

2021 INFORME NO FINANCIERO

ÍNDICE

CARTA DE JUAN MARCH DE LA LASTRA	02
01. INFORMACIÓN GENERAL	05
02. MODELO DE NEGOCIO	13
03. FINANZAS SOSTENIBLES	39
04. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES	55
05. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL	69
06. DERECHOS HUMANOS	93
07. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO	97
08. SOCIEDAD	103
09. GLOSARIO	127
10. CUADROS	131
11. TABLAS DE CONTENIDO	134
INFORME DE VERIFICACIÓN	143

CARTA DE JUAN MARCH DE LA LASTRA

Banca March es, como saben, una entidad casi centenaria y la única de capital 100% familiar en el sistema financiero español. Somos una entidad no cotizada, con un modelo de negocio singular y diferenciado, que aspira a ser la referencia en España en banca privada y asesoramiento a empresas y un agente de transformación activo para un mundo mejor.

Nuestra filosofía, y nuestro mayor compromiso, es el Crecimiento Conjunto con nuestros clientes, empleados, accionistas y con la sociedad. Esto nos exige una gestión que contribuya a un modelo económico integrador y sostenible y que, al mismo tiempo, sea rentable para los grupos de interés con los que nos relacionamos. El hecho de no ser una entidad cotizada nos ha permitido a lo largo de casi un siglo de historia tener una visión de largo plazo, no sujeta a los vaivenes de los mercados bursátiles.

Nuestro objetivo es generar valor para clientes, empleados, accionistas y para la sociedad en el largo plazo; y hacerlo de manera sostenible, adaptándonos, innovando, con visión de futuro, y sin perder nunca nuestra esencia, más que dar prioridad a ser el banco más rentable.

Actualmente, la cuarta generación de la familia March gestiona la entidad, manteniendo intactos los valores fundacionales, los que han permitido

construir y hacer crecer una organización que un año más lidera el sector financiero en solidez y solvencia, en la calidad del servicio que presta a sus clientes, en la satisfacción de su plantilla, en productos de coinversión –gracias a los cuales, los clientes de la entidad pueden invertir junto a los accionistas del banco– y en la inversión destinada a la formación de sus profesionales. Banca March cuenta con un ecosistema único y no replicable, apoyado en cuatro pilares: compromiso accionarial, productos exclusivos, calidad de servicio superior y profesionales excelentes.

Vivimos un nuevo ciclo marcado por la tecnología, la digitalización y la sostenibilidad. Hoy el mundo se ve obligado a mirar más allá de su día a día, impulsado por el eje vertebrador y transversal de la sostenibilidad y la amenaza del cambio climático. En nuestro caso, incorporar el enfoque de la sostenibilidad, y adaptarnos a las nuevas normativas que el legislador presenta, constituye un paso natural, en absoluto traumático. Desde su nacimiento, Banca March ha estado gestionada con vocación de perdurabilidad, de hacer crecer y seguir creciendo para que la entidad pueda pasar a la siguiente generación no sólo de accionistas sino también de clientes, de nuevos profesionales, con un impacto positivo en el entorno y contribuyendo a la construcción de una sociedad mejor.



A principios de 2021, en el marco del Plan de Finanzas Sostenibles de la Comisión Europea, aprobado en 2018, Banca March lanzó varios proyectos para fortalecer las iniciativas de integración de criterios ASG (ambientales, sociales y de buen gobierno, ESG por sus siglas en inglés) en su modelo de negocio. Y como primer paso creó una Comisión de Nombramientos y Sostenibilidad, que permite al Consejo de Administración de Banca March un seguimiento estrecho y activo de estos temas.

Se trata de conectar las finanzas con las necesidades específicas de la economía europea y global relacionadas con el desarrollo sostenible, con tres objetivos claros: reorientar los flujos de capital hacia la inversión sostenible con el fin de alcanzar un crecimiento sostenible e inclusivo; gestionar los riesgos financieros derivados del cambio climático, del agotamiento de los recursos, de la degradación medioambiental y de los problemas sociales; y fomentar la transparencia y el largo plazo en las actividades financieras y económicas.

Banca March y todas sus filiales forman parte del Pacto Mundial de la ONU, la iniciativa por la sostenibilidad corporativa más grande del mundo, como socio Signatory. Sólo a través de la concienciación y el compromiso de todos los actores en juego, tanto públicos como privados, se puede

avanzar hacia la resolución de una problemática de ámbito mundial. Por otro lado, en un contexto de creciente sensibilidad y conocimiento de los efectos medioambientales, se hace cada vez más necesario implementar y mejorar las herramientas que nos permitan analizar los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático y la transición ecológica.

En Banca March participamos de este propósito no sólo ofreciendo financiación sostenible, sino también asesorando a nuestros clientes en productos de ahorro que promuevan y sean coherentes con los ODS (Objetivos de Desarrollo sostenible) y el acuerdo de París. Nuestro objetivo es fomentar la inversión en sectores que desarrollen una gestión ambiental eficiente. Por ello, nuestras soluciones de inversión conjugan sostenibilidad y rentabilidad, configurando una de las propuestas más potentes e innovadoras del mercado.

Pero nuestro compromiso con la sostenibilidad se refleja en todos los ámbitos de actuación, incluido el relativo al funcionamiento diario de Banca March. Por eso nos propusimos que la totalidad del consumo de energía eléctrica del banco fuera de origen sostenible, en concreto, de fuentes hidráulicas. Gracias al nuevo contrato de suministro, Banca March elimina las emisiones de gases de efecto invernadero en su consumo

eléctrico y reduce sus emisiones anuales de CO₂ en 1.020 toneladas.

Un negocio cada vez más sostenible, con herramientas digitales más potentes, y con los profesionales mejor preparados de la banca española para así dar el mejor servicio a nuestros clientes. Esto es lo que perseguimos. En los últimos cuatro ejercicios hemos realizado un esfuerzo inversor importante para convertirnos en líderes en tecnología de asesoramiento gracias al desarrollo de herramientas digitales que proporcionan a nuestros clientes una experiencia de asesoramiento omnicanal plenamente satisfactoria.

Por otro lado, nos esforzamos día a día por hacer de Banca March una organización de alto rendimiento, orientada a resultados y sustentada en valores éticos de profesionalidad, competencia, meritocracia y banca responsable. Para ello, contamos con los profesionales más preparados, en cuya formación invertimos más del doble que el resto del sector. Este estilo de gestión, que pone a las personas en el centro de todas las iniciativas, ha hecho a Banca March merecedora de reconocimientos internacionales en materia de Recursos Humanos. Recientemente, hemos sido reconocidos por cuarto año consecutivo con la certificación Top Employer y por tercer año con la que otorga la consultora independiente Great Place to

Work. Asimismo, en 2021 Banca March fue una de las 10 mejores empresas para trabajar en España y el único banco español entre las mejores empresas para trabajar en Europa, según el ranking Best Workplaces 2021 de Great Place To Work.

Contar con profesionales altamente capacitados y motivados contribuye a la tranquilidad de nuestros clientes. El servicio que les debemos exige un asesoramiento altamente cualificado. Según el último informe de Satisfacción de Clientes en el Sector Financiero elaborado por STIGA, Banca March cerró 2021 como la entidad mejor valorada del sector en España en atención de las oficinas, solidez y solvencia, cajeros automáticos y personalización del servicio; y se encuentra entre las mejores en cuanto a satisfacción global, satisfacción con el gestor, transparencia, confianza y compromiso social.

En Banca March estamos comprometidos con el crecimiento y el futuro, un crecimiento responsable y un futuro bueno para todos. Este es y será nuestro principio rector. Sabemos que la sostenibilidad es un objetivo compartido con nuestros grupos de interés. Por este motivo, quiero agradecer a clientes, empleados, accionistas y la sociedad en general la confianza depositada en nosotros. Trataremos de seguir siendo merecedores de ella. Gracias por acompañarnos en tan ilusionante y decisivo reto.

Juan March de la Lastra
Presidente



01. INFORMACIÓN GENERAL

SOBRE ESTE INFORME

El presente Estado de Información No Financiera (EINF) ha sido formulado y aprobado por el Consejo de Administración de Banca March y su contenido ha sido verificado por KPMG Asesores, S.L.

Este documento está disponible en la página web corporativa Banca March (www.bancamarch.es), junto a las Cuentas Anuales Consolidadas.

Este Estado de Información No Financiera (EINF) se ha elaborado de acuerdo con los requerimientos de la **Ley 11/2018, de 28 de diciembre**, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Para la definición de los indicadores clave incluidos en el informe se han tenido en cuenta tanto el marco de reporte de **Global Reporting Initiative (GRI)**, los **Estándares de GRI**, como la **Comunicación de la Comisión Europea de 5 de julio de 2017** acerca de las Directrices sobre la presentación de informes no financieros (2017/C 215/01). Este documento propone directrices para que las empresas europeas reporten su información no financiera, que debería ser

significativa, concisa, fiel, equilibrada y comprensible, además de tener en cuenta las expectativas de las partes interesadas.

En este sentido, a la hora de analizar la materialidad de los distintos aspectos que contempla la Ley 11/2018 de cara a la elaboración del EINF, se ha considerado no solo la relevancia de cada uno para la actividad del negocio de la entidad, sino también la importancia que revisten para los distintos grupos de interés (en adelante, GI).

METODOLOGÍA

Cada uno de los apartados de este informe incluye una descripción de las metodologías de cálculo empleadas, así como de las evaluaciones y procedimientos utilizados para determinar la materialidad de los asuntos. Cuando alguno de los requerimientos se haya considerado como no material, se ofrecen las indicaciones y justificaciones correspondientes.

Se han atendido asimismo las recomendaciones de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), mediante la identificación en cada apartado de:

- La información material y los criterios utilizados para su calificación, teniendo en cuenta factores internos y externos.
- Los principales GI - clientes, profesionales y accionistas - de Grupo Banca March, la relación con ellos y cómo se abordan sus necesidades de información.
- Las metodologías de cálculo empleadas, así como las evaluaciones y procedimientos empleados en el análisis de la materialidad.



MATRIZ DE MATERIALIDAD DE BANCA MARCH

La matriz de materialidad de Banca March recoge el conjunto de temas relevantes y su prioridad, en función de su impacto para la entidad y sus grupos de interés. Para su construcción, Banca March ha llevado a cabo las oportunas consultas internas y externas, que se han planteado teniendo en cuenta todos los ámbitos de la sostenibilidad, la relevancia de los temas considerados y la exhaustividad en el análisis.

El proceso que se ha seguido es el siguiente:

- **Identificación.**
Análisis de megatendencias e identificación de asuntos materiales.
- **Priorización.**
Presentación de los asuntos a los GI para valorar la relevancia atribuida.
- **Validación.**
Validación por parte de la dirección de Banca March, así como de su Consejo Externo de Expertos.

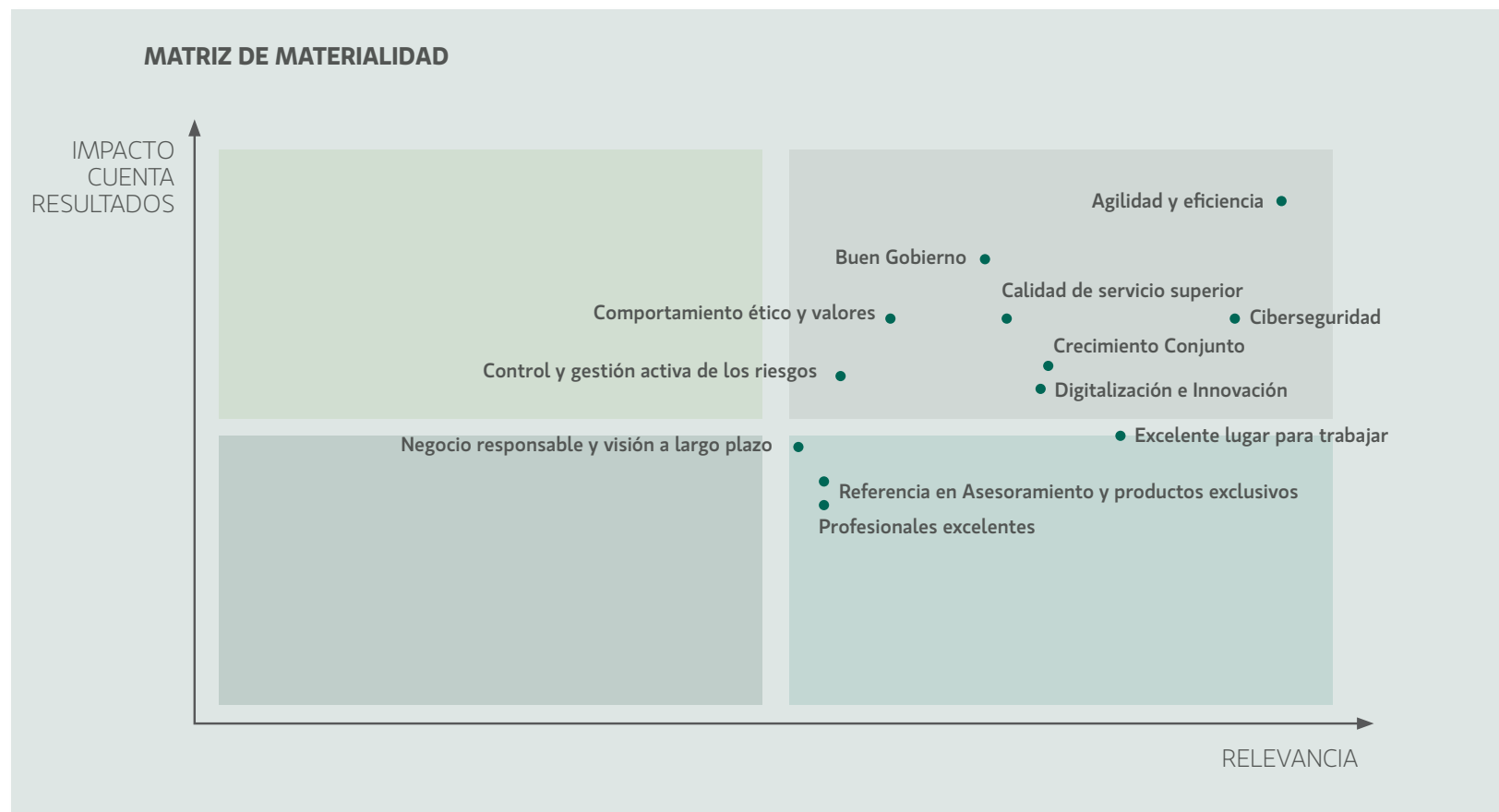
- **Revisión.**
Evaluación de la aplicación de las recomendaciones, para la actualización periódica de la matriz.

Para la construcción de la matriz de materialidad se ha utilizado la información obtenida a partir de:

- Modelo de reputación. Encuestas de calidad.
- Fuentes académicas. Consultores externos. Matrices de materialidad de la competencia.
- Normativa y prácticas del sector. Global Reporting Initiative (GRI).
- Reuniones internas. Identificación de asuntos materiales y definición de atributos.
- Reuniones con GI. Entrevistas en profundidad y *focus group*. *Bottom up* (preguntas clave: ¿qué se está haciendo bien y se debe continuar mejorando?, ¿qué se está haciendo mal y debe corregirse? y ¿qué es lo que se debería hacer?) y *top-down* (priorización de atributos).

El resultado es la siguiente matriz de materialidad de Banca March:





Asuntos materiales para Banca March

El diálogo con sus GI, clave para la toma de decisiones, se lleva a cabo en todos los ámbitos: mediante alianzas con instituciones académicas (universidades y escuelas de negocios) o empresariales

(asociaciones de empresa familiar, asociaciones bancarias y de fondos de inversión) o con la implantación de las mejores prácticas (calidad, digitalización, recursos humanos, etcétera), que contribuyen a su impulso.

De esta forma, Banca March analiza los aspectos sociales, ambientales y de gobierno corporativo más relevantes para sus GI a lo largo de toda su cadena de valor.

Los principales asuntos materiales y transversales en materia de información no financiera y diversidad de Banca March son:

MEDIOAMBIENTE

- Compromiso Colectivo de Acción Climática, impulsado por UNEP FI.
- Alineación con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Influencia en la sociedad mediante el fomento de la inversión en sectores que desarrollen una gestión ambiental eficiente.
- Consumo de energía.

PROFESIONALES

- Número total y distribución de profesionales atendiendo a criterios representativos de la diversidad (sexo, edad, país, etcétera).
- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.
- Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.
- Remuneraciones medias y su evolución desagregada por sexo, edad y categoría profesional o igual valor.

- Brecha salarial, remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.
- Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones y el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.
- Profesionales con discapacidad.
- Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.

CLIENTES

- Encuestas de calidad.
- Encuestas de reputación y riesgos reputacionales.
- Digitalización.
- Coinversión.
- Inversión Socialmente Responsable ISR (gestión discrecional de carteras GDC, fondos de inversión ISR tanto de March AM como de otras gestoras, Coinversión con criterios ASG...).

FINANZAS SOSTENIBLES

- Proporción en los activos totales de exposiciones a actividades económicas elegibles y no elegibles según la Taxonomía.
- Proporción en los activos totales de exposiciones a Administraciones Centrales, Bancos Centrales y emisores supranacionales.
- Proporción en los activos totales de exposiciones a derivados.
- Proporción en los activos totales de exposiciones a empresas que no están obligadas a publicar información no financiera de conformidad con el artículo 19 bis o 29 bis de la Directiva 2013/34/UE.
- Información cualitativa.
- Entidades de crédito: proporción de la cartera de negociación y de préstamos interbancarios a la vista en los activos totales.
- Empresas de seguros y reaseguros: proporción de las actividades económicas de seguros “no vida” elegibles y no elegibles según la Taxonomía.

POLÍTICAS Y COMPROMISOS

Las principales políticas que rigen la actuación de Banca March en los aspectos contemplados en este Estado de Información No Financiera (EINF) se recogen en el cuadro siguiente:

Ámbitos	Políticas / Compromisos	Descripción
CLIENTES	Propuesta de valor	Alineación de intereses. Crecimiento Conjunto con los GI. Relación a largo plazo. Excelencia en el asesoramiento personalizado.
	¿Cómo trabaja Banca March?	Servicio de asesoramiento diferencial, personalizado y basado en el conocimiento profundo de las necesidades del cliente. La metodología permite la comprensión en detalle de sus objetivos y un diseño de plan de inversión ajustado a su perfil de riesgo. Se encuentran guiados en todo momento por su gestor personal, un profesional altamente cualificado que pone a su disposición todos los recursos técnicos del banco para alcanzar el éxito.
	Plan de Transformación Digital	Mejora de la experiencia del cliente a través del asesoramiento ágil y omnicanal, apoyado en la tecnología más eficiente y en productos exclusivos.
	Informes con Relevancia Prudencial	Con arreglo a lo dispuesto en el artículo 32 de la Ley 10/2014, de 26 de junio, de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito, Banca March tiene definido un colectivo identificado, cuya composición es revisada cada año por el Consejo de Administración, a propuesta de la Comisión de Retribuciones, teniendo en cuenta los criterios establecidos en el Reglamento Delegado (UE) 604/2014 de la Comisión, de 4 de marzo de 2014. https://www.bancamarch.es/es/nosotros/gobierno-corporativo/documentacion-corporativa/
CLIENTES	Estatutos Sociales Reglamento de la Junta General de Accionistas Reglamento del Consejo de Administración Reglamento Interno de Conducta en el ámbito del Mercado de Valores Código Ético de Conducta Estatuto de la Auditoría Interna	Gobierno corporativo https://www.bancamarch.es/es/nosotros/gobierno-corporativo/

Ámbitos	Políticas / Compromisos	Descripción
CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL	Medidas de conciliación	Responsabilidad y respeto a la conciliación de la vida familiar y laboral, al apoyo a la igualdad de oportunidades, así como a la inclusión y sensibilidad con los más desfavorecidos. Banca March ha desarrollado un plan de medidas de conciliación con el objetivo de impulsar el equilibrio vida-trabajo entre sus profesionales, según la legislación vigente y que busca impulsar la autorregulación voluntaria en la materia de la entidad. La búsqueda del equilibrio responde a una cultura socio laboral y empresarial basada en la corresponsabilidad, la confianza, la flexibilidad, el respeto y el compromiso mutuos. Para Banca March, conciliar no es trabajar menos, sino trabajar de una forma diferente, con mayor calidad de vida, con horarios más flexibles, con ayuda de las nuevas tecnologías, con la educación en estilos de liderazgo, en valores, en definitiva, con mayor responsabilidad hacia el objetivo común, que es el crecimiento conjunto.
	Reglamento Interno de Conducta en el ámbito del Mercado de Valores y Código Ético de Conducta	https://www.bancamarch.es/recursos/doc/bancamarch/20141023/documentacion-corporativa/reglamento-interno-conducta.pdf
	Estructura Organizativa	https://www.bancamarch.es/recursos/doc/bancamarch/20141023/documentacion-corporativa/estructura-organizativa.pdf
	Plan de igualdad	La igualdad de trato se debe trasladar a cada una de las políticas de Recursos Humanos que se lleven a cabo internamente en todo el ámbito de las Relaciones Laborales.
	Plan de Transformación Digital	Mejora de la experiencia de los profesionales en la ejecución de su trabajo.
	Convenio Colectivo de Banca Privada	Garantiza la igualdad de oportunidades y la no discriminación entre las personas, mediante el mandato de que las relaciones laborales en las empresas estén presididas por la no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, adhesión sindical o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.
DERECHOS HUMANOS	Política y Norma de Externalización de Funciones y Contratación de Proveedores	Tiene como principales objetivos cumplir lo dispuesto en la Norma 43 de la Circular del Banco de España 2/2016, y regular el procedimiento que debe seguirse para la contratación de proveedores.
CORRUPCIÓN Y SOBORNO	Código Ético y de Conducta	Principios de actuación que ha de seguir Banca March en su desempeño profesional para garantizar una conducta alineada con sus valores: compromiso, esfuerzo, la exigencia, la integridad y la ambición. https://www.bancamarch.es/recursos/doc/bancamarch/20141023/documentacion-corporativa/codigo-etico-de-conducta.pdf
SOCIEDAD	Convenios	Convenios con diferentes universidades, fundaciones y ONG, entre otras entidades.
SOCIEDAD	Portal de compras	Trazabilidad de la cadena de suministro.
FINANZAS SOSTENIBLES	March AM Política General ASG March AM Política de Inversión Sostenible y Responsable	March AM ha desarrollado una política ISR que se basa en los siguientes principios: <ul style="list-style-type: none"> La inclusión en el análisis y en el proceso de toma de decisiones de inversión de aspectos ASG, además de los criterios financieros cuantitativos y cualitativos tradicionales, que son la base de la toma de decisiones histórica de la compañía. El incremento en la implicación de la gestora con las empresas en las que invierte, a través de una mayor participación en las decisiones de gobierno corporativo (proxy voting). El diálogo abierto con las sociedades en las que se participa en temas relacionados con los factores medioambientales, sociales y de gobierno corporativo (engagement).

PERÍMETRO Y ALCANCE

En los diferentes apartados del EINF se define el correspondiente perímetro incluido, y se detalla el alcance de todos los indicadores reportados respecto del mismo. Cuando este es diferente, se especifica, y se incluye además el porcentaje que representa sobre el total. Los distintos tipos de alcance que se han evaluado son:

- Temporal: 2021.
- Geográfico: España y Luxemburgo.
- Organizacional: Banca March, March RS, March AM, March PE, March Vida e Inversis.
- Operacional: Banca Patrimonial, Banca Privada, Banca Corporativa y Banca de Empresas, Correduría de Seguros, Compañía de Seguros de Vida en las modalidades de riesgo y de ahorro, Gestión de Fondos, Sicav y Gestión de soluciones de alto valor añadido dirigidas a entidades financieras y aseguradoras para sus negocios de inversión y activos financieros, bajo un modelo de *outsourcing* de servicios.



02. MODELO DE NEGOCIO

2.1. MODELO DE NEGOCIO

Banca March es la cabecera del Grupo Banca March, uno de los principales grupos financieros españoles y el único de propiedad 100% familiar. El modelo de negocio, focalizado en empresarios, familias empresarias y empresas de carácter familiar y en el asesoramiento de patrimonios, se desarrolla a través de las distintas áreas especializadas del banco: Banca Patrimonial, Banca Privada, Banca Corporativa y Banca de Empresas.

Es una entidad no cotizada con un modelo de negocio singular y diferenciado. Su diferenciación radica en una filosofía empresarial basada en el Crecimiento Conjunto con sus clientes, empleados, accionistas y la sociedad. El éxito de este modelo ha sido posible gracias a la visión a largo plazo y a la fidelidad a unos valores irrenunciables.

