, es un ejemplo del tipo de planes formativos que el Grupo diseña para utilizar la tecnología como vehículo de formación en competencias. Este programa, ganador del Premio Excelencia en Capital Humano por Brandon Hall, está orientado a que los empleados adquieran y practiquen habilidades comerciales como la negociación, la resolución de conflictos, la orientación a resultados o la toma de decisiones en un formato desenfadado.

Además, los empleados reciben formación en Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo, con especial atención a aquellos que, por su rol, sean susceptibles de mayor riesgo de Blanqueo de Capitales y de la Financiación del Terrorismo, con el fin de lograr la capacitación adecuada para la detección de operaciones sospechosas.

## Conciliación familiar y laboral

La política de Responsabilidad Social Empresarial del Grupo, a la que Telefónica Consumer Finance se encuentra sujeta se compromete a: “promover la estabilidad en el empleo, la conciliación laboral y familiar y el bienestar de la plantilla en el entorno de trabajo, de acuerdo con el Protocolo de Igualdad y Conciliación”.

Debido a la reducida plantilla de la entidad, el cumplimiento de este compromiso actúa a la vez como un eje vertebrador en la organización y gestión de tareas de los empleados, de acuerdo a sus circunstancias familiares particulares. Lo cual incide directamente en el bienestar de los empleados, el clima laboral, y como consecuencia, en la productividad.

Telefónica Consumer Finance ha desarrollado además el Plan Familia, para extender su compromiso a las familias de sus empleados. Este plan, desarrollado en colaboración con la fundación Adecco, tiene el objetivo de apoyar la integración social y laboral efectiva de aquellos miembros de la familia que tengan discapacidad. Para ello, el plan ha desarrollado las líneas de intervención: área clínica-médica, área familiar, área social, área formativa y área laboral.

## Salud y seguridad en el lugar de trabajo

Telefónica Consumer Finance se encuentra sujeta a la Política de RSE del grupo al que pertenece, en la que se manifiesta el compromiso por garantizar la seguridad de la plantilla y mantener su salud independientemente del puesto de trabajo, aplicando la política de prevención de riesgos laborales.

Telefónica Consumer Finance 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 (de todo el Grupo) encuentren un entorno laboral que les proporcione un bienestar físico, mental y social.

## Impulsar la sensibilización en materia medioambiental

Como filial de CaixaBank Consumer Finance la entidad se encuentra sujeta a su Código Ético, en la que se recoge el compromiso del Grupo por la conservación del medioambiente, respetando la legalidad vigente en esta materia en cada caso y adoptando procedimientos para reducir el impacto medioambiental de sus actividades.

En 2017 Telefónica Consumer Finance, bajo el proyecto de ambientalización de filiales de CaixaBank, acondicionó nuevos espacios en Barcelona, Madrid, Sevilla y Málaga adaptándolos a las nuevas normativas energéticas y medioambientales, con el objetivo de mejorar la eficiencia energética y reducir la huella ambiental; así como estableció medidas para implantar una cultura del reciclaje.

Telefónica Consumer Finance utiliza como filial las oficinas del Grupo al que pertenece, por lo que debe cumplir con los procesos de gestión ambiental establecidos para las mismas y contribuir a implantar la sensibilización ambiental entre sus empleados.

Debido a que Telefónica Consumer Finance realiza su actividad en las oficinas de CaixaBank Consumer Finance, los resultados medioambientales, se reportan junto con los de esta última.



prescriptores  
en telefónica  
consumer finance

La comercialización de las operaciones en Telefónica Consumer Finance se hace principalmente a través de prescriptores (comercios distribuidores de artículos de telefonía) autorizados por Telefónica para la distribución de sus productos. Por lo que gestionar la relación con este grupo de interés, resulta clave para el logro de los objetivos fijados por la entidad.