El Grupo Banca March no solo ha sido reconocido durante varios años por su actividad en banca privada en España y en Europa, sino que se ha posicionado entre las diez primeras empresas preferidas por los profesionales como lugar donde trabajar en España, según la auditoría de la consultora independiente Great Place to Work. Es el único banco que figura entre ellas. También se posiciona, según el ranking de esta misma consultora, entre las mejores empresas para trabajar de Europa.

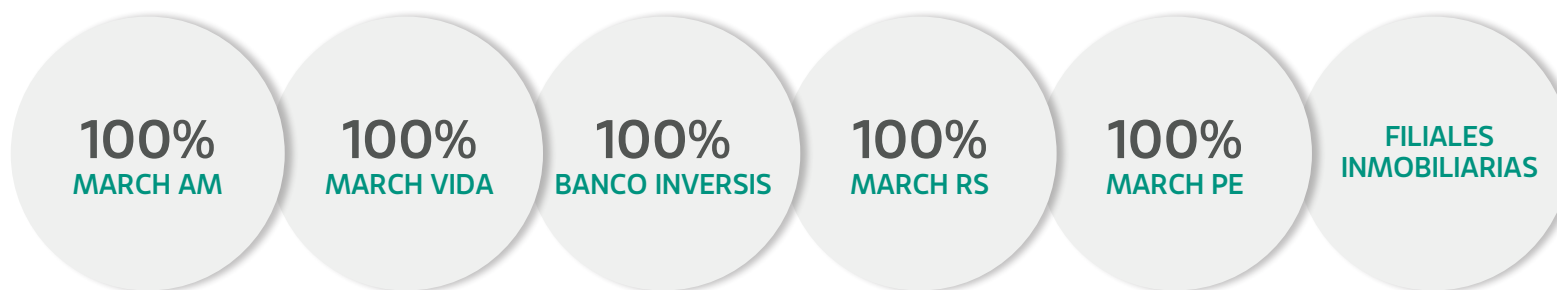
Desde 1926, Banca March desempeña la actividad bancaria. El negocio de seguros se canaliza a través de March Risk Solutions y March Vida. La gestión de instituciones de inversión colectiva se desarrolla a través de March Asset Management y March Gestión de Pensiones y la inversión de capital riesgo a través de March Private Equity. Además, Banca March es titular del 100% de las acciones de Banco Inversis, sociedad de referencia en España en ofrecer soluciones tecnológicas de inversión y de externalización de servicios financieros a entidades financieras, aseguradoras y otros actores en el negocio de la distribución de productos de inversión.

Por otro lado, el banco mantiene una participación del 15,02% en Corporación Financiera Alba, uno de los principales holdings de participaciones industriales del país. Las inversiones de dicha corporación se materializan en participaciones estables y a largo plazo en empresas líderes en sus respectivos sectores, entre las que destacan Naturgy (indirecta), Acerinox, Profand, Ebro Foods, Viscofan, Atlantic o Parques Reunidos.



Banca March, cabecera del grupo

GRUPO BANCA MARCH



Estructura de Grupo Banca March, por actividades

BANCA MARCH SA (EN ADELANTE, BANCA MARCH)

Banca March es la cabecera del Grupo que desarrolla su actividad bancaria. Es el único banco español 100% familiar, referente en Banca Privada y asesoramiento a empresas, empresas familiares y familias empresarias.

La esencia de su modelo de negocio es el Crecimiento Conjunto de todos los GI de la entidad: clientes, profesionales, accionistas y la sociedad en general.

Su filosofía de gestión, basada en la prudencia y la visión a largo plazo, se traduce en el nivel de solvencia CET 1

más alto de la banca española (18,54%) y ratios de liquidez –LCR (217,74%) y DTL (153,35%)– y cobertura de riesgos dudosos (58,19%) entre los más elevados del sector. Asimismo, Banca March sigue registrando la tasa de mora más baja del sistema financiero español sin haber recurrido a la venta masiva de carteras NPL a descuento: un 1,90% a cierre de 2021, frente a un 4,29% de media del sector (según los últimos datos del Banco de España).

Su propuesta de valor ha sido respaldada por la agencia de calificación crediticia Moody's, que ha ratificado el rating a largo plazo de Banca March en A3 con perspectiva "estable". Dicha calificación sitúa a la entidad entre las que mejor rating ostentan dentro del sistema financiero español, por delante del Reino de España (Baa1 a cierre de 2021).

MARCH RISK SOLUTIONS CORREDURÍA DE SEGUROS, SA (EN ADELANTE, MARCH RS)

March RS es la primera correduría de seguros española de capital íntegramente nacional, aporta valor a través del asesoramiento en seguros, reaseguros, previsión social y servicios asociados.

Nace en 1939 con el fin de dar servicio de gerencia de riesgos y seguros a las empresas del Grupo Banca March.

En la actualidad es el bróker de referencia en seguros y reaseguros gracias a la inversión que realiza en la especialización de sus recursos humanos y materiales, con el fin de adaptar la oferta al cliente.

Sus pilares básicos son el conocimiento, la formación, la innovación y la creatividad. Guía su operativa el trabajo en equipo, el uso de tecnologías para mejorar la eficiencia y la competitividad, una cultura orientada al cliente y un propósito de impacto social con carácter estratégico. March RS, considera la sostenibilidad un eje estratégico, buscando en cada acción un doble impacto positivo, para la correduría y para el beneficiario directo.

MARCH ASSET MANAGEMENT, SGIIC Y MARCH GESTIÓN DE PENSIONES SA SGFP (EN ADELANTE, MARCH AM)

Es la gestora de activos de Banca March, líder en gestión de fondos temáticos y con dos décadas de historia. Su objetivo fundamental es ofrecer al cliente la creación de valor a largo plazo con la protección del patrimonio.

Aplicando la filosofía de crecer junto con los clientes, la filial del Grupo con la que desarrollamos la gestión de instituciones de inversión colectiva ha alcanzado un volumen de activos gestionados por un valor de 5.414 millones de euros, en fondos de renta fija, fondos de renta variable, Sicav institucionales, fondos de pensiones y soluciones luxemburguesas.

Las señas de identidad de March AM son la independencia y la objetividad, que se encarga de aplicar un equipo de gestión con más de dos décadas de experiencia.

Como *boutique* de inversión, está especializada en la asignación táctica de activos y la selección de compañías, que se fundamenta en la gestión activa como fuente de valor añadido para la rentabilidad de una cartera.

Entre los principales criterios de inversión destaca el de maximizar el binomio rentabilidad/riesgo, mediante un control de los riesgos asumidos que permite minimizar el denominador y que combina la creación de valor a largo plazo y la protección del patrimonio de los clientes.

MARCH PRIVATE EQUITY, SGEIC (EN ADELANTE, MARCH PE)

La gestora March PE, lanzada en verano de 2020, es un instrumento especializado en gestionar inversiones de entidades de capital riesgo, entidades de inversión colectiva de tipo cerrado y fondos de capital riesgo europeos. También coordina su control y gestión.

Su diferenciación se basa en ofrecer a sus clientes la oportunidad de complementar sus carteras con esta clase de inversiones, hasta la fecha de difícil acceso para particulares, que les permite diversificar riesgos en distintos sectores y geografías, siempre bajo los principios del Grupo Banca March: prudencia, preservación del capital y Crecimiento Conjunto.

MARCH VIDA SA (EN ADELANTE, MARCH VIDA)

Es la compañía de seguros de accidentes y de vida en las modalidades de riesgo y de ahorro, propiedad al 100% de Banca March. Desarrolla su actividad a través de la red de oficinas y sucursales bancarias de la entidad financiera en régimen de operador de banca-seguros vinculado.

BANCO INVERIS, SAU (EN ADELANTE, INVERIS)

Es la compañía de referencia en España en ofrecer soluciones tecnológicas de inversión globales y de externalización de servicios financieros a entidades financieras, aseguradoras y nuevos actores que busquen entrar en el negocio de la distribución de productos de inversión.

Desde su creación, Inversis concentra inversiones en tecnología e innovación para adaptarse de forma ágil a las necesidades del negocio institucional. Gracias a la tecnología de Inversis, los clientes institucionales pueden externalizar las actividades y procesos que no forman parte de su negocio central incrementando, de esta forma, su eficiencia.

Además de ser una plataforma de productos de inversión, Inversis presta servicios de intermediación, liquidación y custodia y soluciones de externalización tecnológica de última generación; servicios de tesorería y mercados de capitales; servicios de depositaría; servicios de intermediación, *broker* online y servicios de análisis.

2.2. TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN Y PRESENCIA GEOGRÁFICA

A 31 de diciembre de 2021 el Grupo Banca March contaba con 1.838 profesionales, de los cuales 1.829 se situaban en territorio nacional y nueve profesionales ubicados en el extranjero, en Luxemburgo.


Banca March cuenta con una red comercial de 134 oficinas, una de las cuales está situada en Luxemburgo. El negocio se distribuye en 117 centros especializados en Banca Comercial y Privada, 10 en Banca Patrimonial, 6 Banca Corporativa y 1 oficinas Internacionales (Luxemburgo).



Banca March

Sede corporativa: Palma
C/ Alexandre Rosselló 8,
07002 Palma
www.bancamarch.es

RED COMERCIAL DE BANCA MARCH

	2021	2020	2019	Ubicación
BANCA COMERCIAL Y PRIVADA	117	131	155	Distribuidas por todo el territorio nacional.
BANCA PATRIMONIAL	10	8	8	Madrid, Valencia, Alicante, Palma de Mallorca, Barcelona, Bilbao, San Sebastián, Zaragoza, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife.
BANCA CORPORATIVA	6	6	5	Palma, Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao.
OFICINAS INTERNACIONALES	1	1	1	Luxemburgo
 TOTAL OFICINAS	134	146	169	ESPAÑA Y LUXEMBURGO



March RS

Sede: Madrid
C/ Lagasca 88, 28001 Madrid
www.march-rs.es

Cuenta con 8 oficinas, todas ellas en España: Madrid, Palma, Barcelona, Valencia, Bilbao, La Coruña, Las Palmas y Sevilla.



March Vida

Sede: Palma
C/ Alexandre Rosselló 8,
07002 Palma
www.marchvida.es

Opera en España.



March AM

Sede: Madrid
C/ Castelló 74, 28006 Madrid
www.march-am.com

Opera en España, y tiene productos en Luxemburgo, que comercializa en varios países europeos.



Inversis

Sede: Madrid
Avda. de la Hispanidad 6,
280426 Madrid
www.inversis.es

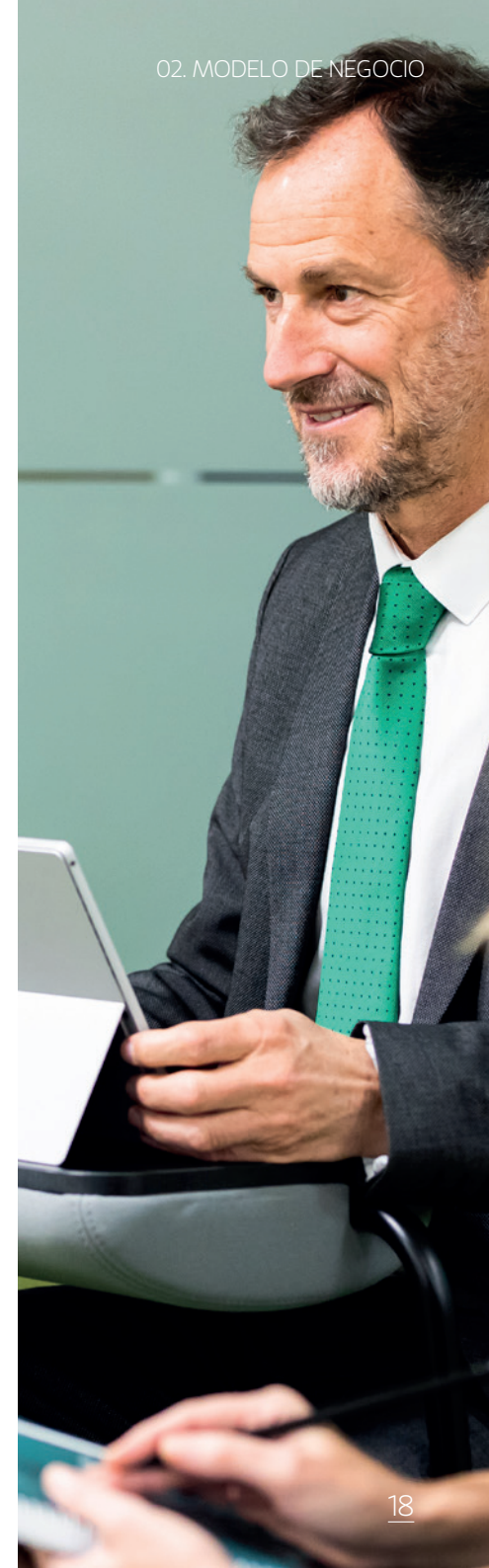
Opera en España, y ofrece servicios fuera a través de su acuerdo con Accenture. Su sede está en Madrid.



March PE

Sede: Madrid
C/ Núñez de Balboa, 70 bis.
28006 Madrid
www.bancamarch.es

Opera en España.



Accionariado

La totalidad del accionariado de Banca March está en manos de la familia March, y concretamente se reparte entre los cuatro hermanos.

JUAN MARCH DELGADO	34,44%
CARLOS MARCH DELGADO	34,44%
GLORIA MARCH DELGADO	15,56%
LEONOR MARCH DELGADO	15,56%
	100% del capital social

Organigrama



MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

- Carlos March Delgado
(no ejecutivo)

Agatha Echevarría Canales
(independiente)

Juan March Juan
(no ejecutivo)

Eva María Fernández Góngora
(independiente)

Catalina March Juan
(no ejecutiva)

Moisés Israel Abecasis
(independiente)
- Javier Vilardell March
(no ejecutivo)

Vicente Moreno García-Mansilla
(independiente)

Juan Carlos Villalonga March
(no ejecutivo)

María Antonia Otero Quintas
(independiente)

Secretario
José Ignacio Benjumea Alarcón

Relevo en el Consejo

Juan March Delgado (Palma de Mallorca, 1940) presentó su dimisión en julio de 2021 como miembro del Consejo de Administración de Banca March, cargo que había ocupado desde el año 1994.

Catalina March Juan ocupa su puesto como consejera con carácter dominical.

De acuerdo con las normas internacionales de Gobierno Corporativo más estrictas, el número de consejeros de Banca March se mantiene en 13 (3 ejecutivos, 5 independientes y 5 dominicales).

La nueva consejera dominical es la quinta mujer en el órgano de administración de Banca March, junto con Eva Fernández Góngora; también incorporada al Consejo durante 2021 en sustitución de Albert Esteve Cruella, quien cesa su cargo una vez finalizado su mandato al haber alcanzado la duración máxima legal; María Antonia Otero Quintas y Agatha Echevarría Canales, todas consejeras independientes, que se suman a la vicepresidenta ejecutiva del banco, Rita Rodríguez Arrojo.

La progresiva incorporación de una nueva generación de la familia fundadora del banco hace más de 90 años renueva el compromiso accionarial con la estrategia que sirve de motor y lema a la entidad: el Crecimiento Conjunto, a través de un modelo de negocio único y no replicable. Actualmente, la presidencia ejecutiva recae en la cuarta generación, en la persona de Juan March de la Lastra.

“El Consejo de Administración de Banca March ha agradecido a Juan March Delgado su inestimable aportación. Ha sido un honor contar con su presencia, conocimientos y criterio a lo largo de todo este tiempo”.

Juan March de la Lastra,
presidente ejecutivo de Banca March



2.3 OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Las bases de un modelo de negocio único

Banca March despliega un modelo de negocio único que se basa en cuatro pilares, que demuestran hasta qué punto la ambición del banco trasciende la cuenta de resultados: **el cliente se ubica en el centro de la estrategia del Grupo**, a través de un proyecto sostenible y de largo plazo, en búsqueda permanente de la excelencia.



Los valores de la cultura familiar como palanca

Banca March es el único banco español de propiedad 100% familiar, su visión a largo plazo y su filosofía de Crecimiento Conjunto de clientes, profesionales, accionistas y la sociedad en general, la ha consolidado como entidad de referencia en banca privada y asesoramiento a empresas.

Su objetivo no persigue solo la rentabilidad, sino generar valor para clientes, empleados, accionistas y para la sociedad en el largo plazo y de manera sostenible. Esta filosofía de Crecimiento Conjunto es la esencia de Banca March y así lo representa cada uno de los triángulos del logotipo de la entidad.

Fieles a unos valores irrenunciables, a lo largo de más de 90 años de historia, Banca March ha fortalecido una cultura que concibe el funcionamiento del Grupo como el de una familia: apoyo mutuo, confianza, comunicación abierta, transparencia, integridad y clima de compañerismo.

Sobre esta base, Banca March consolida una estrategia de gestión de personas con la configuración de una organización de alto rendimiento, orientada a resultados y sustentada en valores éticos de profesionalidad, competencia, meritocracia y banca responsable. Este estilo de gestión, que pone a los profesionales en el centro de todas las iniciativas, busca ofrecer un entorno de trabajo motivador y contar con los profesionales más preparados del sector, en los que Banca March invierte más del doble en formación que la media del sector.



Liderar para el desarrollo de personas

El papel del equipo directivo es un pilar fundamental en el alineamiento de las personas con la cultura corporativa y en la consecución de un clima de trabajo óptimo. A la dirección corresponde trasladar a la organización las prioridades en cada momento y velar por su motivación y desarrollo.

El modelo de liderazgo de Banca March marca los siguientes objetivos estratégicos:

- Lograr los objetivos de negocio mediante un modelo de desarrollo profesional en cascada: el impulso del cambio se promueve desde arriba.
- Alinear el estilo de liderazgo con los valores de la entidad.
- Homogeneizar el modelo de gestión de personas de Banca March: se busca la evolución sincronizada de los responsables de cada nivel de responsabilidad, desde los máximos órganos de gobierno (presidente, vicepresidenta y consejero delegado), hasta los directores de área, directores territoriales, de unidad, de zona, de oficina, responsables, jefes de equipo y coordinadores.
- Desarrollar el compromiso de los equipos a través de la labor de sus responsables.

Valores corporativos que fomenta el modelo de liderazgo en Banca March

Compromiso con el desarrollo del equipo: la mejor forma de crecer en resultados es haciendo que los colaboradores crezcan.

Relación cercana, escucha activa del equipo y *feedback* que favorezca la consecución de logros.

Transmitir oficio de banca y cultura propia de Banca March.

Liderazgo, ejemplo de competencia profesional y alineación con los valores corporativos.

Plan Estratégico trienal

La estrategia de Banca March tiene la ambición de consolidar al Banco como entidad de referencia en banca privada, patrimonial y asesoramiento a empresas en España.

Definimos cada tres años una guía de actuación a tres años vista, con objetivos calendarizados año a año. El Plan Estratégico 2020-2022, vigente, fue revisado y adaptado a la crisis sanitaria, que obligó a contemplar todos los escenarios presentes y futuros, sin perder de vista la misión del Grupo y su modelo único y diferencial basado en el crecimiento conjunto.

La implantación exitosa de los planes trienales se lleva a cabo desde un proceso de escucha de ideas en toda la organización, sucedido de una buena comunicación en cascada. De este modo se trabaja para aportar valor de forma colaborativa y transversal hacia un resultado común.

2.4 2021, CUANDO LOS CAMBIOS SE ACELERARON

2.4.1. Evolución con el entorno

La pandemia ha acelerado la implantación de tendencias de calado que ya estaban en el horizonte en la sociedad y, por ende, en la economía: la sostenibilidad y la digitalización. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas se han consolidado como hoja de ruta global, mientras crece la conciencia social y crecen la consideración y el respeto por parte de todos los actores económicos de los criterios sociales, medioambientales y de buen gobierno corporativo (ASG).

La respuesta de Banca March a estas nuevas exigencias del entorno es su modelo de negocio diferencial, que se sustenta en una filosofía de Crecimiento Conjunto con los GI, la visión a largo plazo en inversiones y relaciones con los clientes y la apuesta por la innovación. En este contexto, se configura como un elemento estratégico la correcta integración de criterios éticos, sociales y ambientales en el desarrollo de su actividad financiera, centrada en el asesoramiento y la gestión de activos de empresarios, empresas familiares y rentas altas y medias-altas, y articulada en torno a una sólida estructura de gobierno corporativo.

El Consejo de Administración, como máximo órgano decisorio, marca las políticas y estrategias generales, plenamente comprometidas con las mejores prácticas sobre sostenibilidad, desarrollo de personas y transición digital.

COMPROMISOS QUE MULTIPLICAN EL IMPACTO

Plena adhesión al Pacto Mundial

Grupo Banca March ha culminado en 2021 el proceso de adhesión de todas sus filiales al Pacto Mundial de Naciones Unidas, el mayor compromiso global de sostenibilidad corporativa, donde

participan más de 20.000 empresas de todo el planeta. El Pacto Mundial llama a las empresas a incorporar en sus estrategias y operaciones 10 principios universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción, así como a impulsar el progreso en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Banca March, cabecera del Grupo, fue la primera en unirse al Pacto Mundial, en 2002, y ha renovado su compromiso en repetidas ocasiones. Han seguido sus pasos March RS, March AM, March PE, March Vida e Inversis. Las filiales del Grupo se han adherido al Pacto Mundial en calidad de socios *Signatory*.

“Es un orgullo anunciar la adhesión de todo el Grupo Banca March al Pacto Mundial de la ONU. (...) Culminar este proceso responde a nuestro firme compromiso con la sostenibilidad como eje central de toda nuestra actividad. (...) Buscamos generar un impacto cada vez más positivo en el entorno y las personas, siempre con la vista puesta en el largo plazo, de forma coherente con la filosofía centenaria de Banca March”.

Sonia Colino,
directora de Desarrollo, Comunicación
y Marca de Banca March

Con la extensión a todas sus líneas de negocio, el Grupo reafirma su compromiso con los ODS, que les guía para crear productos y ofrecer servicios que promueven la inversión y la financiación sostenibles. No solo integran con ello los posibles riesgos relacionados con factores ASG en productos y servicios, sino que, además, ayudan a sus clientes a obtener retornos responsables desde el punto de vista social, ético y ambiental.

En esta línea, el Grupo trabaja en tres direcciones principales:

- **Incluir riesgos ASG en el proceso de toma de decisiones de inversión.**
Se suman a los tradicionales criterios financieros cuantitativos y cualitativos, base histórica de la toma de decisiones de la compañía.
- **Aumentar la implicación de March AM con las empresas en las que invierte.**
Buscan una mayor participación en las decisiones de gobierno corporativo de las compañías donde invierten, mediante el ejercicio de su derecho de voto.

- **Dialogar abiertamente sobre nuevos riesgos.** Se comprometen a mantener el debate abierto sobre cuestiones relacionadas con los riesgos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo, con las sociedades en las que participan.

Coinversión sostenible

Dado el importante desafío que los bajos tipos de interés vigentes a cierre de 2021 suponen para las fuentes de rentabilidad tradicionales, desarrollan instrumentos para acercar a los inversores todo tipo de activos. La coinversión es la propuesta de valor diferencial del Grupo, y consiste en invertir, junto a los clientes, en proyectos alineados con el compromiso de Banca March con la inversión sostenible, que es una de las principales tendencias que van a marcar los próximos años. Los vehículos de inversión y proyectos se ofrecen considerando el perfil de riesgo del cliente, lo que ha permitido consolidar la reputación de Banca March y acrecentar la confianza que depositan en la entidad.

Diversificación inversora

Asimismo, en el escenario actual, se hace necesario complementar la oferta tradicional de inversión con otras que aporten diversificación. Uno de los ámbitos en auge es la inversión en *megatendencias*, que parte de vislumbrar los cambios socioeconómicos del futuro, para anticiparse y beneficiarse de los mismos, o la gestión alternativa, que ofrece soluciones ilíquidas de riesgo moderado.

Alianzas con expertos en inversiones alternativas

Un mundo concienciado en lo social y lo medioambiental que lleva a explorar las grandes oportunidades existentes en el ámbito de la sostenibilidad. Por eso participa, desde hace años, en alianzas con especialistas internacionales en inversiones alternativas, sostenibles y de impacto.

PLAN ESTRATÉGICO 2020-2022:
NUESTRA HOJA DE RUTA

El futuro sostenible que ha concebido, y que quiere compartir con sus grupos de interés, pasa por la aplicación de la innovación comercial, junto con la ampliación, internacionalización y especialización de su oferta, apoyada en una sólida estrategia de comunicación y en nuevas herramientas de gestión.

AMBICIÓN DIGITAL EN PLENA
TRANSFORMACIÓN

El uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación es un elemento clave para crecer en el nuevo entorno competitivo. El Plan Trienal #JuntosEnAcción 2020-2022 integra el cambio tecnológico con una transformación cultural que persigue fortalecer el modelo de negocio del

Grupo, basado en el Crecimiento Conjunto con los GI. Las claves: un asesoramiento ágil, excelente y omnicanal, apoyado en la tecnología más eficiente y en productos exclusivos.

Incorporar la tecnología a los procesos de negocio, tanto en el ámbito de los clientes como en la eficiencia operativa del banco, es un imperativo ineludible al servicio del objetivo estratégico de Banca March, cuya finalidad es consolidarse como la entidad de referencia en banca privada y asesoramiento a empresas en el mercado español.

El plan vigente reafirma el objetivo prioritario de la digitalización, tanto por lo que respecta a la operativa bancaria tradicional como en lo relativo a la innovación en productos que faciliten el ahorro y la financiación a largo plazo de los clientes del grupo. La implementación de este plan se ha acelerado en 2021, con la integración del equipo de Transformación Digital en el área de Medios, que permitirá mejorar la coordinación de los equipos operativos y los equipos tecnológicos.

Cinco son los grandes objetivos en los que se concreta la estrategia digital:

Mejorar la experiencia del cliente.

Para establecer relaciones a largo plazo con los clientes, el Grupo apuesta por la tecnología y la digitalización. Ofrecen a sus clientes una verdadera experiencia omnicanal sin fricciones entre los distintos canales disponibles, mientras garantizan

COINVERSIÓN Y PRIVATE EQUITY	<ul style="list-style-type: none">• Primer fondo de transición energética y presas en Portugal.• Fondo de Private Equity 2020 y nuevo fondo en 2022.• Lanzamiento de proyectos en todas las subclases de activos (Private Equity, Venture Capital, deuda privada, inmobiliario e infraestructuras), y en distintos vehículos.
GESTIÓN Y ASESORAMIENTO	<ul style="list-style-type: none">• Alianzas en gestión alternativa (Syz, FT/K2, DynamicBeta) y en sostenibilidad (CPR Amundi, Robecco, Allianz).• UL Revitalización Europea.• Utilización de las plataformas del grupo (March AM, March Vida e Inversis).
BANCA CORPORATIVA	<ul style="list-style-type: none">• Primer fondo español de deuda para energías renovables.• Vehículo de inversión en I+D.• Futuros sobre divisas con BME.• Coberturas sobre electricidad.• Servicio de Asesoramiento recurrente en RF.• Acuerdo con el Fondo Europeo de Inversiones (FEI) para la recuperación de pymes en Baleares (fondos europeos).

una usabilidad extrema que facilite el día a día de las personas usuarias y su relación con la entidad. Las oficinas están adaptadas a este modelo, junto con los canales remotos complementarios, que permiten ofrecer un servicio eficiente acorde al perfil del cliente. Todo ello sustentado por una tecnología potente, robusta y escalable en el tiempo.

Mejorar la experiencia del gestor.

La tecnología debe facilitar los procesos internos, para que ganen en agilidad y en eficacia y puedan así revertir en un mejor servicio al cliente. Todo ello va encaminado a mejorar la eficiencia tanto en el estudio del riesgo como en la toma de decisiones.

Mejorar en eficiencia operativa.

Con el fin de mejorar la eficiencia operativa, optimizar recursos y asegurar la calidad de los resultados. Durante el periodo de pandemia, se ha trabajado para garantizar los procesos operativos y poder así continuar atendiendo a los clientes a distancia. Con foco en la mejora de la operativa directa y el aumento de la eficiencia de la operativa centralizada.

La tecnología tiene que ser el medio a través del cual todo proceso definido como eficiente gane velocidad y escale en capacidades”.

Esteve Morey,
responsable del Proyecto de Eficiencia de Riesgos

Evolución de las bases tecnológicas.

La transformación tecnológica responde a las necesidades de los clientes y sienta las bases para poder crecer de forma ágil, rápida y segura. Por ello, impulsa la evolución de las bases tecnológicas, como los procesadores o las conexiones, de modo que pueda sustentar los proyectos y la transformación digital que se persigue para consolidarse como referente en el mercado español.

Compromiso con los profesionales del banco.

La apuesta por la digitalización como palanca de transformación constituye, según recoge el Plan Trienal vigente, la máxima representación del compromiso de Banca March con sus profesionales y con la misión de Crecimiento Conjunto, de manera que se transmita al conjunto de los GI generando impactos en toda la cadena de valor.

FILIALES EN 2021: MÁS SOSTENIBLES, MÁS DIGITALES

March RS

March RS es un bróker de seguros y reaseguros de referencia, que ofrece un servicio local de alcance global.

Servicio local

El Departamento de Siniestros es un elemento esencial de su propuesta de servicio: está formado por profesionales especializados (ingenieros, arquitectos, abogados y actuarios) y reúne al 15% de sus efectivos humanos. March RS acompaña a sus clientes en la gestión de siniestros desde el momento de su ocurrencia y declaración, hasta su resolución en las mejores condiciones. Gestiona siniestros en los cinco continentes, aportando valor en cada momento, apoyándose siempre en un servicio local, y supervisando personalmente la calidad del servicio para garantizar siempre el mejor resultado.

Alcance global

Es un referente del sector, con más de 80 años dando servicio de gerencia de riesgos y seguros a las empresas de forma local, con alcance global.

Mediante pERM, su plataforma tecnológica global, March RS reinventa el modelo de servicio al cliente con nuevas tecnologías que permiten el acceso a la información y a entornos de colaboración entre los participantes en la gestión de un programa de seguros:

- Acceso web a información de pólizas y siniestros.
- Entornos colaborativos para consultas técnicas y comunicaciones.
- Calendarios compartidos y alarmas personalizadas.
- Gestores documentales.
- El avance en la conversión de los productos de inversión para cumplir los requisitos de los art. 8 y 9 del SFDR.
- La integración en los procedimientos internos en materia ASG de la regulación sobre taxonomía y sobre principales incidencias adversas de sostenibilidad (PIAS), que reforzará decisivamente el análisis extra financiero.

March AM

March AM es la gestora de inversiones del Grupo. La experiencia y profesionalidad de su equipo de gestores se aplican a la construcción de carteras, con el fin de maximizar el valor para el cliente, de acuerdo con la política de inversiones y nivel de riesgo.

En materia de sostenibilidad, el año 2021 fue un año muy activo, intensidad que aumentará previsiblemente en 2022, tanto por la consolidación de la estrategia como por la aparición de nuevos retos:

- La aplicación de la normativa Mifid en cuanto a preferencia de sostenibilidad de los clientes, a partir del 2 de agosto de 2022, marcará un punto de inflexión en la operativa, del mismo alcance que el que ha supuesto en 2021 la entrada en vigor de los requisitos de primer nivel del Reglamento sobre Divulgación de Finanzas Sostenibles de la Unión Europea (SFDR).

- El desarrollo interno de una herramienta de *engagement* (implicación) para impulsar la relación con las compañías donde participan.

- El progreso decisivo en el desarrollo de las iniciativas sostenibles de March AM.

March PE

Esta compañía es la empresa del Grupo para la toma de participaciones temporales en el capital de empresas no financieras y de naturaleza no inmobiliaria.

En 2021 March PE lanzó una nueva web, con un diseño acorde a la marca mejorando su usabilidad. Cuenta con un espacio de actualidad a través del cual se ofrecen las últimas noticias sobre acontecimientos e hitos relacionados con March PE y sobre la industria del capital riesgo en general.

Está previsto hacer crecer el espacio web, que contará con un Área de Inversores desde la que será posible consultar de una forma cómoda, rápida y segura las posiciones de inversión en los distintos programas bajo la gestión de March PE. Es un nuevo paso en la mejora de la experiencia del cliente y en el proceso de transformación del negocio, basado en la estrategia del Crecimiento Conjunto con los GI del Grupo.

March Vida

Esta compañía es la empresa del Grupo dedicada a los seguros de vida. March Vida sigue afianzándose, año a año, como el proveedor de productos de ahorro a largo plazo en Banca March, especialmente para los clientes con un perfil conservador.

En febrero se firmó con Generali un acuerdo para comercializar en coaseguro los productos de Vida-Riesgo de March Vida así como el producto March Vida Accidentes. La distribución se realiza a través de la red de oficinas de Banca March. El objetivo fundamental que se persigue con esta alianza es mejorar la oferta de los seguros de riesgo.

March Vida dentro de la inversión que realiza en fondos de capital riesgo, efectuó un compromiso de compra de un millón de euros en el fondo de impacto **Dunas Absolute Impact FCR (art. 9 SFDR)**.

Dunas Absolute Impact FCR tiene como estrategia de inversión el desarrollo integral de regiones desfavorecidas de España, con gran creación de empleo (especialmente entre Grupos con alto riesgo de exclusión social) y lucha contra el cambio climático y los gases de efecto invernadero, focalizando sus inversiones principales en las energías renovables, la agricultura sostenible y la eficiencia energética.

A finales de 2021 se trabajó en el lanzamiento del nuevo producto **UL Revitalización Europea**. Se trata del primer seguro *Unit Linked* del mercado diseñado para combinar activos líquidos e ilíquidos. Su objetivo es rentabilizar las oportunidades de inversión que ofrecen los fondos europeos de recuperación Next Generation EU, dotados con más de 800.000 millones de euros y que triplicarán los presupuestos de la UE en los próximos tres años, buscando potenciar una Europa más verde, digital y resiliente.

Al cierre de 2021, la cartera de March Vida sumaba más de 83.000 pólizas en el conjunto de su cartera de productos. March Vida continúa adaptándose a los nuevos requisitos normativos y sigue manteniendo una adecuada situación de solvencia.

2.4.2. Modelo de gestión de riesgos

La gestión del riesgo constituye un aspecto fundamental de la estrategia de Banca March que contribuye al crecimiento sostenible en el largo plazo. Por ello, cuenta con una cultura corporativa integrada que involucra a toda la organización, donde cada unidad tiene conocimiento de los riesgos a los que se expone, de la forma en que los mismos se gestionan y del apetito al riesgo definido.

El modelo de control interno se basa en tres pilares de responsabilidad independiente que constituyen las tres líneas de defensa, asegurando una adecuada segregación de funciones.

En concreto, la primera línea la constituyen las áreas de negocio, la segunda línea vela por el buen funcionamiento de la gestión y el control de riesgos y la tercera línea de defensa ejerce la supervisión.

En el apartado 7 – *Gestión de Riesgos del Informe Anual del Grupo Banca March 2021* se detallan los aspectos específicos de la gestión del riesgo.



TIPOLOGÍAS DE RIESGOS

RIESGOS FINANCIEROS ¹	ENFOQUE DE GESTIÓN
De crédito. Una entidad sufre pérdidas si el deudor es incapaz de pagar un préstamo o si incumple con las obligaciones pactadas por contrato.	Banca March, en su compromiso con la medición y el control del riesgo de crédito, presenta uno de los ratios de morosidad más bajos del sistema bancario español.
De mercado. Una entidad puede verse afectada por la pérdida potencial que movimientos adversos en el mercado comporten sobre la valoración de sus instrumentos financieros.	Banca March tiene escasa actividad de <i>trading</i> , de modo que su exposición a este tipo de riesgo es baja. Dispone, además, de una sólida estructura de control y límites.
De liquidez. Una entidad puede verse incapaz de cumplir con sus compromisos de pago en el tiempo y la forma a los que se comprometió.	Banca March cuenta con una holgada posición de liquidez, una adecuada estructura de financiación y activos suficientes para encarar situaciones de estrés.
De tipo de interés. Una entidad se ve expuesta a riesgos en función de que suban o bajen los tipos de interés, si estos movimientos le resultan adversos.	Banca March optimiza el margen financiero dentro de los límites de volatilidad del marco de apetito al riesgo, y preserva el valor económico del balance dentro de los límites que fija.
Estratégicos y de negocio. Una entidad puede ver afectada su capacidad de generar beneficios por culpa tanto de factores externos como de factores internos. Entre los primeros cabe mencionar los cambios en el entorno económico o en el mercado donde se compite. Como ejemplo de los segundos, una estrategia mal diseñada o una fijación inadecuada de objetivos y/o precios, entre otros.	Banca March revisa de forma sistemática la viabilidad y la sostenibilidad de su modelo: vigila su capacidad de generar una rentabilidad aceptable en los siguientes 12 meses, pero también evalúa variables a largo plazo (tiene en cuenta el ROE y el CIR, al tiempo que considera la financiación, la liquidez y el perfil de capital de la entidad).

1. En el Apartado 7 titulado Gestión de Riesgos del Informe Anual del Grupo Banca March se detallan los aspectos específicos de la gestión del riesgo.

RIESGOS NO FINANCIEROS	ENFOQUE DE GESTIÓN
<p>De cumplimiento legal o <i>compliance</i>.</p> <p>Si una entidad incumple las disposiciones legales, normas, códigos de conducta o estándares que haya asumido puede incurrir en riesgos penales, sanciones administrativas o daños de reputación.</p>	<p>Banca March minimiza la probabilidad de estos riesgos y, en caso de que se produzcan, intenta solventarlos rápidamente. Para ello, cuenta con una Unidad de Cumplimiento Normativo que identifica, evalúa y previene de forma periódica la posibilidad de incumplimiento en las distintas áreas de negocio. Dicha unidad contribuye además a su gestión y se encarga de adaptar las políticas del banco a la normativa y a las recomendaciones de los reguladores. El Código Ético, el cuerpo de principios y valores del banco y sus normas de conducta obligan a toda la organización.</p>
<p>De tipo operacional.</p> <p>Una entidad se expone a pérdidas si falla en los procedimientos que sigue, si sus sistemas de operación internos resultan inadecuados o, en caso de que se produzcan fallos de personal. De ahí la importancia de la administración y la gestión de productos y servicios.</p>	<p>Banca March trabaja continuamente para identificar este tipo de riesgos, mejorando la calidad y la seguridad de los procesos de negocio, aportando información de riesgos a la hora de tomar decisiones y priorizando la calidad del servicio al cliente y la supervivencia de la organización a largo plazo. La entidad entiende que los riesgos operacionales solo se justifican cuando existe una relación positiva entre el valor en riesgo y la rentabilidad que se obtiene con él. Por esta razón, reduce la exposición buscando el equilibrio financiero entre dicha reducción y el coste que ello pueda suponer.</p>
<p>De tipo tecnológico.</p> <p>Una entidad puede exponerse a pérdidas si incumple sus obligaciones de confidencialidad, en caso de que fallen sus sistemas o debido a que sus datos no estén disponibles o sean inadecuados. Se trata, pues, de riesgos vinculados a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que también se dan si la organización carece de agilidad y/o medios para cambiar de TIC en un plazo determinado a unos costes razonables.</p>	<p>Banca March es consciente de la importancia crucial de preservar los datos de los clientes, la información financiera y estratégica de la entidad y cualquier otro dato que se considere confidencial. La Unidad de Seguridad de la Información se encarga de proteger la información y de aplicar la política de seguridad de la entidad, mediante controles de riesgos tecnológicos. Además, el Consejo de Administración ha autorizado una política específica de gestión de riesgos tecnológicos y de ciberseguridad con el fin de detectarlos, gestionarlos y, eventualmente, mitigarlos de forma homogénea en todas las unidades de negocio.</p>
<p>De reputación.</p> <p>Una entidad puede proyectar una percepción negativa entre sus clientes (actuales o potenciales), empleados, reguladores, líderes de opinión o la sociedad en general a resultas de algún comportamiento pasado o de las expectativas de actuación que haya levantado de cara al futuro. Una imagen adversa, que suele definirse por comparación con la que suscitan las entidades competidoras, puede afectar a los beneficios, los fondos propios o la liquidez de la entidad, según piensen y actúen los GI.</p>	<p>Banca March considera este tipo de riesgo transversal, puesto que se vincula o relaciona con otras amenazas. La entidad lo aborda, por tanto, con una visión holística. La política de riesgo reputacional aprobada en 2018 es revisada y actualizada anualmente. Establece principios básicos, un marco de actuación general y políticas concretas que ayudan a identificar, medir, controlar e informar sobre estos riesgos. Aunque no lleva aparejados requerimientos de recursos propios, se incluyen dentro de los riesgos a considerar en el proceso de revisión y evaluación supervisora y, en su caso, la asignación de capital dentro de otros riesgos.</p>

PRINCIPALES ACTUACIONES EN 2021

En materia de riesgos de crédito

En 2021 Banca March inició un proyecto para optimizar los recursos y los procesos que configura el llamado **Circuito de Riesgo de Crédito**.

Esta iniciativa persigue la mejora de la eficiencia operativa del Banco, que es uno de sus ejes estratégicos. Sirve además al objetivo de Banca March de fortalecer su posicionamiento como entidad de referencia en banca privada y asesoramiento de empresas en el mercado español.

La optimización de recursos y procesos, apoyada en el uso de tecnología, abarcará desde el momento en el que surge una oportunidad vía activo por parte del gestor, hasta el momento de su cancelación, ya sea con una amortización prevista por contrato o mediante una recuperación judicial.

Banca March tiene una visión global del Circuito de Riesgo de Crédito, pero ha iniciado su proyecto de optimización en las tres áreas comerciales, de Admisión de Riesgo de Crédito, de Seguimiento y Recuperaciones y de Gestión Judicial.

El propósito de la entidad es llevar a cabo este proyecto de optimización sin alterar la calidad del riesgo. Para ello, se ha creado un sistema que permite un control del circuito, con reportes de información tanto individualizados como globales, y que resulta de fácil acceso para todos los posibles usuarios. Se realiza además un seguimiento sistemático de la información.

En materia de cumplimiento y conducta

- Ha ejercido un control continuo sobre la adecuación de los productos y clases de IIC para aporte de valor al cliente.
- Velado por evitar el uso de información privilegiada sobre operaciones personales por parte de sus empleados, una premisa que protege al conjunto de inversores.
- Participado en el intercambio de información fiscal entre países para evitar el fraude.

En materia de riesgos operacionales

- Ha actualizado el mapa de riesgos operacionales, así como su evaluación.
- Implantado, en coordinación con las diferentes unidades, una serie de indicadores de riesgo (KRIs) que permiten realizar un seguimiento de las amenazas, a través de la definición de niveles de alerta y de la adopción de las medidas correctoras que se consideren oportunas.
- Reforzado la red de Coordinadores de Riesgo Operacional, con la voluntad de expandir su alcance a nuevas unidades y filiales.

En materia de riesgos tecnológicos

- Banca March ha mostrado su compromiso con la seguridad digital de sus clientes y con la protección a menores del ciberacoso mediante la distribución de CiberSeguro Identidad y CiberSeguro Hijos.
- Participado en Dalion, un proyecto colaborativo que agrupa a diversas empresas para profundizar en la tecnología *blockchain* (cadena de bloques) y la identidad autogestionada. Banca March muestra así su determinación en garantizar la máxima seguridad de sus clientes en términos de identidad digital y gestión de datos personales.
- Lanzado diferentes campañas para concienciar a los clientes sobre la importancia de la ciberseguridad. Como ejemplos, la campaña bautizada como *Regalemos ciberseguridad*, centrada en la compra de juguetes tecnológicos, o la campaña de consejos para evitar el fraude telefónico y el *phishing*. También ha realizado distintos talleres de ciberseguridad para las familias de los empleados del Grupo.
- Mejoras para facilitar la operativa a distancia, así como la comunicación digital y telefónica. También en el proceso de diligencia debida y en el seguimiento de proveedores para asegurar que sus prácticas respetan en todo momento la dignidad humana, además de cumplir la ley.

- Realizado un proyecto ingeniería social con el objetivo de evaluar hasta qué punto puede el factor humano introducir riesgos para la protección de la información corporativa. El proyecto simulaba, en primer lugar, un ataque de *phishing* y, además, llamadas en las que se buscaba obtener las credenciales de los profesionales.

Los resultados obtenidos sitúan a Banca March en niveles de madurez en cultura de ciberseguridad equiparables a los del resto del sector bancario y muestran una evolución positiva, según pone de manifiesto la comparativa de los resultados obtenidos en las mediciones llevadas a cabo tanto en 2019 como en 2020.

La entidad ha garantizado el 100% del teletrabajo para todos sus empleados, circunstancia que ha permitido la continuidad del negocio y ha llevado a lograr la **certificación internacional ISO 22301 de AENOR**. Se trata de una de las certificaciones más estrictas en el ámbito internacional, y acredita que el Banco cuenta con un sistema de gestión que le posibilita continuar desarrollando su actividad y prestar servicio a sus clientes sin interrupción en caso de incidencias graves como incendios, sabotajes, inundaciones o pandemias.

Banca March se ha convertido así en una de las pocas entidades financieras españolas que disponen de esta certificación, que en cambio sí es común entre las empresas tecnológicas. La obtención de esta certificación constituye un paso más en el intenso proceso de transformación en el que está inmersa Banca March.

En materia de riesgos reputacionales

- Se ha actualizado el estudio de reputación de Banca March y la información referente a los riesgos reputacionales a los que Banca March está expuesta, con el objetivo de detectar nuevas amenazas potenciales y de anticipar su eventual impacto sobre la imagen de la entidad.

“Desde sus inicios, la continuidad de negocio ha sido un pilar fundamental para Banca March (...) Tras el esfuerzo realizado para implantar todos los recursos necesarios para garantizar la continuidad de negocio, Banca March ha querido someter su Plan de Continuidad de Negocio a una de las auditorías más estrictas que existen en el paradigma actual, la auditoría del estándar ISO 22301”.

Teresa Capella,
directora de la Unidad de Tecnología de la Información

Banca March considera que una gestión activa de la reputación es prioritaria para un adecuado control de los principales riesgos inherentes. Los principales indicadores de Banca March en la última medición realizada indican que dispone de una reputación fuerte, en especial entre empleados y clientes, muy por encima de la media de los competidores en todos los GI:

PRINCIPALES INDICADORES DE REPUTACIÓN EN BANCA MARCH Y EN LA MEDIA DE LA COMPETENCIA



Fuente: RepTrack®.

- Todos los profesionales de Banca March han recibido formación en materia de reputación y riesgos reputacionales.
- En coordinación con las diferentes áreas, ha implantado indicadores que permitan establecer indicadores clave y alertas tempranas, así como indicadores de apetito al riesgo.
- Realizado un análisis desde el punto de vista reputacional de los nuevos productos, proveedores esenciales y operaciones específicas.
- Aprobado un plan de concienciación y comunicación activa a la organización y empresas del Grupo.
- Creado un espacio exclusivo en la plataforma *Somos*, sobre reputación y riesgos reputacionales.
- Realizado un estudio de medición reputacional de las empresas del Grupo para ver su situación reputacional y posibles impactos en la reputación de Banca March.

Filiales

March RS

- Esta filial ha lanzado una campaña de cultura corporativa y divulgado entre empleados y clientes el Código Ético y de Conducta por el que se rige.

Inversis

- El Consejo de Administración es el órgano de Inversis responsable de aprobar las líneas maestras de actuación respecto a las políticas de riesgos y en relación con los exhaustivos procedimientos y mecanismos necesarios para identificar, medir, valorar, gestionar y controlar los riesgos proporcionados a la naturaleza, escala y complejidad inherentes al modelo de negocio y a las actividades de la entidad.
- El consejo ha constituido una Comisión Mixta de Auditoría y Riesgos que asume además las funciones correspondientes del Comité de Riesgos, apoyándose en la Unidad de Gestión de Riesgos. Esta le sirve de apoyo a efectos de cumplir con las funciones que tiene encomendadas: cerciorarse de que la cultura de riesgos sea transmitida adecuadamente en toda la entidad.

2.4.3. Gestión de la COVID-19 en 2021

La crisis económica y social provocada en 2020 por el virus SARS-CoV-2 ha fortalecido la filosofía de Banca March de Crecimiento Conjunto con clientes, empleados, accionistas y la sociedad en general.

Desde la primera alerta sobre el coronavirus, se fijó una doble prioridad: preservar la salud de todos los empleados y asegurar al mismo tiempo la continuidad del negocio.

El enfoque con que se ha acometido esta doble prioridad en un contexto de pandemia siempre complicado fue y sigue siendo el de la gestión por valores, donde la salud de los profesionales del Grupo, la comunicación y la solidaridad han desempeñado un papel nuclear.

La gestión de la crisis ha obtenido una valoración muy positiva entre los profesionales del Grupo y han mejorado incluso más los datos de las encuestas de clima laboral, en las que destacan el refuerzo del orgullo de pertenencia, la camaradería o la satisfacción en el trabajo.

CLAVES DEL ÉXITO

Estas son algunas de las claves del éxito de las iniciativas implantadas en Banca March para hacer frente a la pandemia:

Liderazgo e implicación de la dirección

Se crea un Comité *ad hoc* al más alto nivel que ha liderado el plan de crisis y de continuidad de negocio. Este comité, integrado por diez miembros, ha mantenido reuniones diarias hasta septiembre de 2021, en que pasaron a ser tres por semana, salvo casos excepcionales. El presidente, la vicepresidenta, el consejero delegado y el resto de los profesionales especializados que integran este órgano han tomado decisiones poniendo a las personas como prioridad. La implicación de la dirección y la preocupación real por los profesionales han calado en todos los niveles de la organización, según se refleja en todas las encuestas realizadas.