## Satisfacción del prescriptor

Teniendo en cuenta los datos sobre el volumen de negocio de los diferentes canales de distribución de Telefónica Consumer Finance, aportados en el Informe de Autoevaluación del Riesgo, encontramos que el canal prescriptor registra un mayor volumen de nuevo negocio con 150 millones de euros en 2018, frente a los 15 millones de nuevo negocio del canal directo de Movistar Money.

Lo cual evidencia el rol clave que tiene la función de los prescriptores en el negocio de Telefónica Consumer Finance, y la importancia de adoptar medidas que aseguren la satisfacción de este grupo de interés. A este respecto, la entidad se encuentra igualmente sujeta a la política de Responsabilidad Social Empresarial del Grupo CaixaBank en la que se recoge el compromiso del grupo hacia sus prescriptores:

- Impulsar iniciativas de formación y capacitación, información y atención a los prescriptores.
- Promover la concesión del crédito con responsabilidad a través de prescriptores, concienciando a los intermediarios de la financiación de la importancia de esta actividad para la sociedad.
- Controlar y gestionar la comunicación de prescriptores sobre ofertas y productos de CaixaBank Consumer Finance para comunicar de forma transparente y clara de acuerdo con la Política de comunicación comercial y con la adopción de códigos voluntarios sometiendo la publicidad de los prescriptores a la supervisión de Autocontrol, la Asociación para la Autorregulación Comercial, en favor de las buenas prácticas publicitarias.
- Ofrecer acciones vinculadas a iniciativas de la Fundación Bancaria “la Caixa” entre sus prescriptores.

Con el fin de aportar valor a sus prescriptores, Telefónica Consumer Finance ha desarrollado servicios y tecnología innovadora, permitiendo que puedan trasladar un servicio excelente a sus clientes finales. Entre estos servicios, se encuentra el desarrollo de aplicaciones como la app de firma digital, la credistar, los minisites, las webs y las app desarrolladas específicamente para los clientes.

Así como el establecimiento de canales de comunicación como: la plataforma e-learning de Movistar, la plataforma de operaciones, el call center operativo y el call center de gestión comercial, el e-mail comercial y de comunicaciones normativas u operativas, y las encuestas de satisfacción (NPS). En el 2018, estas encuestas registraron un 76% de aumento en su satisfacción con el canal de Movistar Money.

### **Formación a prescriptores**

Telefónica Consumer Finance se compromete a formar a los prescriptores y partners con el fin de capacitarles para ofrecer unos 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 Telefónica 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 (anteriormente descrito) para los empleados de los establecimientos prescriptores de la entidad.

De este modo, se asegura que la tramitación de todos los productos sea segura, responsable, transparente y conforme a la legislación vigente.

**accionistas**  
*y gestión de riesgos*

## Satisfacción de expectativas

Telefónica Consumer Finance es un establecimiento financiero de crédito participado: en un 50% de su capital social por CaixaBank Consumer Finance S.A., y en el restante 50% por Telefónica S.A. Por lo que la satisfacción de sus accionistas radica principalmente en el cumplimiento de las obligaciones que le son encomendadas para rentabilizar el negocio y la adhesión a las políticas y compromisos de CaixaBank Consumer Finance para su operativa de acuerdo a la normativa vigente en el sector de financiación al consumo. Así como en permitir a dichas entidades ejercer, según corresponda, sus derechos contemplados en los Estatutos Sociales de Telefónica Consumer Finance y la legislación vigente:

- Participar en el reparto de las ganancias sociales y en el patrimonio resultante de la liquidación
- Suscripción preferente en la emisión de nuevas acciones o de obligaciones
- Asistir y votar en las Juntas Generales
- Impugnar los acuerdos sociales
- Derecho a la información.

A este último respecto, los accionistas cuentan con el derecho a la información en los términos previstos en la Ley de Sociedades de Capital. Según lo cual podrán acceder a la información que soliciten, siendo el Consejo de Administración quien estará obligado a facilitársela (en la forma y plazos previstos por la ley).