Comunicación clara de directrices y objetivos

Banca March ha trabajado para que los objetivos previamente definidos – una apuesta firme por la salud de los empleados y por la continuidad del negocio, sobre la base de la prudencia en las decisiones – se explicaran

adecuadamente y se demostraran en la práctica. En este sentido, fomentar una comunicación cercana y transparente, que ayudara a conocer todas las medidas implantadas para facilitar su cumplimiento, ha sido la principal muestra de integridad, de sintonía entre los mensajes que emite y las actuaciones que desarrolla.

Estabilidad y conciliación laboral

Lanzar un mensaje claro a favor de la estabilidad laboral ha sido crucial en la generación de compromiso entre todos los profesionales que trabajan en la entidad. Banca March apostó por mantener todos los puestos de trabajo, sin expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE) ni despidos. Para ello, invirtió en posibilitar el teletrabajo e instauró nuevas disposiciones de excedencias temporales. Además, se implantaron medidas especiales necesarias para conciliar la vida personal y la profesional, o para trabajar en buenas condiciones desde casa. Todas las medidas adoptadas (teletrabajo, nuevas ayudas, comunicación...) se han facilitado al conjunto de los empleados.

Salud como prioridad

Una de las decisiones que tomó Banca March en su momento fue la de disponer de un servicio médico interno, particularmente útil en el contexto de pandemia para proteger la salud de los empleados. La ayuda experta de epidemiólogos con que ha podido contar el Banco ha ayudado a tomar decisiones certeras.

Espacios virtuales de encuentro

La entidad ha implementado fórmulas para fomentar la cercanía, a pesar del trabajo a distancia. Cabe destacar la puesta en marcha de iniciativas que han permitido mantener a la alta dirección cerca de los equipos.

Rastreo de información útil

El Área de Recursos Humanos ha mantenido un contacto continuo con la plantilla y en especial con la red de oficinas, para conocer de primera mano situaciones complicadas y poder brindarles el apoyo necesario.

CERTIFICACIÓN AENOR POR PROTOCOLOS FRENTE A LA COVID-19

Banca March durante 2021 certificó con AENOR, por segundo año consecutivo, los protocolos frente a la COVID-19 en toda su red de oficinas y en los edificios de servicios centrales, garantizando así que se están aplicando medidas eficaces de forma continua.

La implantación de los diferentes protocolos, la adopción de nuevas herramientas para el teletrabajo y la evolución de nuevos desarrollos y operativas ha sido un trabajo conjunto de muchas áreas y unidades del banco, con el objetivo de proteger la salud de los empleados y sus familias, así como de preservar la continuidad de negocio.

“Habéis conseguido el certificado en un tiempo récord, siendo lógico porque lo habéis implantado en toda la organización desde el minuto cero de la pandemia, aun cuando no se sabía qué estaba ocurriendo a nivel mundial y porque hemos comprobado que las buenas prácticas están muy integradas en vuestro día a día. Con esta certificación evidenciáis vuestra preocupación por el bienestar de todo el equipo humano de Banca March, por dar un servicio seguro a los clientes y generar confianza a la sociedad para evitar la propagación del COVID. Y, por supuesto, vuestro esfuerzo suma para conseguir esa vuelta a la normalidad que tanto necesitamos”.

Soledad Seisdedos,
Dir. Territorial de Baleares de AENOR



“La obtención de este certificado de AENOR nos llena de satisfacción y pone de relieve lo acertado del modelo de gestión de personas de Banca March. Nuestro lema es el Crecimiento Conjunto de todos los GI: clientes, empleados, accionistas y la sociedad en general. (...) Buscamos impulsar un negocio rentable y sostenible, respetuoso con las personas y el entorno. Gracias a todas las medidas adoptadas en un tiempo record hemos podido hacer frente al mayor reto vivido por todos en los últimos años y hemos garantizado las que desde el primer momento fueron nuestras prioridades: preservar la salud de nuestros clientes y profesionales, y garantizar la continuidad de nuestra actividad comercial”.

Sonia Colino,
directora de Desarrollo, Comunicación y Marca de Banca March

2.4.4. Crisis internacional de Ucrania

En el contexto de la crisis internacional de Ucrania, la Unión Europea ha aprobado diversas sanciones que complementan a las adoptadas en 2014 por la anexión ilegal de Crimea.

Desde la Unidad de Prevención del Blanqueo de Capitales se han dictado las instrucciones pertinentes en la operativa con clientes, emisores, empresas y personas vinculadas al régimen ruso en relación con cada una de las sanciones.

Adicionalmente, se ha realizado un análisis y monitorización de la situación de todos los riesgos concedidos en ambos países y, hasta la fecha, con las valoraciones realizadas, no se observan indicios de posibles *defaults*, siendo la exposición global no significativa. Las transacciones que pudieran verse afectadas por el conflicto tampoco son significativas en el conjunto de la operativa habitual del Grupo.

03. FINANZAS SOSTENIBLES

El mundo ha entrado en un ciclo económico nuevo, enmarcado en la digitalización y en la tecnología, pero, sobre todo, orientado a garantizar el desarrollo sostenible. Si algo define el momento de profunda transformación actual es la decisión de la Unión Europea (UE) de reconstruir la economía tras la pandemia a través de estímulos económicos con un enfoque sostenible.

En esta línea, plenamente consciente de su gran capacidad de influencia en la sociedad y fiel a su filosofía de Crecimiento Conjunto con los GI, Grupo Banca March no se limita a practicar un uso sostenible de los recursos. Como entidad financiera, fomenta además la inversión en sectores donde la gestión ambiental eficiente es ya una realidad. De este modo, defiende un concepto de sostenibilidad que va más allá de la protección del medio ambiente y contribuye a impulsar el desarrollo económico sostenible a todos los niveles y con todos sus GI.

Al mismo tiempo, tiene la convicción de que la transformación en curso puede aprovecharse para explorar nuevas oportunidades de crecimiento y nuevas formas de invertir y de ahorrar de manera responsable. La sostenibilidad forma parte de la esencia de Banca March desde hace más de 90 años, ofreciendo un asesoramiento prudente y sostenible en el tiempo base de su filosofía de Crecimiento Conjunto con los GI.

En este envite, el Banco ha realizado una revisión profunda de su oferta para hacerla más coherente con un mundo más digital y sostenible, según establece su Plan Estratégico trienal 2020-2022 #Juntos en Acción 2022, que prevé la adopción de criterios ASG y su integración en el modelo de negocio. Durante el año 2021 se ha puesto en marcha la campaña de comunicación "Crecimiento y Sostenibilidad", con el objetivo de poner en valor la estrategia de Crecimiento Conjunto, a la par que el compromiso de Banca March con la sostenibilidad.

En el resto del capítulo se describen los productos ofertados por Banca March que integran una propuesta de valor añadido basada en criterios de sostenibilidad.



3.1. COINVERSIÓN: ALIANZAS PARA IMPULSAR EL IMPACTO

Los proyectos de Coinversión de Banca March tienen como objetivo invertir en la economía real (excepto Sicav institucionales), y se apalancan en el conocimiento y en la experiencia acumulada del Grupo. Esta estrategia fomenta la diversificación de la inversión financiera de sus clientes con perfil adecuado y con un enfoque de largo plazo.

Hasta la fecha, todos los proyectos finalizados no solo han recuperado el capital invertido, sino que han superado la rentabilidad esperada.

Coinversión en cifras en 2021

Número de proyectos. Banca March ha lanzado tres proyectos exclusivos: infraestructuras logísticas, financiación alternativa flexible a *pymes* españolas y, finalmente, financiación *senior* no bancaria a empresas españolas de tamaño medio.

Volumen agregado. Ha comercializado proyectos por importe de unos 120 millones de euros.

- Ha lanzado dos vehículos de inversión con Oquendo Capital, conformes a los requisitos de la directiva europea en inversiones alternativas y en los que

se lleva a cabo una medición de su contribución directa e indirecta a los ODS. Estas iniciativas contribuyen de manera directa al progreso en los ODS 8, 9, 12 y 17, y facilitan el diseño de planes de mejora en el ámbito ASG en las compañías que financian, además de ayudarlas al desarrollo y consecución de objetivos ASG concretos.

- Banca March realizó la cuarta de las inversiones en desarrollos logísticos, Murillo Alcalá, junto a Pavasal. Estos proyectos Murillo permiten dinamizar zonas necesitadas de actividad económica que contribuya a la generación de empleo y a la transición hacia un modelo de ciudad más sostenible.
- Atómico, con quien la entidad ha invertido en venture capital europeo, realiza un análisis profundo ASG y de diversidad en las compañías en las que invierte, así como de las emisiones de gases de efecto invernadero por empleado, tanto directas como indirectas.
- The Carlyle Group, uno de los aliados del Banco en capital riesgo europeo, realiza un estudio ex ante de los aspectos ASG que caracterizan a las compañías en las que invierte, de manera que puedan desarrollar un plan de mejoras cuantificables en el ámbito ASG y generen un impacto positivo en rentabilidad.
- Movhera, sociedad participada por March Hydroenergy Investment, produce

energía limpia y sostenible mediante sus seis activos de generación de energía hidroeléctrica. Esta inversión en infraestructuras sostenibles ha permitido evitar la emisión de 1,4 millones de toneladas de CO₂eq.

- Tikehau Capital, socio inversor y promotor de una iniciativa pionera de *private equity*, ha acompañado a Banca March a la hora de invertir, a través de la estrategia T2 Energy Transition, en el capital de nueve compañías europeas no cotizadas. Cada una de ellas contribuye a la transición energética a través de proyectos de movilidad de bajas emisiones, eficiencia energética o dentro de la cadena de valor de las energías renovables.

3.2 NUEVAS SOLUCIONES EN GESTIÓN DE CARTERAS

Los servicios de gestión de carteras (GDC), que en Banca March se caracterizan por su valor añadido único en el mercado, se pusieron en marcha en 2018 con el objetivo de poner a disposición de los clientes una selección de productos de arquitectura abierta que se gestionan de manera activa para la obtención de retornos en cualquier contexto de mercado.

En los últimos años, la entidad ha lanzado soluciones innovadoras y alternativas de inversión que conjugan sostenibilidad y rentabilidad y la mantienen a la vanguardia en la innovación de productos de banca privada.

Se trata de la oferta más completa del sector, ya que cubre todos los perfiles de ahorradores, del más conservador al más sofisticado: coinversión, gestión de carteras de valor añadido, fondos alternativos, fondos de fondos de *private equity* (March PE), inversión sostenible y de impacto, fondos temáticos (March AM) y productos de ahorro a largo plazo especiales para clientes de Banca Privada y Banca Patrimonial, como los *unit linked* desarrollados por March Vida.

- **Megatendencias.**

La entidad cuenta con un servicio de GDC y de fondos delegados caracterizados por su valor añadido, único en el mercado. En 2021 ha destacado el dinamismo de la estrategia de inversión *Next Generation*, basada en megatendencias globales (revolución 4.0, sostenibilidad y medio ambiente, y demografía y estilo de vida). Se ofrece más adelante información adicional sobre este producto.

- **Inversión de impacto y socialmente responsable (ISR).**

Destaca en este segmento Amundi CPR Banca March Impact Fund, que monitoriza el efecto de las inversiones sobre los ODS y, además de considerar criterios de rentabilidad y riesgo, añade un tercer vector: el impacto esperado de la inversión en el medioambiente y en la sociedad.

- Por su parte, **JSS Sustainable Equity-SDG Opportunities** incorpora a sus criterios de selección de cartera un **riguroso análisis de sostenibilidad** de las compañías en las que invierte. Su objetivo es invertir en compañías que contribuyan de manera positiva al cumplimiento de los ODS, como la eliminación de la pobreza, la lucha contra el cambio climático, la educación, la igualdad de género, la defensa del medioambiente o el diseño de ciudades sostenibles, entre otros.

- **Renta fija.**

Robeco Climate Global Bonds, comercializado en exclusiva por Banca March, invierte en bonos de gobiernos y corporativos con baja intensidad de emisiones de carbono y que estén descarbonizando a una tasa interanual del 7%.

- **Bonos verdes.**

March Green Transition Bond Fund invierte en bonos verdes, deuda de compañías con sendas creíbles de descarbonización y deuda de países que se encuentren en proceso de transformación y hayan implementado un modelo de crecimiento económico sostenible.

El patrimonio gestionado en GDC aumentó un 48% en 2021, hasta alcanzar 1.872 millones de euros. De igual modo, la cifra de clientes que contrataron este servicio creció un 50% respecto al ejercicio anterior, alcanzando prácticamente los 6.000 contratos.

Estos datos ponen de relieve la confianza que depositan los ahorradores en Banca March a la hora de buscar rentabilizar sus inversiones, en un contexto muy complejo para los mercados financieros.

La cifra conjunta del volumen en GDC más el de los fondos que gestionan los socios de la entidad bajo su dirección estratégica, se elevó a un total de 2.780 millones de euros, lo que supuso un crecimiento en el año del 74%, en productos que integran propuestas de ISR y de impacto y estrategias alternativas.

Como se ha mencionado anteriormente, destaca este año el dinamismo de la estrategia *Next Generation*, basada en megatendencias globales relacionadas con el cambio económico y social global, que ha elevado sus activos gestionados un 67% hasta diciembre de 2021, con un patrimonio de 642 millones de euros. Este servicio está dirigido a clientes de perfil decidido, ya que invierte el 100% en fondos de renta variable, con una cartera basada en la diversificación y fundamentada en los principios de prudencia, largo plazo y Crecimiento Conjunto con clientes, empleados y accionistas que integran la filosofía de la entidad. Además, los clientes pueden acceder a esta propuesta de valor a través del fondo de fondos March Next Generation FI, una estrategia sobre megatendencias con una inversión mínima de una participación.

La inversión en activos alternativos, que se incorporó en 2019 a través de sendas alianzas con K2 Advisors-Franklin Templeton (GDC) y Banque Syz (fondo de fondos), continuó con una evolución muy positiva: a cierre de 2021 los activos gestionados subían un 163 % respecto al ejercicio anterior y acumulaban 425 millones de euros bajo gestión. Estas propuestas se han visto ampliadas con el fondo de fondos March Alternative Strategies, lanzado desde March AM en coordinación con Banca March, bajo el acuerdo de asesoramiento en estrategias alternativas con K2 Advisors-Franklin Templeton. Este fondo permite a los inversores conservadores acceder a una cartera diversificada de vehículos especializados en estrategias Long Short Equity, Global Macro, Credit/Relative Value y Event Driven. A finales de diciembre, este instrumento ya acumulaba activos por importe de 147 millones de euros.

La oferta de inversiones alternativas se ha visto reforzada este año por el lanzamiento de Dynamic Alternative Strategies, un fondo de estrategias alternativas diseñado en colaboración con Dynamic Beta Investments (DBI) que replica el comportamiento de una cesta de *hedge funds*, mediante la combinación de los 50 mayores fondos en las estrategias Event Driven, Equity Hedge y Relative Value y 20 CTA (fondos Global Macro sistemáticos).

Las modalidades de ISR y de Impacto, que ofrece la entidad de la mano de gestoras internacionales como Amundi-CPR, también tuvieron una excelente acogida tras su arranque a finales de 2020, con un patrimonio gestionado que creció en el año un 240%, hasta alcanzar los 225 millones de euros. La cifra incluye las últimas incorporaciones a este Grupo: el fondo de renta fija Robeco Global Climate Bonds, que invierte con el objetivo de reducir la huella de carbono en los emisores que forman parte de su cartera y que suma ya 45 millones de euros, y March Green Transition Bond, con un patrimonio a cierre de 2021 de 20,5 millones de euros.

3.3 MARCH PE GLOBAL I

Se trata de un fondo de fondos de capital riesgo internacionales que March PE gestiona desde el año 2020. Este producto ofrece a los clientes oportunidades de inversión alternativa que maximicen el retorno de su cartera en términos de riesgo/rentabilidad, mediante la estrategia de Coinversión característica de Grupo Banca March. La duración de March PE Global I es de diez años.

Los vehículos de este fondo están regulados bajo la legislación española, y están inscritos en la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

March PE Global I cuenta con nueve fondos en cartera, caracterizados por una diversificación a todos los niveles:

- Al menos un 65% de la cartera la componen fondos primarios, que se complementan con la inversión en estrategias de fondos secundarios y con Coinversiones (de forma directa o indirecta) de hasta un 35%.
- Aplican estrategias *buy-out* y minoría de *growth* con niveles de apalancamiento poco agresivos, y minoritariamente en capital riesgo.
- Al menos el 80% de los fondos se ubican geográficamente en EE UU y Europa, mercados donde el capital riesgo se encuentra más consolidado.
- La gestora de capital riesgo, encargada de seleccionar los proyectos, pone el foco en sociedades gestoras internacionales a las que puede aportar su visión, siempre que compartan los principios de prudencia, compromiso, creación de valor y preservación del patrimonio. March PE ha llevado a cabo un riguroso estudio de las políticas ASG en relación con las decisiones de inversión del fondo Global I, de modo que estén en línea con la filosofía del Grupo.

Los clientes de Banca March han podido acceder a March PE Global I con una cuantía que les permite invertir en un activo restringido y minimizar además los riesgos inherentes a la inversión directa en un activo concreto.

3.4 SOLUCIONES DE FINANCIACIÓN DE ACTIVOS

En línea con los ambiciosos objetivos marcados por la Unión Europea en materia de clima y energía, Banca March trabaja de forma activa para promover alternativas de inversión que impulsen la instalación de mayor capacidad de energía renovable en España y en el resto de Europa.

Junto con Kobus Partners, gestora especializada en la gestión de proyectos de energías limpias, han lanzado en 2021 el primer fondo español de deuda en proyectos fotovoltaicos y eólicos en España, Portugal y resto de la Unión Europea. El fondo cuenta con la garantía crediticia del Fondo Europeo de Inversiones (FEI), al estar alineado con sus directrices estratégicas en materia de energía verde.

En una primera fase, el fondo movilizará una capacidad de inversión de 57 millones de euros, que podrán ampliarse más adelante a un total de 200 millones.

En cuanto al tipo de financiación que concede el fondo, se trata de deuda *unitranche*, un tipo de deuda que permite financiar hasta el 90% de los costes de construcción a un coste ligeramente superior a las deudas tradicionales de la banca; no exige, además, la contratación de coberturas de precios de la energía (o PPA) y permite su refinanciación a partir del tercer año.

Los destinatarios del fondo son proyectos *ready-to-build* que promuevan empresas desarrolladoras de no más de 250 empleados. Por tanto, esta financiación innovadora dinamizará proyectos medianos en España, Portugal y Europa.

Según el Ministerio de Transición Ecológica (MITECO), la inversión prevista en energías renovables en España superará los 92.000 millones de euros entre 2021 y 2030, tanto para instalar nueva potencia como para repotenciar la capacidad existente. Este impulso ayudará a ganar músculo competitivo a la industria nacional, principal demandante de nueva energía limpia.

Se prevé, además, un aumento sostenido de la demanda eléctrica debido a la previsión de electrificación de gran parte de la economía, resultado de la apuesta por la descarbonización.

Algunos de los factores que favorecerán dicho aumento en las próximas décadas serán:

- El incremento del parque de vehículos eléctricos.
- La electrificación del transporte ligero, de la calefacción y de distintas aplicaciones industriales.
- La producción de hidrógeno verde.

3.5 FINANCIACIÓN A FONDOS PARA CAPITAL RIESGO

Las entidades de capital riesgo (en adelante, ECR) invierten de manera creciente en empresas no cotizadas y en proyectos que sigan modelos sostenibles y verdes. En este contexto en 2021, la Unidad de Grandes Empresas de Banca March ha sido muy activa tanto en financiar el capital comprometido y no desembolsado por los inversores de ECR, como en financiar llamadas de capital.

Adicionalmente, el servicio que prestan a las sociedades gestoras de ECR es holístico, pues cubre las necesidades y demandas globales de este segmento de clientes:

- Provee financiación a los socios del capital comprometido y no desembolsado en los fondos bajo gestión, así como asesoramiento patrimonial desde el Área de Banca Privada y Banca Patrimonial de Banca March.
- Ofrece servicios de depositaria, a través de Inversis, a las ECR domiciliadas en España. Se encuentran en desarrollo los servicios de depositaria para vehículos domiciliados en Luxemburgo a través de la oficina de la entidad en Luxemburgo.

- Facilita asesoramiento a sociedades participadas por ECR:
 - Financiación estructurada, asegurando, estructurando, liderando y participando en financiación sindicada asociada a las adquisiciones.
 - Solución de financiación de activos.
 - Equity Capital Markets (eventos de liquidez en participadas).
 - Debt Capital Markets (pagarés y bonos en participadas).
 - Colaboración en fusiones y adquisiciones.
- Seguros especializados y DD de seguros a través de March RS, entre otros servicios.

Desde Banca March se han materializado operaciones de financiación de llamadas de capital, a ECR de impacto, fondos de energía y fondos de capital-expansión que invierten bajo criterios de sostenibilidad. Complementariamente, se ha participado en operaciones de financiación estructurada sostenible, asociada a inversiones de clientes ECR.

3.6 COMPROMISO CON LA FINANCIACIÓN SOSTENIBLE

Con la formalización en 2021 de operaciones de financiación sostenible por un importe total de 121,89 millones de euros, se ha afianzado su compromiso como uno de los principales impulsores de la financiación verde en España.

Banca March ocupa la primera posición en el mercado español de corto plazo, al participar en un total de 43 programas de emisores españoles, tanto en el Mercado Alternativo de Renta Fija (MARF) como en la Bolsa de Irlanda.

En la mayoría de los casos, Banca March ha ejercido las tres funciones propias del mercado de pagarés: la de asesor registrado o *arranger*, la de banco agente y la de banco colocador o *dealer*.

“La financiación sostenible es una tendencia imparable que está integrada al 100% en el modelo de negocio de Banca March”.

José Manuel Arcenegui,
director general de
Banca March y responsable de
Banca Corporativa

3.7 EL EJEMPLO DE LA GESTORA MARCH AM

A principios de 2021, comenzaron las primeras fases del Proyecto de Sostenibilidad de March AM, en el que se apoya el desarrollo futuro de la firma en lo que a sostenibilidad se refiere. El año estuvo marcado por numerosos retos y oportunidades para la integración de los factores ASG en March AM, centrada en conseguir retornos sostenibles para sus clientes, a largo plazo.

Un marco para la toma de decisiones

March AM ha aprobado en 2021 los instrumentos claves para configurar un marco de gobierno sólido en materia ASG:

- Estrategia sostenible, que tiene como objetivos incluir en el análisis y en el proceso de toma de decisiones de inversión aspectos ASG, aumentar la implicación de la gestora en las compañías en las que invierte (*proxy voting*) y dialogar con ellas de forma abierta (*engagement*).
- Órgano de gobernanza de los aspectos ASG en March AM, que cuenta con un responsable de Inversión Socialmente Responsable (ISR) y ha implicado la constitución de un Comité de Sostenibilidad y un Comité de inversiones ISR.

- La política general de ASG, guiada por los Principios de Inversión Responsable de Naciones Unidas (UNPRI), que articula la incorporación de criterios ASG en el análisis de inversión y procesos de toma de decisiones y en la política de inversión corporativa, así como el ejercicio de la propiedad activa e incorporación de criterios ASG en las prácticas y políticas de propiedad.
- La política de inversión sostenible y responsable, que establece las directrices para el análisis de riesgos ASG y las decisiones de exclusión.
- La política de implicación, que recoge los principios generales de actuación que deberá seguir March AM en materia de implicación sobre sus productos de inversión.
- La política de exclusiones, que ayuda a la entidad a gestionar los riesgos ASG y los riesgos de cola, clave para obtener retornos a largo plazo.

Medios para el desarrollo de la estrategia de sostenibilidad de March AM

Con el fin de afrontar los objetivos marcados en la estrategia de sostenibilidad de March AM, la gestora ha desarrollado una serie de acuerdos con proveedores de datos, análisis y procesos ASG de primer nivel.

Los datos proporcionados por los proveedores y la gestión de los mismos han permitido al departamento de control de riesgos de March AM desarrollar una herramienta interna que desarrolla un rating propio ASG. Este instrumento facilita el análisis extra-financiero necesario, integrando en una sola herramienta el rating, el análisis de controversias, el análisis de gobernanza, el análisis de exclusiones, el análisis basado en normas y el análisis *look through* de carteras. En un futuro próximo, la herramienta integrará también Taxonomía y PIAS, tanto del universo invertible de March AM como a nivel particular de cada producto de la gestora.

De forma adicional, el rating ASG propio posibilita el análisis ASG ex ante a la toma de decisiones de inversión y su control por parte del departamento de control y desarrollo normativo de March AM. Se garantiza así el cumplimiento de las obligaciones legales de March AM, según el Reglamento SFDR.