Tan sólo se negará esta información en los casos en los que resulte legalmente improcedente, o cuando a juicio del Presidente, la publicidad de esa información perjudique los intereses sociales. No obstante, como actualmente los dos únicos accionistas representan más de una cuarta parte cada uno del total (50% Telefónica y 50% CaixaBank Consumer Finance), esta excepción no procederá cuando se realice cualquier tipo de petición por alguna de las dos compañías.

Asimismo, como filial de CaixaBank Consumer Finance, Telefónica Consumer Finance se encuentra adherida a su política de Responsabilidad Social Empresarial, por la que se compromete a:

“ofrecer información clara, completa y veraz, que incluya aspectos financieros y no financieros del negocio, y favorecer la participación informada al Consejo de Administración de CaixaBank Consumer Finance y a su Comisión de Auditoría y Riesgos, y Comisión de Nombramientos y Retribuciones”.

CaixaBank Consumer Finance articula con Secretaría General de CaixaBank los aspectos y requerimientos de Gobernante que sea necesario trasladar al Consejo de Administración de CaixaBank Consumer Finance y a su Comisión de Auditoría y Riesgos, y Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

El Código Ético del Grupo también ratifica este compromiso por la transparencia con sus accionistas indicando que : “CaixaBank Consumer Finance pone a disposición de sus accionistas toda la información financiera y corporativa relevante, de conformidad con la normativa vigente”.

Todas las acciones de la sociedad son recogidas en el Libro de Registro de Acciones Nominativas, en el que se inscribe la identidad de los accionistas iniciales y se incluirán las sucesivas transmisiones de acciones, con indicación del nombre, razón o denominación social, nacionalidad y domicilio de los sucesivos titulares. Con el fin de asegurar la trazabilidad de las mismas.

## Evaluación y control del riesgo

Teniendo en cuenta el mayor volumen de negocio del canal prescriptor en comparación con el directo (anteriormente descrito), podemos considerar que el Riesgo de Telefónica Consumer Finance en lo que se refiere al Blanqueo de Capitales, inherente al negocio, es considerado el más alto por el potencial impacto reputacional derivado de estas relaciones. A fin de minimizar este riesgo, Telefónica Consumer Finance ha implementado sistemas de control interno tales como:

- El desarrollo de la actividad bajo los acuerdos de colaboración; los cuales se firman entre las tres partes intervinientes en el proceso de comercialización: Telefónica Consumer Finance, las empresas pertenecientes al Grupo Telefónica y las empresas distribuidoras de productos.
- La utilización de circuitos y procedimientos específicos, medidas de diligencia debida delegadas en el Prescriptor, y comités de afiliación/riesgo diarios, semanales y mensuales.
- Implantación de una normativa interna presente en el: “Manual de Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo” y desarrollo de políticas como la: “Política General de Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo del Grupo CaixaBank”.
- Implantación de procedimientos de defensa en primera y segunda línea.

## Líneas de defensa

### 1. En primera línea:

- El área de negocio contacta con el Departamento de Cumplimiento Normativo y de Prevención de Blanqueo de Capitales y de la Financiación del terrorismo mediante el buzón de correo electrónico de Prevención del Blanqueo.
- Control de Negocio de CaixaBank: se actualiza el mapa de riesgos corporativos de Telefónica Consumer Finance, que incluye controles específicos de Blanqueo de Capitales y de la Financiación del Terrorismo.

### 2. En segunda línea:

- El departamento de Cumplimiento Normativo y de Prevención del Blanqueo de Capitales y el de la Financiación del Terrorismo de Telefónica Consumer Finance; así como el de CaixaBank a quien se reporta.
- Control de Negocio de CaixaBank: se actualiza el mapa de riesgos corporativos de Telefónica Consumer Finance, que incluye controles específicos de Blanqueo de Capitales y de la Financiación del Terrorismo.



reguladores  
y anticorrupción

## Regulación como establecimiento financiero de crédito

Telefónica Consumer Finance, es un establecimiento financiero de crédito regulado por Banco de España, registrada en este organismo con el código B.E nº 8836. 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 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 Real Decreto 692/1996, de 26 de abril establece el régimen jurídico de la entidad como establecimiento financiero de crédito, en el que se recoge la prohibición de captar fondos reembolsables del público, en forma de depósito, préstamo, cesión temporal de activos financieros u otros medios análogos. Esta limitación permite exonerar a los establecimientos financieros de crédito de la obligación de adherirse a un fondo de garantía de depósitos, y justifica un menor nivel de exigencia en cuanto a los requisitos de ejercicio de la actividad, en relación con los establecidos para las demás entidades de crédito, al tiempo que obliga a prever vías de financiación alternativas.

Asimismo, este Real Decreto introduce en la normativa española sobre entidades de crédito, dos exigencias encaminadas a reforzar la supervisión prudencial de las entidades financieras establecidas en la Directiva 95/26/CE, del 29 de junio:

- Que toda entidad financiera debe de ser autorizada en el Estado miembro en que se encuentre su domicilio social (si la entidad es una persona jurídica) o que tenga su administración central en el Estado miembro en el que haya sido autorizada (si no lo fuera). Así como se establece la obligación de que la administración central de una entidad financiera esté siempre situada en su Estado miembro de origen y que dicha entidad ejerza realmente sus actividades en el mismo. En consecuencia, se introduce como exigencia que la entidad tenga en territorio español tanto su domicilio social como su efectiva administración y dirección.
- La ausencia de vínculos estrechos entre la entidad y otras personas físicas o jurídicas que obstaculicen el buen ejercicio de la supervisión. Introduciéndose así como como exigencia adicional para el ejercicio de la actividad de entidad de crédito en España, un nuevo criterio de apreciación de la idoneidad de los accionistas titulares de participaciones significativas.

## Anticorrupción: blanqueo de capitales y financiación del terrorismo

El Real Decreto 34/2014 de 5 de Mayo, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 10/2010, de 28 de abril, de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo, (en adelante el Reglamento de Prevención de Blanqueo de Capitales) en su artículo 32, establece que el sujeto obligado deberá realizar un análisis y evaluación de riesgos documentado, previo a los procedimientos de control interno.

Siguiendo el mandato del legislador, Telefónica Consumer Finance realiza periódicamente una evaluación del riesgo de incumplimiento de la normativa de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo de la entidad, que se recoge en su: “Informe de Autoevaluación del riesgo de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo en Telefónica Consumer Finance”.

La actividad de Telefónica Consumer Finance, como operadora financiera de activo, se centra exclusivamente en ofrecer crédito a sus clientes, sin recibir fondos o depósitos de ellos ni desarrollar actividades de pasivo que generen movimiento de fondos. Tras el correspondiente análisis, se considera que el nivel de riesgo en blanqueo de capitales y financiación del terrorismo es bajo (antes de la implantación de las medidas de control interno) tanto por su tipo de actividad como por criterios tales como:

- El tipo de bien financiado (equipos de telefonía fija y móvil y artículos electrónicos tales como smartphones, tablets, notebooks y pc portátiles), cuyo importe medio de operación es por definición bajo (444,52 euros de media).

- El especial diseño de los procesos y políticas de admisión:

-No está autorizada la operativa para no residentes en España, siendo todos los posibles clientes personas físicas con NIF o NIE y, en el caso de personas jurídicas, CIF.

-Los pagos de las cuotas de las financiaciones siempre se realizan mediante domiciliación bancaria de bancos que operan en España.

-En la actividad de la sociedad sólo se producen ingresos no domiciliados por parte de sus clientes en operaciones de cancelación anticipada (total o parcial) de créditos vigentes o en pago de impagados.