Conversión de productos de Art.6 a Art.8, según SFDR

Los resultados de la estrategia ASG, la gobernanza y las políticas de March AM han permitido a la gestora cumplir con la normativa SFDR desde el 10 de marzo de 2021 y cerrar el año con los siguientes datos de conversión de productos de Art. 6 a Art. 8, de modo que cumplen ya con la inclusión de criterios ASG según el Reglamento SFDR:

- A cierre de 2021, un 16,3% de los activos bajo gestión de March AM cumplen ya con el Art. 8, según el Reglamento SFDR.

Estos productos son:

- Fondos perfilados.
- March cartera defensiva.
- March cartera conservadora.
- March cartera moderada.
- March cartera decidida.
- March International Mediterranean.
- March International Iberia.
- Green Transition Bond.

3.8 INICIATIVAS DE INVERSIÓN EN 2021

El Consejo de Administración de Inversis acordó en su sesión de 21 de julio de 2021 una política de gestión de riesgos no financieros, entre otros los derivados del cambio climático, factores medioambientales y ASG.

Esta política tiene como objetivo dotar a la entidad financiera de un marco general que permita incorporar factores de sostenibilidad (ASG), entre ellos la gestión de los riesgos derivados del cambio climático, en la toma de decisiones.

Se trata de minimizar las exposiciones que pudieran incidir negativamente en materias de ASG, en aras de una mejora en la gestión de los riesgos reputacionales, así como una mejora del cumplimiento normativo y de los objetivos de negocio.

Inversis ha incorporado así a su estrategia, modelo de negocio y Marco de Apetito al Riesgo (MAR) las potenciales amenazas derivadas del cambio climático y del deterioro medioambiental que, aun sin ser materiales a corto plazo, pudieran en su caso serlo a largo plazo.

Esta filosofía se concreta en las siguientes propuestas y actuaciones:

• Entorno de negocio.

Inversis tiene previsto incorporar el impacto de los riesgos climáticos y medioambientales sobre el entorno en horizontes temporales a medio y largo plazo dentro de los planes estratégicos.

Indicadores clave de desempeño (KPI) e indicadores clave de riesgo (KRI), relacionados con los riesgos climáticos, medioambientales y sociales que sean materiales en las estrategias de negocio.

Análisis de escenarios y ejercicios de estrés, con el objeto de evaluar la sostenibilidad y la resiliencia de sus modelos negocio y estrategias a medio y a largo plazo.

• MAR.

Inversis incorpora de manera explícita, atendiendo a su materialidad y a las propias características de su negocio, los riesgos ASG. Se dispone de una descripción de estos riesgos y de su potencial impacto a medio y a largo plazo. También se ha calculado el nivel de tolerancia de la entidad respecto a estos riesgos.

Dentro de la declaración de apetito al riesgo destaca la importancia de determinados indicadores clave de desempeño (KPI) e indicadores clave de riesgo (KRI): son los que integran, entre otros riesgos no financieros, los indicadores relacionados con riesgos

derivados del cambio climático, factores medioambientales y aspectos ASG.

Entre los indicadores anteriores se encuentran los relativos al seguimiento con la herramienta Clarity de los criterios ASG con respecto a la cartera de la inversión de la liquidez (Cartera ALCO). A cierre de diciembre de 2021, la cartera ALCO invertida ascendía a un importe de 553,5 millones de euros.

La cartera ALCO ayuda a gestionar riesgos estructurales del balance (liquidez y tipo de interés) y contribuye a la estabilidad en la generación de resultados.

Asimismo, con la herramienta Clarity se realiza un seguimiento del perfil ASG de los activos colaterales aportados en garantía relacionados con la cartera crediticia (créditos con pignoración de valores).

3.9 ADAPTACIÓN A LA TAXONOMÍA EUROPEA

En el marco de las iniciativas en materia de sostenibilidad de la Unión Europea, en 2020 se publicó el Reglamento (UE) 2020/852 relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles, conocido como Reglamento de Taxonomía.

Este Reglamento, que posteriormente ha sido complementado por normativa

adicional, requiere a las empresas obligadas a publicar información no financiera por la Directiva 2013/34/UE incluir información sobre cómo y en qué medida sus actividades se consideran medioambientalmente sostenibles de acuerdo con los criterios técnicos establecidos a tal objeto por la propia normativa.

En el caso de las entidades financieras, este requerimiento se materializa en la publicación de una serie de ratios e indicadores que detallan, de acuerdo con unas plantillas y una metodología definidas, en qué medida distintos activos y partidas contribuyen a los objetivos de sostenibilidad de la Unión Europea de acuerdo con los criterios técnicos de la Taxonomía.

Los ratios se calculan tomando como denominador la cifra de activos totales, que se compone principalmente de todos aquellos bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por el Grupo, resultantes de sucesos pasados, de los que es probable que el Grupo obtenga beneficios económicos en el futuro. Incluye, entre otros, toda la actividad crediticia del Grupo; sus inversiones en valores representativos de deuda, instrumentos de patrimonio y derivados; el efectivo mantenido en bancos centrales; así como elementos de inmovilizado material e intangible, activos por impuestos, periodificaciones y otros saldos pendientes de cobro.

Información contextual en apoyo de los indicadores cuantitativos, incluido el ámbito de los activos y las actividades que cubren los indicadores clave de resultados, información sobre fuentes de datos y limitaciones (Anexo REGLAMENTO DELEGADO (UE) 2021/2178)

De acuerdo con el entendimiento de la normativa aplicable y al mejor esfuerzo posible, Banca March ha llevado a cabo los desarrollos oportunos para dar respuesta a los requerimientos de divulgación de la Taxonomía, materializados en los ratios e información exigidos por el Reglamento y que se enumeran a continuación:

- Proporción de activos asociados con actividades económicas elegibles y no elegibles según la Taxonomía.
- Proporción en los activos totales de exposiciones a administraciones centrales, bancos centrales y emisores supranacionales.
- Proporción en los activos totales de derivados.
- Proporción en los activos totales de exposiciones a entidades no sujetas a la obligación de publicar información no financiera de conformidad con la Directiva 2013/34/UE.
- Proporción en los activos totales de exposiciones de la cartera de negociación y de préstamos interbancarios a la vista.

De acuerdo con lo previsto en la normativa, se han excluido determinadas exposiciones del cálculo del ratio principal de exposiciones elegibles:

- Exposiciones frente a Bancos Centrales.
- Exposiciones asociadas con emisores soberanos.
- Cartera de negociación.

La normativa prevé además que algunas exposiciones no puedan ser consideradas en ningún caso alineadas con la Taxonomía, de lo que se interpreta que no podrán ser consideradas tampoco elegibles. Por esto, dichas exposiciones han sido eliminadas del numerador del ratio de elegibilidad de Banca March de la proporción de activos elegibles y no elegibles:

- Derivados.
- Préstamos interbancarios a la vista.
- Efectivo y otros activos vinculados a efectivo.
- Otros activos.

Cabe destacar que, en virtud de los criterios técnicos asociados al Reglamento de Taxonomía, el concepto de “elegibilidad” se asocia principalmente a la descripción de una serie de actividades económicas

que, en cumplimiento de dichos criterios, se considera que contribuyen a dos de los objetivos medioambientales de la Unión Europea, la mitigación y la adaptación al cambio climático.

Así, el análisis realizado por Banca March para la determinación de la elegibilidad se basa principalmente en la propia información interna disponible de los clientes, contrapartes e inversiones subyacentes, y en todo caso será objeto de desarrollo futuro conforme a la evolución de la información disponible.

Debido a las limitaciones existentes en materia de información no financiera, Banca March ha llevado a cabo un ejercicio de mejor esfuerzo posible con objeto de determinar, en base a la información interna y el mejor entendimiento de la Taxonomía, en qué medida los activos se asocian con actividades elegibles mediante la metodología previamente descrita.

Ratios de Taxonomía

A continuación, se recogen los resultados obtenidos para cada uno de los ratios exigidos:

En miles de euros			
	RATIO	%	NUMERADOR DENOMINADOR
(a)	Proporción de activos elegibles	18,5%	2.749.922 14.903.331
	Proporción de activos no elegibles	81,5%	12.153.409 14.903.331
(b)	Exposición a administraciones centrales, bancos centrales y emisores supranacionales	28,7%	5.370.094 18.679.455
(c)	Exposición a derivados	14%	252.807 18.679.455
(d)	Exposición a empresas no obligadas a presentar Información no financiera según la Directiva 2013/34/UE	18,1%	3.375.463 18.679.455
(e)	Cartera de negociación y préstamos interbancarios	7,6%	1.417.009 18.679.455

NOTAS

(a) Proporción en sus activos totales de exposiciones a actividades económicas elegibles y no elegibles según la Taxonomía.

Dentro de la inversión que Banca March concede a sus clientes, se encuentran operaciones de financiación concedidas con garantías inmobiliarias a hogares y sociedades, así como operaciones de financiación concedidas a sociedades bien con otro tipo de garantías reales distintas de bienes inmuebles y/o personales.

Para el cálculo del ratio de elegibilidad se ha tenido en cuenta:

En el numerador:

- A. Cartera de inversión a empresas con finalidades económicas definidas como elegibles (630.524 miles de euros) en función de su actividad económica en base a los CNAE de los registros internos.
- B. Cartera de hipotecas del banco (2.119.398 miles de euros).

Contexto, activos y actividades que cubren los indicadores clave de resultados, fuentes de datos y limitaciones.

Se ha realizado el análisis de la cartera según los códigos de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) de los registros internos de la entidad. La cartera de inversiones comprende los préstamos y créditos facilitados por Banca March. Las inversiones en activos cotizados en mercados oficiales no son relevantes debido a que esta actividad inversora se realiza principalmente a través de Corporación Financiera Alba (CFA) que no consolida información en el perímetro del Grupo al tener la condición de empresa asociada.

En el denominador Activos Totales (18.679.455 miles de euros) minorado por los saldos de "Efectivo, saldos en efectivo en Bancos Centrales y otros depósitos a la vista" (3.536.531 miles de euros) y de "Activos financieros mantenidos para negociar" (239.593 miles de euros).

Para determinar la elegibilidad, se ha utilizado la información sobre actividades económicas de los clientes en función de la CNAE. Estas clasificaciones locales por actividad tienen una equivalencia a la Nomenclatura Estadística de Actividades Económicas de la Comunidad Europea (NACE). Asimismo, se dispone de esta información en los sistemas informacionales y es utilizada para evaluar las actividades económicas concretas de

los clientes, tanto en la gestión interna (originación, evaluación de riesgos) como en el ámbito regulatorio (FINREP).

Adicionalmente, se consideran como elegibles todos los préstamos garantizados por bienes inmuebles, dado que estos pueden estar potencialmente alineados con la Taxonomía.

Dada la naturaleza de la composición de las inversiones en cartera de renta fija y variable, principalmente deuda soberana, no se ha incluido ningún activo como elegible en el denominador del ratio.

(b) Exposiciones a Administraciones Centrales, Bancos Centrales y emisores supranacionales

Las distintas sociedades del Grupo mantienen inversiones en productos de renta fija de Administraciones Centrales que se registran en sus correspondientes balances. Adicionalmente, mantienen saldos con Bancos Centrales para su operativa y gestión de liquidez diaria. Asimismo, no mantienen posiciones con emisores supranacionales.

Para el cálculo del ratio se ha tenido en cuenta:

En el numerador,

- A. Exposiciones a Administraciones Centrales (2.071.594 miles de euros).
- B. Exposiciones a Bancos Centrales (3.298.500 miles de euros).

En el denominador, Activos Totales sin ninguna deducción (18.679.455 miles de euros).

(c) Exposiciones a derivados

Según la Norma 19 de la Sección segunda de la Circular 4/2017 de Banco de España, un derivado es un instrumento financiero que cumple las siguientes condiciones:

- Su valor cambia como respuesta a los cambios en variables, «subyacentes», tales como los tipos de interés, los precios de instrumentos financieros y materias primas cotizadas, los tipos de cambio, las calificaciones crediticias y los índices sobre ellos, siempre que cuando se trate de variables no financieras no sean específicas para una de las partes del contrato.
- No requiere una inversión inicial, o esta es muy pequeña en relación con otros instrumentos financieros con respuesta similar a los cambios en las condiciones de mercado.

- Se liquida en una fecha futura.

Para el cálculo del ratio se ha tenido en cuenta:

En el numerador,

- A. Exposiciones a derivados de negociación (231.733 miles de euros).
- B. Exposiciones a derivados de cobertura (21.074 miles de euros).

En el denominador, Activos Totales sin ninguna deducción (18.679.455 miles de euros).

(d) Exposiciones a empresas que no están obligadas a publicar información no financiera de conformidad con el artículo 19 bis o 29 bis de la Directiva 2013/34/UE

El Grupo Banca March ha considerado como entidad no sujeta a reportar información no financiera a aquellas contrapartes dentro de la categoría de “sociedades no financieras” que, según su tamaño, se consideran “pymes” a efectos de reporting regulatorio nacional, ya que es la información disponible en sus sistemas.

Las sociedades no financieras se clasifican, según su tamaño, en “grandes empresas” y “pymes” (que incluyen a las “microempresas”, “pequeñas empresas” y “medianas empresas”) conforme a las definiciones de la Recomendación 2003/361/CE de la Comisión, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de “microempresas”, “pequeñas empresas” y “medianas empresas”.

Para el cálculo del ratio se ha tenido en cuenta:

En el numerador,

- A. Exposiciones a sociedades no financieras – microempresas (2.185.675 miles de euros).
- B. Exposiciones a sociedades no financieras – pequeñas empresas (680.444 miles de euros).
- C. Exposiciones a sociedades no financieras – medianas empresas (385.756 miles de euros).
- D. Exposiciones a sociedades no financieras – empresarios individuales (123.588 miles de euros).

En el denominador, Activos Totales sin ninguna deducción (18.679.455 miles de euros).

(e) Cartera de negociación y de préstamos interbancarios

La Circular 4/2017 de Banco de España define como cartera de negociación aquellos activos financieros cuyo modelo de negocio tiene como objetivo generar beneficios a través la realización de compras y ventas o generar resultados en el corto plazo. En esta cartera pueden registrarse valores representativos de deuda, instrumentos de patrimonio y/o instrumentos derivados.

Como préstamo interbancario se entiende todas aquellas posiciones de activo mantenidas con otras entidades financieras y que se registran separadamente en una rúbrica del balance.

Para el cálculo del ratio se ha tenido en cuenta:

En el numerador,

- A. Cartera de negociación (239.593 miles de euros).
- B. Préstamos interbancarios (1.177.412 miles de euros).

En el denominador, Activos Totales sin ninguna deducción (18.679.455 miles de euros).

Naturaleza y los objetivos de las actividades económicas que se ajustan a la taxonomía y de la evolución de las actividades económicas que se ajustan a la taxonomía a lo largo del tiempo, empezando en el segundo año de aplicación, y distinguiendo entre elementos relacionados con el negocio y elementos metodológicos y relativos a los datos (Anexo REGLAMENTO DELEGADO (UE) 2021/2178)

Banca March quiere mejorar la comprensión y el análisis de los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático, incluidos los efectos en los recursos naturales y el tejido socioeconómico local, regional y nacional. Esta información es indispensable para facilitar un proceso de toma de decisiones informadas sobre la dedicación de recursos para la mitigación y adaptación al cambio climático, así como para diseñar las estrategias y políticas para una transición justa. El tejido socioeconómico local, en lo relativo a los riesgos relacionados al cambio climático, puede verse perjudicado durante la necesaria transición a una economía con menos emisiones de carbono. En próximos EINF se detallará la metodología a implementar siguiendo las mejores prácticas del sector financiero.

Estrategia, procesos de diseño de productos y relación con los clientes y las contrapartes (Anexo REGLAMENTO DELEGADO (UE) 2021/2178).

Banca March se encuentra inmersa en un proceso de diálogo con sus GI para recabar información no financiera y medir su capacidad de impacto en la consecución de los objetivos sociales, medioambientales y de gobierno corporativo que plantea la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

Fieles a su filosofía de Crecimiento Conjunto con clientes, empleados, accionistas y la sociedad en general, establecen alianzas con los actores sociales más relevantes en el ámbito de la sostenibilidad y las finanzas sostenibles, entre ellos universidades, escuelas de negocios y consultores estratégicos para desarrollar metodologías relacionadas con los requerimientos ASG que den respuesta a la nueva estrategia de finanzas sostenibles de la Comisión Europea.

Banca March está asimismo desarrollando un conjunto de iniciativas destinadas a hacer frente a los retos ambientales, al mismo tiempo que incentivan la inversión en productos sostenibles y la inclusión de las pymes en la transición hacia una economía sostenible.

En esta línea Banca Marcha trabaja para desarrollar:

- Herramientas y políticas para contribuir a la transición hacia una economía sostenible y alcanzar los objetivos ASG.
- La inclusión de pymes, consumidores, ahorradores e inversores minoristas en las finanzas sostenibles.

Estrategias y el peso de la financiación de actividades económicas que se ajusten a la taxonomía en su actividad total

(Anexo REGLAMENTO DELEGADO (UE) 2021/2178).

En los siguientes EINF, Banca March detallará su política de apetito de riesgo de transición y de adaptación, así como la huella de carbono de sus carteras.

Huella de carbono y el Green Asset Ratio (GAR)

En 2022 Banca March calculará la huella de carbono y Green Asset Ratio (GAR) de la cartera de préstamos para abordar el cumplimiento de los test de estrés climáticos. Se trata de evaluar la exposición a actividades que por estrés al cambio climático podrían entrar en *default*.

La política de riesgos ASG pretende responder, en la actualidad, a las siguientes preguntas:

- **Mitigación.** ¿Cómo va a mitigar el cambio climático la cartera? ¿Cómo y cuánto va a reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) la cartera? (Por ejemplo, financiando procesos innovadores en el transporte de mercancías o la producción de cemento que puedan realizarse de forma más sostenible y con menos emisiones).
- **Adaptación.** ¿Cómo se va a adaptar al cambio climático la cartera? ¿En qué medida está preparada ante inundaciones, grandes incendios, olas de calor, sequía? ¿Ha mejorado la cobertura de los seguros para proteger de los desastres naturales? ¿Financia la

construcción de nuevas infraestructuras para el mejor transporte y uso del agua?

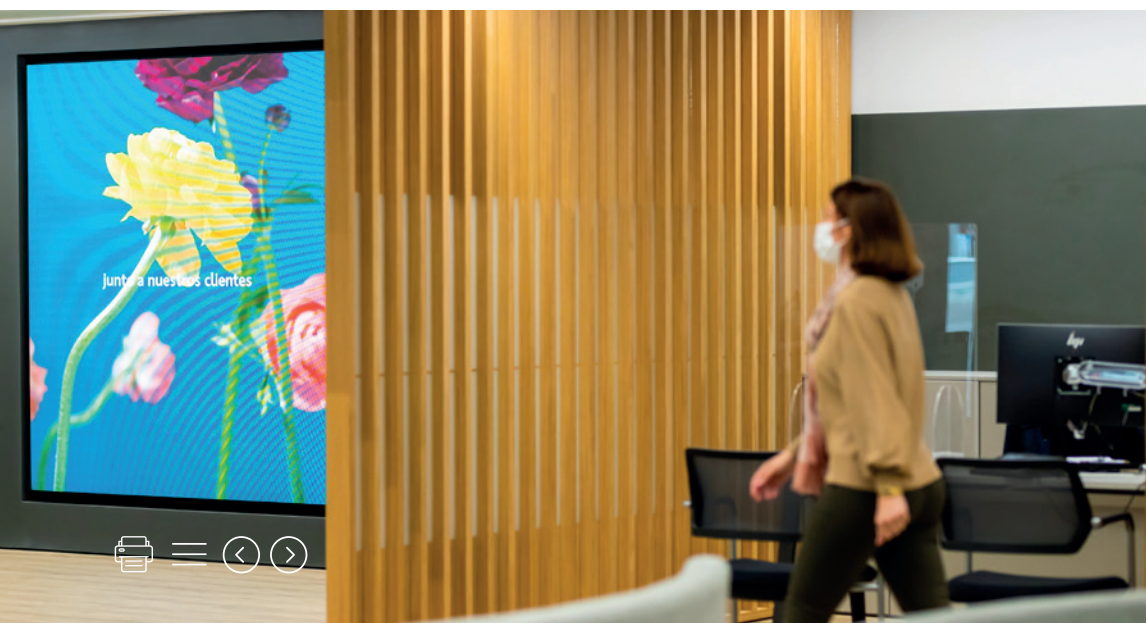
En relación con las actividades que tienen incidencia en alguno o varios de los seis objetivos del Reglamento de Taxonomía, es preciso distinguir entre:

• **Actividades elegibles**

- Transición. No existe una alternativa ni tecnológica ni económicamente viable de bajas emisiones de carbono y contribuyen de forma sustancial a la mitigación del cambio climático al contar con un plan para limitar el aumento de la temperatura.
- Facilitadoras (*enabling*). Permiten directamente a otras realizar una contribución sustancial al medioambiente.
- Sostenibles “per se” o bajas en carbono. Tienen bajas emisiones de GEI “en un sentido absoluto”.

• **Actividades alineadas**

- Si cumplen las condiciones para contribuir sustancialmente a uno de los seis objetivos sostenibles.
- No hace daño significativo a los cinco objetivos restantes (Do Not Significant Harm-DNSH).



En 2022 Banca March prevé elaborar un índice de predisposición a la vulnerabilidad frente a los riesgos físicos y de transición. Hasta la fecha, el enfoque frente a los riesgos relacionados con el clima y medioambientales de Banca March se había abordado predominantemente desde el punto de vista de la Responsabilidad Social Corporativa. Desde 2021 se está desarrollando un enfoque integral de gestión del riesgo, que incluye procedimientos y mecanismos de gobierno corporativo que garanticen una gestión eficaz y prudente de la entidad. A tal efecto, Banca March se encuentra en un proceso de identificación, evaluación y control del impacto actual y futuro de los factores climáticos y medioambientales sobre el entorno empresarial y que asegure la sostenibilidad y capacidad de resistencia del modelo de negocio de forma prospectiva.

Siguiendo las recomendaciones de la TFCF (Task Force for Climate-related Disclosures) se ha previsto desarrollar de la mano de ECODES una metodología propia para considerar el impacto del cambio climático sobre las carteras de crédito, así como la calibración de modelos de riesgo de crédito.

Para estimar la huella de carbono en 2022 y definir los objetivos de descarbonización a partir de 2022, se tomará como punto de partida el marco de actuación en materia de clima y energía hasta el año 2030, integrado por el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030 (PNIEC) y la estrategia España 2050.

04. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

4.1. INFORMACIÓN GENERAL

4.1.1 Principales riesgos medioambientales que afectan al Grupo Banca March

Banca March es plenamente consciente de que su actividad financiera no está exenta de riesgos ambientales:

- Si debido a sus relaciones comerciales o a los productos y servicios que ofrece pudieran derivarse efectos negativos sobre el medioambiente.
- A través del tipo de proyectos que se financian, en caso de que tras ellos hubiera empresas que no gestionaran estos aspectos de forma adecuada.

El Grupo se enfrenta tanto a riesgos de crédito como a riesgos de reputación en el caso de que, como resultado de su actividad, se produzcan daños medioambientales, controversia social o un aumento de la morosidad, entre otras circunstancias.

Las políticas ambientales que se aplican desde Grupo Banca March –que incluyen los procedimientos de diligencia debida aplicados a la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y los aplicados a la verificación y el control– se enmarcan dentro de las políticas generales de riesgos de Banca March y sus filiales.

En el mapa de riesgos del banco, los aspectos medioambientales se detallan en el apartado de riesgos normativos y en el de riesgos reputacionales. Se diferencia entre:

- Riesgos a largo plazo, que derivan de un cambio de normativa legal que aumente los requisitos para llevar a cabo actuaciones medioambientales.
- Riesgos a corto y medio plazo, que resultan del incumplimiento de los requerimientos obligatorios, o bien de una imagen negativa ante los GI.

Banca March no ha detectado impactos medioambientales especialmente significativos. No existen responsabilidades, gastos, activos, provisiones ni contingencias de naturaleza medioambiental que pudieran ser de importancia en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados del Grupo.

4.1.2 Políticas y compromisos

Como se indicó en la descripción inicial del Grupo en este mismo informe, todas las filiales que integran Grupo Banca March se han adherido al Pacto Mundial de Naciones Unidas, lo que pone de manifiesto su compromiso con los Principios Universales de la ONU, y, específicamente, con los relacionados con el medio ambiente.

La entidad está alineada con el cumplimiento de los ODS y, en consecuencia, desarrolla una política medioambiental que mide los efectos actuales y previsibles de las actividades sobre el medioambiente y, en su caso, sobre la salud y la seguridad.