-Las formas de cobro autorizadas son las siguientes:

- Ingreso en la cuenta bancaria de Telefónica Consumer Finance.
- Cargo en la cuenta bancaria del cliente, que siempre es una cuenta de una entidad bancaria española.
- Pago con tarjeta de débito o crédito.

Además, el compromiso del CaixaBank Consumer Finance en su lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo se extiende a la presente sociedad como su filial. Este compromiso se recoge en el Código Ético del Grupo, de obligado cumplimiento para Telefónica Consumer Finance:

- La lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo, a la que se refieren las recomendaciones del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI) y las normas que de ellas se derivan, además de una obligación legal, constituyen una prioridad para CaixaBank Consumer Finance y para todas las Personas Sujetas.
- La prevención del blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo es materia de prioritaria atención para todas las Personas Sujetas. La Entidad dispone, de acuerdo con la legislación vigente, de su propia normativa interna, que resulta de obligado cumplimiento.
- En caso de cualquier duda que pueda surgir en la actividad diaria sobre esta materia, las Personas Sujetas deberán consultar de inmediato con sus superiores o con los responsables de prevención de blanqueo de capitales en la Entidad.

## Formación en Blanqueo

Con el objeto de cumplir con la legislación vigente de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo (anteriormente citada), y con el compromiso suscrito con la sociedad por el Grupo CaixaBank Consumer Finance; Telefónica Consumer Finance ha elaborado un Plan de Formación Anual para sus empleados y prescriptores, a fin de que conozcan:

- Las exigencias derivadas de la Ley de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo.
- Los procedimientos y normas de control interno que deben observar en el ejercicio de sus funciones para la prevención y detección de actividades sospechosas.
- Los canales de denuncia existentes y los métodos de actuación ante una actividad sospechosa.

Los planes de formación en Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo, se adecúan a los diferentes grupos de interés, con especial atención a aquellos que por su rol sean susceptibles de mayor riesgo de Blanqueo de Capitales y de la Financiación del Terrorismo, con el fin de lograr la capacitación adecuada para la detección de operaciones sospechosas.

La formación es gestionada por la unidad de prevención de blanqueo de capitales con la colaboración del departamento de Recursos Humanos. Se imparte tanto interna como externamente en formato tanto presencial como online; enfocado en los aspectos teóricos de la Ley, y abordando aspectos específicos vinculados con los manuales y operativa propia de Telefónica Consumer Finance. Una vez realizado el programa de formación, se lleva a cabo una prueba de evaluación de los conocimientos adquiridos con el fin de asegurar la adecuada comprensión de los contenidos.

## Plan de formación en Blanqueo de Capitales 2018

Bajo el Plan de formación 2018 se realizaron dos tipologías de formación a empleados:

- Formación específica a nuevos empleados

Con el fin de realizarla dentro de los primeros 90 días como parte del paquete de formación recibida en su plan de acogida. Tiene una duración de dos horas y su presentación se envía telemáticamente.

- Formación complementaria a empleados que ya realizaron la formación específica

Todos los empleados de la Entidad realizaron este curso durante el cuarto trimestre del 2018. Destinada para comunicar las novedades que se producen en la normativa o legislación aplicable, en los manuales o políticas de admisión, o cualquier aspecto que afecte de forma relevante a la política de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo de la entidad. Se comunica a través de Nota Informativa, por email, o enviada telemáticamente.

Este Plan de formación contempla una formación para prescriptores, con una duración de treinta minutos, estuvo orientada a dar a conocer la aplicación práctica de la normativa sobre prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo en Telefónica Consumer Finance, así como los puntos más relevantes del Manual de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo de la entidad en lo que concierne a la actividad propia de los suscriptores. La formación se facilitó por vía electrónica mediante el sistema on-line en la web de formación de Telefónica.

## Registro y control de asistencia a la formación

La Unidad de Blanqueo lleva un registro de los cursos impartidos al personal sobre Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo. Asimismo, se efectúa un control de asistencia de los cursos impartidos:

En el caso de cursos a distancia: mediante entrega y evaluación del cuestionario final por parte de la responsable de PBC/FT.