La política medioambiental establece una serie de procedimientos y recomendaciones con la finalidad de:

- Reducir el impacto ambiental de nuestra actividad.
- Compensar los eventuales efectos adversos que tenga.
- Optimizar la gestión ambiental.
- Sensibilizar y formar en buenas prácticas medioambientales a los principales GI.

“La protección del medioambiente, la sostenibilidad y la aspiración a la ecoeficiencia son muy importantes para Banca March. Trabajamos en la mejora de nuestros sistemas, en hacerlos más sostenibles, a la vez que concienciamos a todos nuestros profesionales sobre la trascendencia de estas cuestiones a través de la formación”.

Anselmo Martín-Peñasco,
director general de Banca March y
responsable de Recursos Humanos

La voluntad de Banca March es implementar con transparencia un conjunto de medidas, en un diálogo permanente con los clientes, con el objetivo de fomentar la transición hacia tecnologías, modelos de negocio y sociedades bajas en carbono y resilientes al cambio climático.

HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN

Desde 2021, Banca March desarrolla herramientas analíticas e indicadores específicos para valorar y evaluar los posibles impactos en los balances de la actividad de los clientes del Banco en relación con el cambio climático.

El objetivo de Banca March es asegurar que los balances estén alineados con el Acuerdo de París contra el cambio climático y con el marco español de actuación en materia de clima y energía. El principal objetivo de ambos es mantener el incremento de la temperatura media mundial por debajo de 2 grados centígrados respecto a los niveles preindustriales, y continuar los esfuerzos para limitar el aumento a 1,5 grados centígrados.

La entidad se compromete a reducir la huella de carbono en sus carteras de crédito, y a hacerlo de modo que la reducción pueda medirse con criterios homologados internacionalmente y en línea con los objetivos del Compromiso Colectivo de Acción Climática impulsado

por la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI). Banca March trabaja, asimismo, junto con el resto de la banca española, en el desarrollo de metodologías que permitan medir el impacto climático del sector.

Banca March está desarrollando una metodología propia para medir su impacto climático y compartiendo experiencias con el sector, a fin de hacer posible la alineación en la obtención del dato y en los resultados. Esta metodología se adapta a las mejores prácticas y estándares internacionales en este ámbito.

En este marco:

- El Grupo establecerá y publicará objetivos específicos, basados en escenarios para la alineación de las carteras con los objetivos del Acuerdo de París.
- Banca March informará sobre sus progresos individuales cada año y, cada dos, lo hará sobre los progresos colectivos del sector financiero en relación con este compromiso.
- En el análisis de carteras, los esfuerzos iniciales se centrarán en aquellos sectores que son más intensivos en carbono y más vulnerables al clima, esenciales en el proceso de *descarbonización* y en la construcción de resiliencia en las comunidades más expuestas a los efectos de la emergencia climática.

Para la entidad es crucial involucrar a los clientes en este proceso de transición.

4.1.3. Resultados de la aplicación de las políticas e indicadores

Los procedimientos de evaluación ambiental y sus resultados se detallan más adelante, tanto en el apartado de indicadores relevantes para la entidad como en el de finanzas sostenibles.

Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales, así como el número de personas y/o la inversión en euros no se cuantifican individualmente ya que se trata de una actividad transversal a toda la entidad. La aplicación del principio de precaución² se ha adoptado mediante el diálogo con diferentes GI (expertos en sostenibilidad, medios de comunicación, ONG, universidades...).

- El enfoque de precaución se introdujo con el Principio 15 de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de la Organización de Naciones Unidas, de 1992. Obliga a los Estados a aplicar el criterio de precaución según sus capacidades, sin utilizar la falta de certeza científica absoluta para posponer la adopción de medidas que impidan la degradación del medio ambiente. Este principio se aplica a la gestión empresarial a la hora de reducir o evitar los impactos negativos para el medio ambiente.

4.2. INFORMACIÓN DETALLADA

4.2.1. Provisiones y garantías para riesgos ambientales

En el presente informe no se incluyen desgloses individualizados sobre provisiones o garantías específicas de carácter medioambiental. Dada la actividad del Grupo Banca March, no existen responsabilidades, gastos, activos, provisiones o contingencias de esta naturaleza que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados, según se señala en la Memoria Financiera del Grupo.

Al tratarse de una actividad transversal que concierne a toda la entidad, los recursos que el banco destina a prevenir riesgos ambientales no se cuantifican en una partida concreta. Este tipo de riesgos quedan englobados dentro de la política general de riesgos de la entidad. Tampoco procede desglosar un número de personas y/o una partida de inversión en euros destinada a los compromisos con el medio ambiente.

Al no ser aplicable el principio de precaución, no se dispone de un sistema integrado de gestión ambiental en el que se identifiquen los riesgos y que incluya un plan de acción para prevenir el impacto de la actividad de la entidad.

Tienen la consideración de indicadores no materiales:

- La contaminación.
- La economía circular y la prevención y gestión de residuos.
- El consumo y el suministro de agua, dentro del apartado uso sostenible de los recursos con las limitaciones locales.
- El consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar su uso.

4.2.2 Contaminación

No se han detectado riesgos de emisiones que afecten el medioambiente de forma grave, aun tomando en consideración cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluidos el ruido y la contaminación lumínica.

4.2.3. Economía circular y prevención y gestión de residuos

Pese a que la economía circular es también un indicador no material debido a la actividad del Grupo, Banca March ha implementado medidas de prevención, reciclaje, reutilización, así como otras formas de recuperación y eliminación de desechos.

2. Véase definición en glosario.

No procede desglosar las categorías de residuos peligrosos y no peligrosos por tipología (orgánicos, plásticos, papel-cartón, vidrio, etcétera) ni los distintos métodos de tratamiento, recuperación y eliminación de los residuos.

REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE PAPEL

Banca March se ha propuesto digitalizar en los próximos años todas las tipologías de documentos que se manejan. Con este fin, se ha realizado un completo desarrollo tecnológico para la firma digital de contratos, la obtención de certificados online y el reporte financiero en línea, que abarca también documentos generados en la red comercial.

En 2018 se inició el camino hacia la digitalización con el tratamiento de más de 78.000 documentos. La tendencia se aceleró debido al cierre temporal de oficinas y de la práctica del teletrabajo como consecuencia de la pandemia, a partir de 2020. Este avance se ha traducido en una drástica reducción del consumo de papel.

El total de papel blanco A4 consumido en el conjunto del Grupo a lo largo del año 2021 fue de 10.480 paquetes de 500 unidades. En 2020 y 2019, respectivamente, fue 10.745 y 17.620 paquetes.



Si se calcula por empleado, la reducción ha sido del 50%, al haber pasado de 12,4 paquetes por persona en 2019 a 5,7 paquetes en 2021

PAPEL	2021	2020	2019
Consumo	10.480	10.745	17.620
Consumo por empleado	6	6	12
Reducción de consumo	2%	39%	-

Papel. Consumo en número de paquetes de 500 hojas DISCOVERY A4 75 gramos. Consumo por empleado y porcentaje de reducción consumo.

Papel con etiqueta ecológica

El papel que utiliza Grupo Banca March dispone de la Etiqueta ecológica EU Ecolabel, FSC, que está validada por la SGS. También cumple con los requisitos de las certificaciones ISO9001, ISO14001 e ISO18001.

Menos consumibles

Como consecuencia del menor uso de papel, se ha registrado también una caída importante de consumibles como son tóners, cintas o cartuchos de colores.

TÓNER	2021	2020	2019
Consumo	1.760	1.674	3.184
Consumo por empleado	0,96	0,90	1,69
Reducción de consumo	-5%	47%	-

Tóner. Consumo en kilogramos, consumo por empleado y reducción consumo.

Programa de retirada de consumibles

A través de su proveedor Lexmark, Banca March dispone de un programa de petición y retirada de las cajas de consumibles usados, denominado Programa LCCP (Lexmark Cartridge Collection Program).

Se accede a la web de forma sencilla, ya que proporciona información útil sobre cómo gestionar un *eco-reporte*, sobre las ubicaciones de los consumibles utilizados, el número de consumibles retirados por ubicación, las unidades retiradas, la contribución por ubicación, el total de kilos de material de recuperación recogidos, su distribución o la reutilización por tipo de material.

OTRAS BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES DEL GRUPO**Proceso hipotecario telemático**

Banca March se adhirió en diciembre de 2020 a un nuevo procedimiento para la presentación telemática de préstamos hipotecarios. Este nuevo formato de presentación aporta una doble ventaja:

- Agiliza los plazos de inscripción: de media, se ha pasado de los 64 días naturales que comportaba la presentación física de préstamos hipotecarios a 31, al realizarse la presentación telemática.

- Ayuda a ahorrar costes y a reducir la generación de residuos en el caso de los préstamos sujetos a la Ley de Contratos de Crédito Inmobiliario (LCCI, ley 5/2019 de 15 de marzo), al eliminarse la emisión en papel de las copias autorizadas notariales y de las copias simples.

Desde 2021 las inscripciones en Notaría de todas las operaciones hipotecarias (préstamos y sus operaciones previas asociadas) se llevan a cabo ya mediante presentación telemática, tanto en el caso de los préstamos sujetos a la LCCI como en el de los no sujetos a dicha ley.

¿Qué supone la presentación telemática para las oficinas?

• Préstamos sujetos a LCCI:

La oficina no recibe ninguna copia autorizada de la escritura en papel para entregarla al cliente. De hecho, con la nueva ley, en las operaciones de préstamo hipotecario el Notario y el Registrador están obligados a remitir a la dirección de correo electrónico del prestatario una copia simple junto con la calificación registral de forma gratuita, por lo que el cliente no requiere documentación alguna a oficina. En el caso excepcional de que el cliente la solicitara, la sucursal dispone de una copia escaneada del préstamo que puede imprimir.

CERO PAPEL EN MARCH RS

March RS ha culminado la campaña *Cero papel* eliminado el papel en todas sus herramientas comerciales. Se ha contratado al proveedor certificado SIGNATURIT para firma digital de documentos y contratos. Desde septiembre de 2020, las impresoras corporativas están desactivadas. *Cero papel* es solo un ejemplo de cómo March RS hace suyo el propósito del Grupo Banca March de que “el planeta es el más importante grupo de interés al que debemos escuchar”.

March RS lanza campañas tanto puntuales como permanentes y transversales a todas las áreas de la organización. Entre las permanentes destacan la instalación en 2020 de secamanos de aire para evitar el aumento del consumo de papel o la elección de sistemas lumínicos *ecoeficientes* en la sede corporativa.

Entre las campañas de *ecosostenibilidad* puntuales figuran la elección como detalle navideño del juego de mesa de material reciclable elaborado por la Fundación PRODIS y las mascarillas de protección para empleados, en envases reutilizables.

- **Préstamos no sujetos a LCCI (cuyo coste asume el cliente) u operaciones asociadas como compraventas u obras nuevas:**

Aunque la presentación se realiza igualmente de forma telemática, la oficina continúa recibiendo la documentación –escrituras, calificaciones, notas simples, facturas y hojas de liquidación de una provisión de fondos– en formato papel, para su entrega al cliente.

Bolsas de cartón

Banca March pone a disposición de sus clientes bolsas de cartón con el anagrama de la entidad en las que se utiliza fibra de madera. Dichas bolsas cuentan con la certificación del Consejo de la Administración Forestal (FSC) y el sello del Sistema Paneuropeo de Certificación Forestal (PEFC), ya que proceden de bosques bajo supervisión, en los que se lleva a cabo un manejo forestal responsable, de modo que generen beneficios ambientales, sociales y económicos.

Nuevo impulso al buzón virtual

Banca March ha potenciado el sistema de buzón virtual para reducir a cero el consumo de papel en sus comunicaciones con los clientes. Con este plan, que empezó a aplicarse el 1 de junio de 2021, contribuye a la reducción del consumo de papel y de las tintas de impresión y se minimiza el impacto medioambiental que provoca la distribución de las cartas físicas.

El buzón virtual, que se ha ido activando de manera gradual y automática para todos los clientes digitales que tuvieran algún contrato que implicara correspondencia física, conlleva otras ventajas añadidas para estos:

- Pueden acceder a su correspondencia de forma inmediata.
- No se exponen al extravío de la carta ni a un acceso indebido a sus datos.
- Disponen de su correspondencia de forma permanente.
- Gestionan y administran de forma ágil la correspondencia, mediante la descarga en archivos en formato PDF.

La primera fase de este proyecto se inició el 1 de junio de 2021 con clientes que cumplieran los siguientes requisitos:

- Pertenecer al segmento minorista y tener una edad inferior a los 70 años.

- Ser titulares de un contrato de servicio de banca a distancia del que hicieran un uso activo, lo que significa realizar al menos una consulta o una operación en los tres meses previos.

Emisión de tarjetas sostenibles

Banca March ha sido la primera entidad financiera que en España ha lanzado al mercado tarjetas fabricadas a partir de plásticos reciclables certificadas por Mastercard.

Las tarjetas sostenibles, tanto de crédito como de débito, cuentan con un sello que permite a los consumidores identificarlas como tales. La distinción certifica que han superado un proceso de verificación a cargo del laboratorio Digisec Lab, creado por Mastercard, en virtud del cual se comprueba que el material de las tarjetas y su proceso de fabricación cumplen con unos requisitos mínimos en cuanto a consumo de energía –renovable y no renovable– huella de carbono, material sostenible utilizado o residuos generados.

“En el sector financiero, Banca March va siempre por delante en materia de sostenibilidad. El acuerdo alcanzado con Mastercard demuestra, una vez más, que estamos en la vanguardia en el desarrollo de productos y servicios para nuestros clientes.(...) Es un nuevo paso en nuestro compromiso con la generación de un impacto cada vez más positivo en el medioambiente y la sociedad, un compromiso que abarca todos los aspectos de nuestra actividad, desde nuestro funcionamiento interno hasta las propuestas de inversión y financiación que ofrecemos como entidad especializada en banca privada y asesoramiento a empresas”.

Ángel Martínez Marañón,
director general de Banca March y responsable del Área de Banca Comercial y Privada

Cambio de impresoras en los servicios centrales

En 2021 se sustituyeron las antiguas impresoras en sedes centrales del Grupo por otras que mejoran la impresión tanto en la primera copia como en las copias por minuto, y que permiten el escaneo a doble cara.

Esta sustitución persigue reducir el consumo de papel, ya que las impresoras nuevas llevan incorporado un sistema que permite que la impresión no se haga efectiva hasta que el usuario la valide en

la máquina introduciendo su número de empleado y la clave de acceso.

Consejos sobre el uso del correo electrónico

Los correos electrónicos que se envían a diario son almacenados por servidores informáticos que necesitan energía para funcionar, lo que se traduce en expulsión de gases que favorecen el efecto invernadero y, por consiguiente, el cambio climático. Por cada correo electrónico almacenado en el buzón se generan cada

año diez gramos de CO₂. Conscientes de ello, Banca March ha compartido con sus empleados una serie de consejos para hacer un uso del correo electrónico lo más sostenible posible.

MARCH AM

March AM inició en octubre de 2021 un proyecto de reducción de consumo de papel a dos años vista, que busca cambiar las políticas de impresión, reciclaje, recepción de información y envío de datos a partícipes.

En su primer año de aplicación, el programa se ha centrado en conseguir la modificación de hábitos y procedimientos, mediante la mejora y seguimiento de las prácticas de impresión, la instalación de contenedores de reciclaje, el paso a formato digital en las suscripciones a medios y el envío de información en formato preferiblemente digital.

A lo largo del segundo se realizará un seguimiento de los resultados y se introducirán ajustes para mejorarlos.

INVERSI

Banco Inversis ha puesto en marcha la tarjeta Virtual Ticket Restaurant Zero para los empleados cuyos dispositivos móviles fueran compatibles con ella, a efectos de reducir los residuos plásticos de las tarjetas.

4.2.4. Uso sostenible de los recursos**CONSUMO DE AGUA Y SUMINISTRO DE ACUERDO CON LAS LIMITACIONES LOCALES**

La actividad de Banca March no tiene como objeto el consumo de materias primas ni otros recursos. Sin embargo, en el caso del agua, a pesar de tratarse de una cuestión no material, se trabaja en la implantación de políticas de eficiencia en su consumo.

Estas son algunas de las medidas contempladas:

- Detección de las fuentes de consumo de agua, excluida el agua para consumo de los empleados.
- Revisión de las instalaciones, actualización de su mantenimiento y propuestas de mejora.
- Sensibilización de los trabajadores mediante circulares, carteles, un buzón de sugerencias y formación.
- En caso de ser necesario, se utiliza agua embotellada con finalidad social medioambiental relacionada con el agua en los países más desfavorecidos, como es el caso de Auara.

Se trabaja, además, en la sensibilización entre los GI, mediante la formulación de diferentes propuestas.

CONSUMO DIRECTO E INDIRECTO DE ENERGÍA

El consumo de energía sí tiene la consideración de aspecto material en Grupo Banca March, por lo que se han aplicado una serie de medidas con el fin de mejorar la eficiencia energética:

Comunicación

Se reporta el consumo energético (en MWh) de los combustibles utilizados en fuentes estacionarias y móviles (gas natural, diésel y otros combustibles como la gasolina, GLP, queroseno, carbón o propano), así como el consumo de electricidad.

**Energía verde**

Toda la energía eléctrica que consume el Grupo es limpia. Desde 2020 está contratada con un proveedor de electricidad 100% verde.

Adaptación de la red de oficinas

Banca March es la empresa del Grupo que, con sus 134 oficinas, representa mayores consumos energéticos. Los edificios de Alexandre Rosselló (Palma) y Núñez de Balboa (Madrid) concentran el mayor consumo energético de la entidad.

La remodelación de la red comercial del banco, iniciada en 2015, ha supuesto la adaptación progresiva de centros de negocio y oficinas al nuevo modelo de negocio e imagen del banco. Al cierre de 2021 ya eran 43 los centros y sucursales adaptados. Los nuevos centros de negocio se distinguen por sus grandes dimensiones, sus líneas elegantes y sus espacios diáfanos.

Políticas de eficiencia energética en todo el Grupo

- El sistema de iluminación de todas las nuevas oficinas utiliza la tecnología LED.
- Se instalan equipos de climatización de alta eficiencia para minimizar el consumo energético.
- Se colocan detector de presencia en zonas de uso no permanente para optimizar el consumo de la iluminación.
- Se refuerza las recomendaciones sobre eficiencia energética con comunicación directa en oficina.

CRITERIOS DE CÁLCULO

- **Consumos:** Los consumos se plasman siguiendo el criterio “fecha hasta factura”. En los meses donde existe valor, significa que hay una o varias facturas con fecha hasta ese mes. Por el contrario, donde existe una casilla sin valor, significa que no existe “fecha hasta factura” con ese mes en concreto.
- **Emisiones:** El dato de emisiones, en toneladas equivalentes de CO₂, resulta de multiplicar por el consumo los correspondientes factores de emisión.

Gas

Los criterios utilizados en el informe son los mismos que los empleados en el caso de la electricidad, con una salvedad: se producen emisiones de CO₂ durante todo el año, al tratarse el gas natural como una fuente no renovable. El factor de emisión empleado es 0,182 kgCO₂/kWh. Este es el valor que marca el documento *Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono*, del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, correspondiente al año 2019. Es el último valor disponible.

Electricidad

Recoge la suma de los consumos facturados de manera mensual en 2021. El factor de emisión empleado para el cálculo de las emisiones de CO₂ para el primer semestre del año (parte en la que el consumo no dispone de garantías de origen (CdO) 100% renovable) es 0,27 kgCO₂/kWh. Este es el valor que marca la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en el Informe de Garantías del año 2018 para Iberdrola, y es el que se emplea en las facturas de este periodo.



El total de consumo eléctrico del Grupo es de 6.415.475 kWh. El ratio de consumo eléctrico por empleado es de 3.490 kWh.

Atendiendo a las recomendaciones de la CNMV, se informa de este último indicador (consumo por empleado) adicional a los solicitados por la Ley 11/2018, que es relevante para Grupo Banca March.

	2021	2020	2019
Consumo de combustibles (Gas Natural)	758.319	694.631	629.169
Consumo eléctrico	6.415.475	6.612.038	7.994.459
Consumo de energía general renovable	6.415.475	2.564.097	-
% Energía renovable	89%	35%	-
Consumo eléctrico por empleado	3.490	3.574	4.232

El consumo de combustibles (gas natural) se expresa en kWh. El consumo eléctrico, en kWh. El consumo eléctrico por empleado en kWh/empleados. El consumo de energía general renovable, en kWh. La proporción de energía renovable, en porcentaje sobre el total de energía consumida.

	2021	2020
Desplazamientos flota de vehículos propia y por la flota ajena respecto de la que la organización tiene control. Es decir, vehículos cuyo gasto de combustible corre a su cargo. Esto incluye los turismos en propiedad, leasing, renting, etc	684.008	706.623
Desplazamientos que realizan los trabajadores por motivos de trabajo en medios de transporte sobre los que no tiene el control del consumo separados por avión	987.875	1.392.280
Desplazamientos que realizan los trabajadores por motivos de trabajo en medios de transporte sobre los que no tiene el control del consumo separados por tren	379.491	410.490
Desplazamientos que realizan los trabajadores por motivos de trabajo en medios de transporte sobre los que no tiene el control del consumo separados por vehículos no privados (Taxi, Cabify, etc)	62.668	86.485

Los datos sobre vehículos reflejan los desplazamientos, en kilómetros, realizados empleando la flota propia y la flota ajena sobre la que la organización tiene control; es decir, vehículos cuyo gasto de combustible corre a su cargo (incluyen los turismos en propiedad, leasing, renting, etcétera). El resto corresponde a los desplazamientos, también en kilómetros, que realizan los trabajadores por motivos de trabajo en medios de transporte sobre los que no existe control del consumo, separados por avión y por tren.

4.2.5. Cambio climático

Grupo Banca March cumple con la legalidad vigente en materia de exigencias para combatir el cambio climático. Sin embargo, conscientes de su importancia, se ha decidido reforzar este empeño. Así, en las próximas memorias se incorporará una descripción de las políticas desplegadas contra el cambio climático. Se incluirán también los sistemas, las herramientas y los controles que se emplean para identificar, evaluar y reducir

los riesgos o impactos, así como las metas de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) establecidas de forma voluntaria a medio y largo plazo.

Las emisiones de CO₂ asociadas al consumo eléctrico de Banca March son cero, al contar con un contrato de energía verde suscrito. Fruto de esta transformación, se han reducido las emisiones anuales de CO₂ en más de 1.400 toneladas en el año 2021.

COMPENSACIÓN DE EMISIONES DE CO₂

La compensación de emisiones consiste en aportar de forma voluntaria una cantidad económica, proporcional a las toneladas de CO₂ generadas por una organización en su actividad para un proyecto que persiga:

- Captar una cantidad de toneladas de dióxido de carbono equivalente a la generada por la propia actividad, mediante la puesta en práctica de un proyecto de sumidero de carbono por reforestación.
- Evitar la emisión de una cantidad de toneladas de CO₂ equivalente a la generada por la propia actividad por medio de un proyecto de ahorro o eficiencia energética, de sustitución de combustibles fósiles por energías renovables, de tratamiento de residuos o de deforestación evitada.

En 2021 Grupo Banca March compensó, a través de la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES), el 100% de emisiones producidas en 2020 mediante el proyecto forestal en la cuenca del río Chinchiná en Colombia. Dicho proyecto tiene como objetivo regular y mejorar la cantidad y calidad del agua dulce para las comunidades del río Chinchiná, mediante la restauración de las cuencas hidrográficas que abastecen sus sistemas de agua.

4.2.6. Protección de la biodiversidad

A pesar de tratarse de una cuestión no material, Grupo Banca March mantiene un fuerte compromiso con la protección de la biodiversidad, impulsando diversos programas y estudios.

LIMPIEZA DE PLÁSTICOS EN EL MAR

Banca March ha colaborado en la elaboración de un estudio de la ONG Oceana titulado *Fuera de temporada: la huella de plástico del turismo*. Esta investigación analiza la presencia de estos residuos en zonas costeras de Mallorca y Valencia en temporada baja, mediante el uso de un dron submarino y de un catamarán de investigación con submarinistas colaboradores.

Científicos y submarinistas de Oceana encontraron plásticos en todos los ecosistemas submarinos analizados en ambas zonas turísticas tras el periodo estival.

La mayor parte de los artículos hallados en los ecosistemas submarinos son plásticos desechables, como bolsas, envoltorios, envases de bebidas, recipientes de comida y equipos de pesca.

Los científicos de la ONG grabaron a diversas especies amenazadas en zonas contaminadas por plásticos, donde existe un riesgo elevado de que la fauna ingiera fragmentos de plástico, los incorporen a sus ecosistemas o queden enredados en estos residuos.

El proyecto se engloba dentro del acuerdo de colaboración de Banca March con Oceana, a través de Mediterranean Fund, fondo gestionado por March AM que

invierte en economía del océano y el agua y que dona parte de su comisión de gestión a proyectos relacionados con la preservación del agua, océanos y vida marina.