En el caso de cursos presenciales: se requerirá que el empleado firme una hoja de asistencia.

Del mismo modo, la Unidad de Blanqueo hará un seguimiento de la formación impartida a los prescriptores sobre Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo, mediante el sistema on-line en la web de formación de Telefónica.



# Contribución con la comunidad

## Acción social para la Comunidad

Telefónica Consumer Finance, como filial de CaixaBank Consumer Finance, se encuentra fundamentada en la financiación sostenible, buscando promover la concesión del crédito con responsabilidad a los clientes, y concienciar a los empleados, prescriptores y consumidores del impacto de esta actividad económica en la sociedad.

CaixaBank Consumer Finance cuenta con un modelo de gestión coherente con su compromiso con el desarrollo socioeconómico del territorio. En base a este compromiso, CaixaBank Consumer Finance trabaja para:

- Colaborar y fomentar la participación en los programas e iniciativas impulsadas por su accionista CaixaBank y por la Fundación Bancaria “la Caixa”, dándoles difusión.
- Fomentar el programa Voluntarios “la Caixa” y sus actividades de voluntariado en la comunidad.
- Participar en iniciativas y colaborar con reguladores, organizaciones y entidades dedicadas a la difusión y la promoción de prácticas responsables entre los clientes y las comunidades en las que CaixaBank Consumer Finance está presente.



## Voluntariado corporativo

Desde CaixaBank Consumer Finance se promueve el voluntariado corporativo como una forma de implicar a los empleados en el compromiso de contribuir al bien social y en los objetivos de mejora y transformación de la sociedad.

Los empleados de Telefónica Consumer Finance son invitados a participar en el voluntariado para implicarse de forma desinteresada con las iniciativas que promueve la Obra Social “la Caixa”; así como al Programa LIVE Acción Social, por el que pueden dedicar cuatro horas de trabajo al año, cedidas por la empresa, a un proyecto de voluntariado.

## Semana Solidaria

La semana solidaria es una iniciativa promovida por la Fundación Bancaria “la Caixa” en la que se organizan diversas iniciativas 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.

En esta semana, los empleados de Telefónica Consumer Finance, como filial del Grupo CaixaBank Consumer Finance, tienen la oportunidad de participar en iniciativas muy variadas, desde la atención a personas con discapacidad intelectual, el apoyo en comedores sociales, el acompañamiento a personas de la tercera edad o la rehabilitación de viviendas.

# Anexo

## Materialidad, ODS y Principios

Grupo de Interés y Materialidad		ODS					Principios
Clientes	Accesibilidad de los productos y servicios	9	12				1
	Satisfacción del cliente	12	8				1
	Información transparente al cliente	12	16				10
	Falta de conocimientos de los clientes en la utilización de productos y servicios	12					1
	Transparencia en el ejercicio de la actividad con clientes	12	16	17			10
	Tratamiento óptimo de los datos de clientes (LOPD)	12	16				1
Empleados	Formación como medio para mejorar la profesionalidad de los empleados	4	8				1
	Impulsar la sensibilización en materia medioambiental	6	9	13	14	15	7
	Conciliación familiar y laboral	5	8				4
	Salud y seguridad en el lugar de trabajo	3	8				1
Prescriptores	Satisfacción del prescriptor	12	8				1
	Formación a prescriptores	4	8				7
Accionistas	Satisfacción de expectativas	12	8				1
	Relación duradera con accionistas (Evaluación y control del riesgo)	12	8				1
Reguladores	Cumplimiento con la regulación del Banco de España y normativa vigente	16					10
	Anticorrupción: Blanqueo de capitales y financiación del terrorismo	16					10
	Formación en Blanqueo de Capitales a empleados y prescriptores	16	4	8			10
Comunidad	Acción social para la Comunidad	1	2	3	4	12	1
	Voluntariado corporativo	17					5