CONOCIMIENTO DE ESPECIES Y HÁBITATS

Grupo Banca March ha apoyado, también a través del fondo temático Mediterranean Fund, un estudio de la Fundación Save the Med para el conocimiento de algunas especies como la manta (*Mobula mobular*), la tortuga boba (*Caretta caretta*) o el atún rojo (*Thunnus Thynnus*), así como de sus hábitats.

Esta fundación sin ánimo de lucro desarrolla proyectos que tienen como objetivo la conservación de los ecosistemas marinos.



“Mediterranean Fund mantiene su excelente acogida entre los inversores y estamos convencidos de que el acento solidario del producto, junto con los resultados obtenidos, son los factores clave de su éxito entre clientes. En línea con nuestro compromiso de impulsar la transición hacia la ISR [Inversión Socialmente Responsable], nos enorgullece dar a conocer los proyectos en los que estamos colaborando con Oceana y Save The Med para la recuperación, mejora y conservación de los océanos”.

Javier Escribano,
director general de March AM

CONTRA LOS PLÁSTICOS DE UN SOLO USO

Los fondos de Banca March han contribuido a desarrollar el programa *Balears sense plàstic*, un programa concebido para eliminar los plásticos de un solo uso. Estos residuos están considerados como una de las principales fuentes de contaminación del mar Mediterráneo.

CONCIENCIACIÓN SOBRE EL USO DE BOLSAS DE PLÁSTICO

Con motivo del Día Internacional Sin Bolsas de Plástico, el 3 de julio de 2021 desde Banca March se lanzó un concurso para profesionales, donde se pusieron a prueba los conocimientos sobre el impacto de los plásticos en los mares con el fin de concienciar en el uso responsable de los mismos.



TABLA DE INDICADORES

MEDIOAMBIENTE	2021	2020
Huella de carbono	515,09	1.615,61
Emisiones por consumo de combustibles (Gas Natural) - alcance 1	138,01	126,42
Vehículos en propiedad - alcance 1	117,29	119,02
Emisiones por consumo eléctrico - alcance 2	0	1.020,40
Emisiones por consumo eléctrico por empleado	0	0,55
Consumo eléctrico - Reducción de emisiones respecto año anterior	100%	47%
Reciclaje tóner - Emisiones evitadas	3.436	5.502
Otras emisiones - alcance 3	259,79	349,77
Avión - alcance 3	242,89	340,13
Tren - alcance 3	6,15	9,64
Vehículos no en propiedad - alcance 3	10,75	-

Huella de carbono (tCO₂e)

Alcance 1: Emisiones derivadas del consumo directo de energía (gas natural y gasóleo) definidas por el estándar GHG Protocol (tCO₂e). Emisiones derivadas de desplazamientos que realizan los trabajadores de Grupo Banca March por motivos de trabajo en medios de transporte propiedad de Banca March (vehículos).

Alcance 2: Emisiones derivadas del consumo eléctrico de Banca March (incluye March Vida, Inversis, March RS y March AM) en tCO₂e, consumo eléctrico por empleado (tCO₂e/empleados) y porcentaje de reducción de emisiones respecto año anterior.

Alcance 3: Emisiones derivadas de desplazamientos que realizan los trabajadores de Grupo Banca March por motivos de trabajo en medios de transporte sobre los que no tiene el control del consumo (vehículos, avión y tren). Se han calculado las emisiones (tCO₂e) en base a los kilómetros recorridos y en la plataforma CeroCO₂. Se han excluido las emisiones que puedan generar los empleados para sus desplazamientos desde sus hogares a los centros de trabajo y viceversa. Se explorará la posibilidad de calcularlas de cara a futuros informes. No se incluyen las emisiones derivadas del uso de servicios de mensajería, ni las derivadas del transporte de fondos, ni las de cualquier otra compra de productos o servicios, ni las indirectas motivadas por los servicios financieros prestados. Reciclaje tóner. Emisiones evitadas (kCO₂e).

05. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

5.1 INFORMACIÓN GENERAL

5.1.1 Las personas de Banca March

LOS PROFESIONALES, EN EL CENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

El modelo de gestión de personas de Banca March es un sistema que pone al profesional en el centro de la estrategia. Por ello, todas las iniciativas que se desarrollan se encaminan a que la experiencia de las personas en su desarrollo profesional en el marco de la única entidad financiera de propiedad familiar sea acorde con sus valores. Se busca una experiencia de compromiso, ambición, exigencia, esfuerzo e integridad.

Alinear los esfuerzos y la conducta de los profesionales con los valores corporativos, la cultura y la estrategia de la entidad, es el primer paso para establecer desplegar este modelo de personas.

Facilitar y promover el desarrollo profesional, la igualdad de oportunidades y la conciliación de la vida personal y profesional ayudan a ofrecer un entorno de trabajo motivador, en el que los profesionales pueden mejorar y desarrollar sus capacidades, confiar en las personas con las que trabajan y sentirse orgullosos de su contribución y de su pertenencia a la organización.

La diferenciación radica en una filosofía empresarial basada en el Crecimiento Conjunto, con clientes, empleados, accionistas y la sociedad. La consolidación y el éxito de este modelo no sería posible sin establecer relaciones de largo plazo con los profesionales.

LA IMPORTANCIA DE LAS PERSONAS EN LA ORGANIZACIÓN

El área de Recursos Humanos depende directamente de Vicepresidencia, en el organigrama de la organización y tiene presencia en su Comité de Dirección, lo que demuestra la importancia que desde la dirección del Banco se otorga a la gestión de personas. Cada mes, el Director de Recursos Humanos y Director General Adjunto de Banca March presentan los principales avances del área ante el resto de miembros del Comité de Dirección.

A cada uno de los objetivos fijados en materia de personas le corresponden indicadores específicos de seguimiento, que se revisan de manera periódica para comprobar que la organización se mantiene en el camino adecuado.

Estos son algunos de los indicadores relevantes sobre el desarrollo de los profesionales de Banca March:

- Tasa de rotación (en porcentaje).
- Great Place To Work (en adelante, GPTW) Trust Index.
- GPTW Audit Index.
- Sello Top Employer.
- Nº de horas de formación por categoría profesional.
- Nº de horas de formación por empleado.
- Coste de formación medio por profesional.
- % de mujeres en el Consejo de Administración.
- % de mujeres en el Equipo Directivo.
- Brecha salarial en el nivel directivo.

5.1.2 Políticas y compromisos

VALORES

El modelo de negocio único y no replicable de Banca March se basa en su filosofía de Crecimiento Conjunto, que persigue el mejor interés de los GI de la Compañía y a su vez, generar un impacto positivo en la sociedad. Este modelo se ha consolidado gracias a una visión de largo plazo y a la fidelidad a los valores irrenunciables de la entidad: **Compromiso, Ambición, Integridad, Esfuerzo y Exigencia.**

Estos valores, plenamente integrados en la cultura corporativa y comportamiento diario, permite afrontar con determinación los importantes retos de los próximos años.

Banca March mide de forma recurrente la integración de los valores en la cultura a través de encuestas de clima, con el fin de conocer y monitorizar el grado de identificación con ellos que tienen los profesionales.

DESARROLLO PROFESIONAL

Banca March se consolida como la mejor escuela de formación de gestores financieros de la banca española gracias a un modelo de gestión de personas sustentado en la formación y la especialización. Tiene los gestores mejor formados y ofrece un lugar donde realizar una carrera profesional larga y fructífera,

en un entorno donde prima la meritocracia y con unas condiciones laborales muy competitivas.

En este sentido, el 100% de los profesionales de Banca March ha recibido formación en los últimos tres años, con una inversión por profesional superior a la media de otras entidades, 1.004 euros por empleado, más del doble de lo invertido como promedio en el sector. Se apuesta, además, por la excelencia y la diferenciación, con un plan formativo anual adaptado a las necesidades de los equipos y al contexto actual, transformando las formaciones normativas en oportunidades para la especialización de los profesionales.

El modelo de negocio de Banca March se sustenta en el crecimiento conjunto con sus clientes, accionistas y profesionales excelentes. Su compromiso con la excelencia pasa ineludiblemente por tener con nosotros a los mejores profesionales, de ahí la formación sea un aspecto diferencial en la estrategia de recursos humanos de la entidad, ofrecer la formación más completa del sector y en proporcionar un óptimo lugar en el que los profesionales puedan desarrollar todo su potencial

BENEFICIOS ÚNICOS

El modelo retributivo de Banca March ofrece una remuneración competitiva que vincula rendimiento, conducta, logros y compensación. Todo ello, asegurando

tanto la equidad interna como la equidad salarial entre hombres y mujeres.

La retribución se complementa con diversos beneficios sociales, entre los que caben destacar condiciones ventajosas en préstamos, anticipos y créditos al consumo; ayudas para la formación de los profesionales; premios y ayudas al estudio tanto para los profesionales como para sus familiares; seguro médico colectivo y servicio médico corporativo; ventajas en la compra o en la intermediación de activos adjudicados; fondo de pensiones; seguro de vida y accidentes y ayuda alimentaria, entre otras ventajas.

CONCILIACIÓN E IGUALDAD

Banca March asume el compromiso de proporcionar un entorno de trabajo donde se trate a todos los profesionales con justicia y respeto. Para ello, aplica un Plan de Igualdad y diferentes medidas de conciliación, que persiguen fomentar un entorno de trabajo igualitario y motivador y reflejan valores del Banco como la integridad y el compromiso con los empleados. Se explican en los apartados 5.2.2 y 5.7.

ORGULLO DE PERTENENCIA

En todas las encuestas realizadas, el orgullo de pertenencia es uno de los ámbitos en los que la entidad ha destacado históricamente, con resultados

por delante de los obtenidos por la competencia. Se da la circunstancia, además, de que esta característica es común a todos los profesionales, independientemente de su antigüedad, ubicación o área de trabajo.

Banca March, es la quinta mejor empresa para trabajar en España y, por segundo año consecutivo, único banco español en el 'ranking' elaborado por Great Place To Work®

Este reconocimiento, uno de los más prestigiosos a nivel internacional, avala un modelo de negocio basado en el liderazgo en solvencia, asesoramiento responsable, solidez reputacional, calidad del servicio, tecnología de asesoramiento y gestión de personas, con los profesionales mejor formados de la banca española.

Según la encuesta realizada por Great Place to Work®, 9 de cada 10 empleados de Banca March afirman que la compañía es un "Gran Lugar para Trabajar". Entre los aspectos más valorados por la consultora destacan la cultura excelente, el orgullo de pertenencia y las políticas en gestión de personas. En el último año, la mayor evolución se ha producido a nivel de transformación digital, servicio y compañerismo.

El orgullo de pertenencia, sumado a las ventajas que comporta trabajar en Banca March, se traduce en una tasa de rotación

baja y en una intención de salida reducida: declarado por el 5% de profesionales encuestados, frente al 13% que se registra en otras compañías españolas, según el último estudio de experiencia realizado en la entidad

Todas estas son las claves que han llevado a la entidad a ser el banco de referencia en España en el que los empleados del sector ambicionan trabajar.

5.1.3 Resultados de la aplicación de las políticas e indicadores

RECONOCIMIENTOS EN 2021

- GPTW

- Reconocidos en 2021 como una de las 20 mejores empresas donde los profesionales del sector prefieren trabajar en Europa.

- Único banco entre las diez mejores empresas donde trabajar en España.

- Certificado como gran empresa donde trabajar (2019, 2020 y 2021).

- Top Employer: obtenido en 2019, 2020 y 2021.

- Ranking 100 Mejores Empresas para Trabajar de Actualidad Económica:

- Elegida una de las cinco mejores empresas donde trabajar.

- Ocupa el primer lugar entre las entidades financieras del listado ³.

3. El resto de entidades son: ING, en el 9º puesto, Caixabank en el 10º, Banco Santander en el 23º, Bankinter en el 25º, BBVA en el 34º y Nationale Nederlanden en el 44º.



“Ser una entidad de alto rendimiento pasa indefectiblemente por asumir y potenciar una cultura en la gestión de las personas basada en la meritocracia y el desarrollo profesional de la plantilla, una política que busca en todo momento hacer efectivo el potencial de los profesionales que integran la organización, orientada a resultados y sustentada en valores éticos de profesionalidad, competencia, meritocracia y banca responsable”.

José Luis Acea,
consejero delegado de Banca March

- Premio CFI.co al Mejor Equipo Temático de Gestión de Fondos en España (20221) para March AM. La gestora ha desarrollado una política de inversión sostenible y responsable que garantiza que el proceso de toma de decisiones incluya criterios ASG, así como consideraciones financieras cuantitativas y cualitativas.
- Premios European Funds Trophy a la Mejor Gestora Española 2021 para March AM. Reconocimiento concedido en la categoría “71 a 100 fondos calificados”, que premia a las mejores gestoras y a los mejores fondos en la UE.



5.2. LA GESTIÓN DE PERSONAS

5.2.1 Empleo

5.2.1.1 NÚMERO TOTAL Y DISTRIBUCIÓN DE PROFESIONALES POR PAÍS

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO		2021	2020
Plantilla	Total	1.838	1.850
	Hombres	959	984
	Mujeres	879	866
Por país	Total	1.838	1.850
	España	1.829	1.842
	Luxemburgo	9	8
Indefinido	Total	1.776	1.784
	Hombres	930	947
	Mujeres	846	837
Indefinido parcial	Total	0	1
	Hombres	0	0
	Mujeres	0	1
Temporal	Total	62	65
	Hombres	29	37
	Mujeres	33	28
Temporal parcial	Total	0	0
	Hombres	0	0
	Mujeres	0	0

5.2.1.2 NÚMERO TOTAL Y DISTRIBUCIÓN DE PROFESIONALES POR TRAMOS DE EDAD

DISTRIBUCIÓN POR EDAD		2021	2020
Plantilla	Total	1.838	1.850
	20-29 años	156	145
	30-39 años	348	429
	40-49 años	875	851
	>50 años	459	425
Indefinido	Total	1.776	1.784
	20-29 años	109	89
	30-39 años	340	422
	40-49 años	872	849
	>50 años	455	424
Indefinido parcial	Total	0	1
	20-29 años	0	0
	30-39 años	0	1
	40-49 años	0	0
	>50 años	0	0
Temporal	Total	62	65
	20-29 años	47	56
	30-39 años	8	6
	40-49 años	3	2
	>50 años	4	1
Temporal parcial	Total	0	0
	20-29 años	0	0
	30-39 años	0	0
	40-49 años	0	0
	>50 años	0	0

5.2.1.3 NÚMERO TOTAL Y DISTRIBUCIÓN DE PROFESIONALES POR CATEGORÍAS PROFESIONALES

DISTRIBUCIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL		2021	2020
Plantilla	Total	1.838	1.850
	Dirección	154	148
	Gerentes	472	477
	Técnicos	1.212	1.225
Indefinido	Total	1.776	1.784
	Dirección	153	148
	Gerentes	472	475
	Técnicos	1.151	1.161
Indefinido parcial	Total	0	1
	Dirección	0	0
	Gerentes	0	1
	Técnicos	0	0
Temporal	Total	62	65
	Dirección	1	0
	Gerentes	0	1
	Técnicos	61	64
Temporal parcial	Total	0	0
	Dirección	0	0
	Gerentes	0	0
	Técnicos	0	0

5.2.1.4 DESPIDOS EN 2021

DISTRIBUCIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL		2021
Plantilla	Total	38
Por género	Hombres	23
	Mujeres	15
Por tramo de edad	20-29 años	2
	30-39 años	9
	40-49 años	19
	>50 años	8
Por categoría profesional	Dirección	3
	Gerentes	5
	Técnicos	30

No se aporta el dato de promedio por tipo de contrato dado que no existe un número relevante de contratos temporales y la actividad de la empresa no presenta estacionalidad.

5.2.1.5 REMUNERACIONES

El modelo de retribución en Banca March se basa en:

- Un salario competitivo que vincula rendimiento, conducta, logros y compensación, con el fin de garantizar la equidad interna.
- Un equilibrio razonable entre las partes fija y variable de la retribución, que permite compensar adecuadamente el esfuerzo, así como incentivar el rendimiento, el logro de objetivos y la prudencia en la asunción de riesgos.
- Una compensación variable para el 100% de los profesionales, que se concreta según el esfuerzo y el cumplimiento de objetivos. Un porcentaje fijo se vincula al margen de explotación de Banca March y a la calidad en la atención interna y al cliente.
- Un sistema retributivo que tiene definidas bandas salariales según categorías y niveles jerárquicos. Ello implica un baremo equitativo para toda la organización.
- Una evaluación que tiene en cuenta la actitud y el cumplimiento de objetivos, en vistas a crear una cultura de meritocracia. Ambos elementos se revisan cada año para la promoción salarial.

El sistema retributivo de Banca March pretende la equidad salarial tanto interna como externa. La equidad externa se garantiza mediante la realización de estudios recurrentes de mercado.

A continuación, se resume la remuneración media en euros dentro del Grupo en 2021:

REMUNERACIÓN MEDIA		2021	2020
Por sexo	Hombres	74.087	80.601
	Mujeres	54.411	54.708
Por edad	20-29 años	32.071	30.944
	30-39 años	50.832	48.374
	40-49 años	63.887	69.340
	>50 años	88.127	100.579
Por categoría profesional	Dirección	163.201	229.101
	Gerentes	84.998	84.960
	Técnicos	45.748	44.134

Nota:
En 2020 la remuneración incluyó la remuneración fija, la remuneración variable (generada en 2019 pero cobrada en 2020) y una gratificación trienal cobrada por la Dirección (correspondiente a los ejercicios 2017/18/19) tras el cumplimiento de los objetivos fijados por el Consejo de Administración. Desde 2021 se calcula mediante datos target basados en el puesto y no lo realmente cobrado. Incluye la remuneración fija y la remuneración variable (objetiva fijada en 2021). Por este motivo, los datos de 2020 y 2021 no son comparables. En la categoría de Dirección no se incluye la Alta Dirección, reportada en la remuneración media de consejeros y Alta Dirección.

Remuneración media de consejeros y alta dirección

REMUNERACIÓN MEDIA DE CONSEJEROS Y ALTA DIRECCIÓN	2021	2020
Hombres	218.147	239.353
Mujeres	158.436	207.409

El Grupo Banca March cuenta con un total de 13 consejeros, tres de los cuales son ejecutivos; cinco, independientes; y cinco, dominicales. Del número total de consejeros, además de la Vicepresidenta, Rita Rodríguez Arrojo, cuatro son mujeres: Catalina March Juan, María Antonia Otero, Ágatha Echevarría Canales y Eva María Fernández Góngora.

5.2.1.6 BRECHA SALARIAL

BRECHA SALARIAL POR CATEGORÍA PROFESIONAL	2021	2020
Dirección	14,23%	7,73%
Gerentes	9,97%	9,55%
Técnicos	9,28%	9,38%

Brecha positiva (+) indica el % en que la media salarial de las mujeres es inferior a la media salarial de los hombres y; brecha negativa (-) indica el % en que la media salarial de las mujeres es superior a la media salarial de los hombres.

Actualizaciones salariales del XXIV Convenio Colectivo de Banca

El XXIV Convenio Colectivo de Banca supone aplicar una serie de cambios retributivos se detallan a continuación la actualización referente a 2021.

Actualización referente a 2021. Se realizan, con efecto 1 de enero de este año, un incremento salarial del 0,50% sobre el Salario Base de Nivel, Complemento transitorio y Plus de polivalencia funcional y un incremento del 0,25% sobre los Trienios Comunes y de jefatura.

El nuevo acuerdo, cuya vigencia se extiende desde el 1 de enero de 2019 hasta el 31 de diciembre de 2023, está disponible en la Intranet corporativa.

Beneficios sociales

La retribución económica se complementa con diversos beneficios sociales, entre los cuales cabe destacar:

- **Condiciones ventajosas en préstamos, anticipos y créditos al consumo.**
La retribución flexible permite destinar, de forma completamente voluntaria, una parte del salario a la contratación de determinados productos y servicios.
- **Plan de jubilación para profesionales.**
De cara a 2022, todo el Grupo Banca March ha incorporado al sistema de retribución flexible un Seguro Colectivo, llamado Plan de Jubilación para Empleados del Grupo Banca March UL. El profesional decide qué parte de su salario desea ahorrar y la empresa realiza esa aportación al Seguro. La aportación realizada no será objeto de imputación fiscal hasta un máximo anual de 100.000 euros.
- **Plan de pensiones March Ahorro FP.**
Pueden acogerse a este plan todos los profesionales de Grupo Banca March que se hayan incorporado a la entidad a partir de 1980. Su reglamento prevé que cada año el Banco realice aportaciones al plan de cada profesional en función de las aportaciones que haya realizado el propio profesional.

- **Seguro médico colectivo.**
Se ofrece a los profesionales de la Compañía descuentos especiales para la contratación del seguro de salud DKV.
- **Servicio médico corporativo.**
A lo largo de 2022 se activará un programa de salud que incluye un portal con recomendaciones saludables, consultas o promoción de actividades. Se contemplan también sesiones de fisioterapia en las propias instalaciones de la entidad.
- **Ayudas para la formación de los profesionales e hijos.**
Banca March ofrece apoyo para subvencionar los estudios con carácter de enseñanza oficial de todos los profesionales del Banco y sus hijos.
- **Premios Especiales de Estudios para los hijos de los profesionales.**
Se premian los resultados del curso académico de aquellos hijos de los profesionales del Banco que hayan obtenido la calificación de notable, como mínimo, en todas las asignaturas en sus estudios universitarios. Cada año se ofrecen cinco ayudas a los mejores expedientes y se comunica de forma pública, dándoles así reconocimiento.
- **Seguro de vida y accidentes.**
Los empleados de Banca March cuentan con un seguro de vida y accidentes contratado a través de March Vida.

- **Ventajas en la compra o en la intermediación de activos adjudicados.**
- **Ayuda alimentaria.**
- **Compensación de carácter extraordinario por razón del horario laboral.**

5.2.1.7 PROFESIONALES CON DISCAPACIDAD

Grupo Banca March está comprometido con la inclusión laboral de las personas con capacidades diferentes, convencidos de que el empleo es un pilar fundamental para fomentar la igualdad de oportunidades y una vía para mejorar la gestión de la diversidad en la propia entidad.

La entidad mantiene sus alianzas con fundaciones, centros especiales de empleo y asociaciones de utilidad pública con el objetivo de promover la inserción, mediante la contratación de servicios.

En diciembre de 2021 el Grupo contaba con 18 personas con algún tipo de discapacidad.

Además, cuenta con la declaración de excepcionalidad aprobada y adoptamos las medidas alternativas conforme a lo establecido en el Real Decreto 364/2005 de 8 de abril, incluyendo donaciones a entidades sociales sin ánimo de lucro y compra responsable a centros especiales de empleo.

Medidas alternativas para el cumplimiento de la Ley General de Discapacidad

MEDIDAS ALTERNATIVAS PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY GENERAL DE DISCAPACIDAD	2021	2020
Euros destinados a compra responsable LGD (Ley General de Discapacidad)	227.460	138.970
Donaciones LGD (euros)	72.882	80.546
Trabajadores con discapacidad (nº)	18	20

Banca March

El Plan de Igualdad de Banca March contempla dos medidas de conciliación relacionadas con las personas con capacidades diferentes: una ayuda especial para personal con discapacidad reconocida y otra ayuda especial para profesionales con hijos con discapacidad reconocida. En ambos casos, desde la entidad se concede una ayuda anual de 3.000 euros.

Inversis

Inversis colabora con la Fundación Adecco en la Carrera de las Capacidades y también en su programa de orientación e intervención para personas con discapacidad llamado Plan Familia. Inversis cuenta con dos personas beneficiarias de este último plan.

5.2.2. Organización del trabajo

El equilibrio entre la vida personal y profesional y una gestión eficiente del tiempo de trabajo son aspectos fundamentales para Grupo Banca March.

CONCILIACIÓN

El Plan de Medidas de Conciliación de la entidad, accesible para todos sus profesionales, no se limita a cumplir con la legislación vigente, sino que la complementa de forma voluntaria con otras iniciativas.

Las medidas se explican ampliamente más adelante (apartado 5.2.2.3), pero se resumen en una cultura sociolaboral y empresarial basada en la corresponsabilidad, la confianza, la flexibilidad y el respeto y compromiso mutuo. En busca del Crecimiento Conjunto con sus profesionales facilita, por una parte, horarios más flexibles con la ayuda de la tecnología y, por otra, apuesta por la educación en nuevos estilos de liderazgo.

GESTIÓN DEL TIEMPO

El Banco viene desarrollando desde el año 2017 un plan de transformación digital que tiene entre sus líneas estratégicas la transformación de herramientas internas que permitan a los gestores un uso más eficiente del tiempo, con una reducción del tiempo dedicado a las tareas administrativas, de modo que puedan emplear su tiempo en funciones que aporten valor para los clientes y para su propio desarrollo. Cabe destacar en este sentido iniciativas como el sistema de relación con los clientes CRM o el traslado de la operativa al *call center*.

También el portal interno SOMOS contribuye a una mayor eficiencia y operatividad. Como punto único de acceso a todas las aplicaciones de los servicios de gestión de patrimonios, este portal centraliza los datos y asegura que el gestor tiene la información y visión de todo el contexto de su cartera para operar de manera eficiente e informada.

NÚMERO DE HORAS DE ABSENTISMO ⁴

NÚMERO DE HORAS DE ABSENTISMO	2021	2020
Total	70.668	70.057

FIRME APUESTA POR LA CONCILIACIÓN Y LA CORRESPONSABILIDAD

El Plan de Igualdad y Medidas de Conciliación se propone impulsar el equilibrio entre vida y trabajo de sus profesionales, promoviendo el Crecimiento Conjunto a través de medidas de flexibilidad y diferentes tipos de permisos.

El Plan da cuenta del respeto a la conciliación de la vida familiar y laboral y al apoyo en la igualdad de oportunidades; así como a la inclusión y la sensibilidad para con los más desfavorecidos, ya que voluntariamente va más allá de las obligaciones marcadas por ley.

4. Los datos de absentismo se refieren a ausencias (en número de días) por causas relacionadas con la salud o similares (un accidente, un accidente laboral o una enfermedad). Se considera absentismo la ausencia del profesional de su puesto de trabajo cuando estaba prevista su presencia. No se tienen en cuenta las ausencias permitidas, como las vacaciones, los permisos de maternidad o paternidad o los días de libre disposición.

Para calcular las horas de absentismo, se han tenido en cuenta las bajas médicas, tanto por contingencia común como contingencia profesional.

El fin que persiguen estas medidas es mejorar sus vidas, llegar a sus familias y, como consecuencia de ello, construir una marca empleadora exitosa.

FLEXIBILIDAD DE JORNADA

Existe un permiso de interrupción de jornada por distintas causas:

- Prácticas prenatales de preparación al parto.
- Horario especial en el último mes de embarazo, en caso de parto prematuro y hospitalización del neonato.
- Permiso de lactancia de 21 días naturales.
- Reducciones de la jornada por cuidado de los hijos.
- Permisos para realizar actividades solidarias.
- Permisos para formación relacionada o no con el puesto de trabajo.

EXCEDENCIAS

Otra de las medidas incluidas en el Plan son los días adicionales de vacaciones, así como la posibilidad de acogerse a un mes de excedencia no retribuido cuando se cumplen 15, 20, 25, 30, 35 o 40 años trabajando en la entidad.

OTRAS EXCEDENCIAS

El plan contempla también excedencias para:

- El cuidado de hijos, familiares y personas dependientes.
- Formación.
- Realizar acciones solidarias.
- Mantenimiento de convivencia.
- Excedencia voluntaria.

Número de trabajadores que se han acogido a los permisos de maternidad y paternidad. Número de permisos de un mes no retribuido por cuidado de hijos, técnicas de reproducción asistida, cuidado familiar y fidelidad

		2021	2020
Permiso de maternidades/ paternidades	Total	85	71
	Hombres	43	41
	Mujeres	42	30
Permiso mes no retribuido cuidado de hijos		4	2
Permiso mes no retribuido por técnicas de reproducción asistida		0	1
Permiso mes no retribuido cuidado familiares		0	0
Permiso mes no retribuido fidelidad		32	15

Las medidas de flexibilidad que se acaban de especificar –teletrabajo, excedencias o la reducción de jornada– también han sido adoptadas en las filiales de Banca March, como March RS, donde se han potenciado herramientas de flexibilidad laboral con la implantación de sistemas de teletrabajo y el desarrollo de una Guía de Conciliación.

El propio Código Ético de March RS indica que en la empresa “se actuará con criterios de corresponsabilidad encaminados a obtener el equilibrio entre la eficiencia y la conciliación de la vida laboral, personal y familiar”.

IMPLANTACIÓN DE POLÍTICAS DE DESCONEXIÓN LABORAL

Grupo Banca March reconoce el derecho a la desconexión digital de los profesionales como elemento fundamental para lograr una mejor ordenación del tiempo de trabajo en aras de mejorar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y así contribuir en el bienestar de la salud laboral del conjunto de sus profesionales.

El Banco trabaja para que, una vez superada la pandemia, el trabajo a distancia se practique de forma más organizada, con medidas para garantizar la desconexión digital y laboral.

Para ello, el año pasado se incorporó el registro de jornada y una guía de desconexión.

REGISTRO DIARIO DE JORNADA

El registro diario establecido respeta los derechos a la intimidad y a la propia imagen, mediante un sistema que proporciona los elementos de seguridad necesarios para garantizar la objetividad, fiabilidad, trazabilidad y accesibilidad del registro y garantizar la imposibilidad de manipulación.

DERECHO A LA DESCONEXIÓN DIGITAL Y LABORAL

Banca March garantiza el derecho de sus profesionales a la desconexión digital con el fin de asegurar que, fuera del tiempo de trabajo legal o convencionalmente establecido, se respetan los tiempos de descanso, los permisos y vacaciones o las bajas por enfermedad, así como la intimidad personal y familiar. La entidad parte de la base de que la desconexión digital contribuye a la salud de sus equipos porque disminuye problemas como la fatiga tecnológica o el estrés. De este modo, se mejora el clima laboral y la calidad del trabajo. La desconexión digital es además necesaria para hacer viable la conciliación de la vida personal y laboral.

Al regular este derecho, se tienen en cuenta todos los dispositivos y herramientas susceptibles de mantener la jornada laboral más allá de los límites de lo legal o convencionalmente establecido: teléfonos móviles, tabletas, aplicaciones móviles propias de las empresas, correos electrónicos y sistemas de mensajería o cualquier otro que pueda utilizarse.

El Banco reconoce el derecho de sus trabajadores a no atender dispositivos digitales fuera de su jornada de trabajo ni durante los tiempos de descanso, permisos, licencias o vacaciones, salvo que se den las causas de urgencia justificada. Banca March garantiza que las personas que ejerzan el derecho a la desconexión digital no se verán afectadas por ningún

tipo de sanción motivada por el ejercicio del mismo, ni se verán perjudicadas en sus evaluaciones de desempeño, ni en sus posibilidades de promoción.

- **Con carácter general**, las comunicaciones sobre asuntos profesionales se realizarán dentro de la jornada de trabajo. En consecuencia, deberá evitarse, salvo que se den las situaciones de urgencia, la realización de llamadas telefónicas, el envío de correos electrónicos o de mensajería de cualquier tipo fuera de la jornada laboral. Los trabajadores tienen derecho a no responder a ninguna comunicación una vez finalizada su jornada laboral diaria.
- Se considera que concurren **circunstancias excepcionales** muy justificadas cuando se trate de supuestos que puedan suponer un grave riesgo hacia las personas o un potencial perjuicio empresarial hacia el negocio cuya urgencia requiera de la adopción de medidas especiales o respuestas inmediatas.
- Para una mejor gestión del tiempo de trabajo, se procurará la adopción de las siguientes medidas:
 - **Programar respuestas automáticas** durante los periodos de ausencia, indicando las fechas en las que no se estará disponible y designando el correo o los datos de contacto de la persona a quien se hayan asignado las tareas durante tal ausencia.

- **Evitar las convocatorias** de formación, reuniones, videoconferencias, presentaciones, información, etcétera, **fuera de la jornada laboral** ordinaria diaria de cada trabajador.
- **Convocar las sesiones** indicadas en el párrafo anterior **con la antelación suficiente** para que las personas puedan planificar su jornada.
- **Incluir en las convocatorias la hora de inicio y finalización**, así como toda la **documentación** que vaya a ser tratada con el fin de que se puedan visualizar y analizar previamente los temas a tratar y las reuniones no se dilaten más de lo establecido.

5.3 SALUD Y SEGURIDAD

5.3.1 Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

Grupo Banca March está comprometida con la prevención de riesgos laborales y asume las responsabilidades que se derivan de tal compromiso.

Para la entidad, las obligaciones que indica la ley 31/1995 de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, así como su normativa de desarrollo, son un listón mínimo de actuación en este ámbito, puesto que uno de los principios básicos del Banco es promover la mejora continua de las condiciones de sus profesionales.

SERVICIO DE PREVENCIÓN

El servicio de prevención propio de Banca March pone en práctica la política preventiva definida por la empresa, que cubre al 100% del personal y que se materializa en:

- Evaluar los factores de riesgo que afectan a la seguridad y la salud de los profesionales del Banco.
- Diseñar, aplicar y coordinar los planes y programas de actuación preventiva.
- Determinar las prioridades en la adopción de las medidas preventivas adecuadas y la vigilancia de su eficacia.
- Informar y formar en materia de prevención y protección.
- Definir e implantar las instrucciones de emergencia, adecuadas a cada centro de trabajo.
- Proponer acciones preventivas encaminadas a controlar riesgos ergonómicos, así como medidas de mejora de las condiciones de trabajo en los puestos que lo precisan.
- Vigilar la salud de sus empleados en relación con los riesgos derivados de su trabajo.

Las filiales de Banca March tienen el servicio de prevención externalizado.

Inversis tiene un servicio médico presencial diario de hora y media de duración en las instalaciones de la compañía. Este horario se amplió desde el inicio de la pandemia por la COVID-19.

PÓLIZA COLECTIVA PARA HOSPITALIZACIONES POR LA COVID-19

Banca March mantiene en la actualidad una de las iniciativas más relevantes en materia de salud y seguridad que implementó durante la pandemia: la suscripción, por parte de todas las empresas del Grupo –a través de March RS y para todos sus profesionales– de un Seguro de Hospitalización y Post-hospitalización por la COVID-19. Se trata de un seguro gratuito para todas las personas beneficiarias que contempla una doble indemnización, un importe fijo y otro variable, en función de los días de hospitalización.

Banca March y sus filiales se establecen como respectivas tomadoras del seguro y asumen el coste de la prima, siendo los beneficiarios todos los profesionales del Grupo. Así, el seguro indemniza a los profesionales con diagnóstico positivo y hospitalización a causa de la COVID-19, tanto durante el periodo de hospitalización como en su post-hospitalización.



PLANIFICACIÓN PREVENTIVA

Todos los centros de trabajo de Banca March cuentan con un procedimiento para definir las actuaciones que se deben realizar de forma ordenada y temporalizada con el fin de mejorar las condiciones de trabajo y minimizar las situaciones de riesgo:

- Si en cualquier momento se identifican situaciones de riesgo, deben planificarse las actividades preventivas que proceda para eliminar o controlar y reducir dichos riesgos.
- El Banco se compromete a elaborar unos objetivos anuales en Prevención de Riesgos Laborales (PRL), con una serie de acciones que realizar para mejorar las condiciones de seguridad y salud.

Las leyes que rigen la política de Prevención de Riesgos Laborales de Grupo Banca March se rigen conforme a las leyes actuales en materia de Prevención y el Convenio Colectivo para la Banca Privada, entre otras.

INICIATIVAS EN MATERIA DE SALUD

Como empresa que persigue proteger y preservar la salud de sus profesionales, además de incluir las medidas de prevención de riesgos y de enfermedades laborales reguladas por ley, Banca March fomenta la actividad física, la alimentación saludable y el equilibrio psicosocial, con medidas como las siguientes:

- Recomendaciones sobre salud física, mental y emocional, además de la promoción de la actividad física mediante la participación en la Olimpiada Solidaria.
- Acceso a todos los profesionales a plataformas deportivas, con descuentos para realizar actividades deportivas.

- Celebración de la semana de la salud (física, mental y emocional).
- Divulgación mensual de información y buenas prácticas, en colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC).
- Cursos sobre salud y bienestar: gestión del tiempo, técnicas de relajación, gestión del estrés, curso de alimentación saludable y curso de gestión de la diversidad. Estos programas se describen en el apartado 5.5 sobre Formación.

SERVICIO MÉDICO

El servicio médico debe velar por promover la salud entre los profesionales y trabajar para prevenir o minimizar las enfermedades laborales y los riesgos de accidentes en el entorno laboral.

5.3.2 Accidentes de trabajo y enfermedades profesionales

		2021	2020
Nº Total de accidentes de trabajo ⁵	Hombres	1	1
	Mujeres	1	1
	Total	2	2
Índice de frecuencia de accidentes	Hombres	0,62	0,61
	Mujeres	0,69	0,70
	Total	0,65	0,65
Índice de gravedad	Hombres	0,001	0,002
	Mujeres	0,009	0,002
	Total	0,005	0,001
Nº bajas por enfermedad profesional	Hombres	0	0
	Mujeres	0	0
	Total	0	0

5. Accidentes de trabajo, en particular frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales, desagregadas por sexo.

- Índice de frecuencia de mujeres = (nº de accidentes con baja sin contar in itinere/nº de horas efectivas trabajadas por mujeres) x 1.000.000.
- Índice de frecuencia de hombres = (nº de accidentes con baja sin contar in itinere/nº de horas efectivas trabajadas por hombres) x 1.000.000.
- Índice de gravedad de hombres = (nº de días perdidos por accidente con baja sin contar in itinere/nº de horas efectivas trabajadas por hombres) x 1.000.
- Índice de gravedad de mujeres = (nº de días perdidos por accidente con baja sin contar in itinere/nº de horas efectivas trabajadas por mujeres) x 1.000.
- Los accidentes contabilizados son accidentes con baja sin contar in itinere

En relación con los indicadores de accidentabilidad, no se computan las bajas por COVID-19.

En relación con el número de horas trabajadas, no se computan los ERTE ni las bajas médicas (por accidente, COVID-19 o enfermedad común).

BIENESTAR PSICOSOCIAL

Consciente del impacto provocado por la pandemia, Inversis ha realizado una evaluación del bienestar psicosocial de sus profesionales.

5.4 RELACIONES SOCIALES

5.4.1 Confianza y comunicación transparente

Grupo Banca March promueve una cultura de valores y de alto rendimiento, en la que el trato cercano, las relaciones de confianza y una comunicación transparente desempeñan un papel crucial. Los elevados niveles de orgullo de pertenencia al proyecto y los excelentes resultados del Banco como marca empleadora se relatan en el apartado 5.1.2.

COMUNICACIÓN INTERNA

Banca March concibe la comunicación interna como una herramienta que facilita el funcionamiento eficaz de la organización, así como la cohesión del equipo humano que la constituye.

La Comunicación Interna, integrada en el área de Recursos Humanos vela porque la comunicación fluya a través de los distintos canales, de modo ágil, transparente y bidireccional, con la participación de los profesionales. Sobre la base de:

- **Información diaria, multicanal y actualizada**
- **Comunicación abierta, horizontal y colaborativa.** La transparencia, coherencia y fluidez en la comunicación tanto interna como externa, es una prioridad fundamental para Banca March.

- **Escucha activa de sus profesionales:**

Banca March promueve una comunicación con sus profesionales bidireccional.

Esta comunicación activa y bidireccional ha permitido poner el foco en aspectos clave que preocupan no solo a la entidad sino también a los profesionales:

- Mejora del liderazgo.
- Mejora de la formación, centrándose en el desarrollo y crecimiento de las personas.
- Reorganización de equipos para ganar en eficiencia y camaradería.
- Fomento del orgullo de pertenencia.
- Mejora de la comunicación interna y externa.
- Homogeneización de la cultura corporativa.

- **Incorporación de nuevas herramientas digitales y canales virtuales.**

LA IMPORTANCIA DE UN LIDERAZGO EFECTIVO

En una organización en la que el modelo de gestión de personas de Banca March pone al profesional en el centro de la estrategia el modelo de liderazgo es clave. Un liderazgo que fomente la comunicación, la transparencia y el crecimiento de todos los profesionales, ayudando a mejorar el compromiso y la motivación y por supuesto el logro de los objetivos individuales y colectivos.

Banca March promueve el crecimiento interno y la promoción de los profesionales mediante la medición del liderazgo individual y poniendo a disposición de la plantilla materiales y formación que favorecen un estilo de liderazgo propio y común en toda la organización:

- **Evaluación del liderazgo en la Evaluación 360°.** Todos los profesionales son evaluados en cuanto a la competencia de liderazgo, independientemente de si disponen de equipo a su cargo actualmente o no. De esta manera, se logra identificar personas que tienen capacidad de liderazgo antes de ser incluso responsables y pueden promocionar en algún momento.
- **Formaciones sobre liderazgo.** Dentro de la plataforma de formación hay disponible formación abierta sobre distintas competencias, entre ellas liderazgo.

- **Material de lectura sobre gestión de personas,** disponible en la Biblioteca Digital de Banca March.

- **Espacio en la web de Personas sobre liderazgo.** Todos los profesionales pueden conocer el modelo de liderazgo y consultar los manuales elaborados para los diferentes puestos.

- **Acción de corresponsabilidad.** En los últimos años se ha trabajado en el concepto de corresponsabilidad como una actitud aplicable a cualquier aspecto de la vida que pueda ayudar a una persona a conseguir objetivos de grupo comunes, pasando de la queja a la puesta en marcha, liderando iniciativas, responsabilizándonos del resultado final global y asegurándose de que salgan adelante.

UNA PERSONA, UN OBJETIVO

La experiencia profesional en Banca March es el resultado de un proceso fundamentado en la meritocracia, en el que los líderes son responsables no sólo de transmitir los mensajes, sino también de establecer objetivos concretos para cada uno de los colaboradores y valorar su consecución, según recoge el sistema de incentivos.

El sistema de incentivos está alineado con el Plan Estratégico vigente, por lo que se evalúan y contemplan objetivos en función de las prioridades de cada momento.

5.4.2 Relación con los representantes de los trabajadores

El 100% de los profesionales que trabajan en el Grupo Banca March están cubiertos por los convenios colectivos de los sectores a los que pertenecen, tanto en España como en Luxemburgo. Además, el contenido de dichos convenios se complementa con medidas que lo desarrollan y mejoran.

Los representantes de los profesionales son elegidos cada cuatro años por sufragio personal y secreto. Se mantienen reuniones periódicas con todas las secciones sindicales que tienen representación en la entidad y se les informa de los cambios relevantes en los términos previstos en la legislación vigente en cada momento.

Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.

	2021	2020
Personas Sindicato	82	68
Comités Sindicato	8	6
Frecuencia reuniones Comité Empresa	11	6

Nota: Las personas sindicato se refieren solo a Banca March e Inversis. El resto carece de ellas. La frecuencia de reuniones con el Comité de Empresa en el caso de Inversis es de 11 veces al año. (Diseño: insertar como nota al pie de la tabla)

5.5 FORMACIÓN

5.5.1 Políticas implementadas en el campo de la formación

Banca March se caracteriza por ofrecer a sus profesionales formación especializada, de calidad superior y con certificaciones a nivel europeo. El 100% de los profesionales de Banca March ha recibido formación en los últimos cinco años, con una inversión por profesional superior a la media del sector financiero. Se apuesta por la excelencia y la diferenciación, con un plan formativo anual adaptado a las necesidades de los equipos y al contexto de cada momento. Asimismo, se fomenta la motivación y la innovación entre todos los profesionales. A lo largo del último año se ha ampliado la oferta con programas sobre sostenibilidad y ayudas para la realización de proyectos docentes y de investigación académica. En colaboración con la Universidad de

Oviedo, se puso en marcha el Doctorado Banca March, gracias al cual, cada año, profesionales de la entidad cursarán el doctorado en Economía y Empresa.

En 2021 destinó 920 euros por profesional (frente a los 723 euros de 2020 y los 221 euros del resto de entidades según el Grupo de Responsables de Formación de Entidades; GREF, a cierre de 2020). Para la entidad, la formación y el desarrollo profesional son esenciales en el desarrollo de su estrategia. Los indicadores de formación muestran una evolución sostenida en los últimos 5 años.

La política de formación, además, se gestiona bajo los valores de exigencia, esfuerzo y ambición: Banca March se propone ser la mejor escuela de formación de gestores de la banca española, no solo para ahorradores sino también para el asesoramiento de la empresa familiar. Por una parte, ofrece a los clientes el mejor asesoramiento; por la otra, potencia el rendimiento de sus profesionales en sus puestos actuales y los prepara para su promoción interna.

Los planes de formación son objeto de constante actualización y revisión, de acuerdo con el mapa de conocimientos que ha sido definido. Para elaborarlos, cada año el equipo de formación se reúne con los responsables de todas las áreas y unidades del Banco, con el fin de que la formación llegue a todos por igual y para que responda a las necesidades de cada equipo.

Grupo Banca March también ofrece formaciones en materia de igualdad, gestión de personas integradoras y sostenibilidad, con el objetivo de ayudar a que todas las personas sean miembros integrales de la entidad y ayuden a otros compañeros a desarrollar su máximo potencial con valores y motivación. También impulsa la realización de conferencias con una perspectiva social y de superación.

ACCIONES DE FORMACIÓN Y RECURSOS FORMATIVOS DESTACADOS EN 2021

Plan de formación alta dirección

El Consejo y el Comité Ejecutivo participaron en sesiones de formación sobre los siguientes temas: Normativa, continuidad y resiliencia operativa, riesgos de terceros, transformación digital y estrategia de riesgos y aspectos ASG.

Biblioteca eMarch

En 2021 se superaron las 1.350 horas de aprendizaje y se consumieron hasta 450 recursos ofrecidos por la herramienta.

El contenido de la biblioteca es accesible también para familiares de empleados y para todas las empresas del Grupo. Hay disponibles hasta seis dispositivos por persona.

Doctorado Banca March con Universidad de Oviedo

A lo largo del último año el Banco ha ampliado la oferta formativa con ayudas para realizar proyectos docentes y de investigación académica. En colaboración con la Universidad de Oviedo, en 2020 se puso en marcha el Doctorado Banca March, gracias al cual, profesionales de la entidad cursan cada año el doctorado en Economía y Empresa. Entre los temas que puede abarcar el doctorado se encuentra el de sostenibilidad económica.

MiFID II: finaliza el periodo de adaptación

La Directiva 2014/65/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de mayo de 2014 (más conocida como MiFID II) obligó, entre otras muchas exigencias, a que “todos los profesionales que asesoran o informan a clientes sobre instrumentos financieros, servicios de inversión o servicios auxiliares, posean los conocimientos y competencias necesarias”.

Banca March inició en 2016 un plan formativo para que todos sus profesionales con funciones de asesoramiento e información se formaran y obtuvieran el certificado correspondiente. En 2021 la mayor parte de los profesionales ya estaban acreditadas, no obstante, se siguieron convocando cursos para cumplir con MiFID II y se promovió la participación en los exámenes correspondientes.

EFPA ESG Advisor, nueva certificación europea

Esta formación, además de ofrecer un amplio conocimiento en la materia, es un curso preparatorio para obtener el título *EFPA ESG Advisor*, recientemente lanzado por European Financial Planning Association (EFPA) España.

Se trata de una nueva certificación europea dirigida a los profesionales de asesoramiento financiero que quieran complementar sus conocimientos y competencias certificadas y adquirir una cualificación en relación con los factores ASG para la distribución de productos y servicios financieros.

“En un entorno en que los inversores cada vez están más concienciados sobre el impacto social y medioambiental de las decisiones financieras, la planificación y el asesoramiento profesional resultan imprescindibles. Sabemos que solo a través de la excelencia y la especialización podemos ofrecer a nuestros clientes el mejor servicio, de ahí todos los recursos que destinamos a la formación de nuestros asesores y de todos los profesionales de Banca March”.

Sonia Colino,
directora de Desarrollo, Comunicación y Marca

Programas de especialización

Cada año Banca March lleva a cabo un proceso por el que se autorizan programas de especialización. Los candidatos son presentados por las áreas y en su selección se priorizan aspectos como el elevado potencial, la madurez profesional, el cumplimiento de objetivos, el compromiso con la entidad y el alineamiento con las políticas y la cultura corporativa.

Talleres estratégicos por segmentos

Con periodicidad trimestral, se han organizado talleres para cubrir aspectos estratégicos de cada segmento.

Otros cursos

- Posicionamiento en redes sociales.
- Gestión híbrida de proyectos.
- Programa específico para el colectivo de talento.
- Negociación comercial en remoto.
- Formación Web y App.
- Reputación y riesgo reputacional.
- Buenas prácticas.
- Programas de igualdad y diversidad.
- Formación general en Finanzas Sostenibles.

- *Sustainability and Climate Risk.*
- Conferencias en concienciación en sostenibilidad.

5.5.2 Horas de formación por categoría profesional

FORMACIÓN	2021
Total	133.250
Dirección	8.611
Gerentes	29.088
Técnicos	95.551

Nota. Las horas reportadas obedecen a las realizadas de formación formal. Banca March suma a esta estadística un montante de horas de formación informal importante que corresponden a la visualización de vídeos, el conocimiento compartido y los accesos a la Biblioteca eMarch.

5.6 ACCESIBILIDAD

Grupo Banca March garantiza el cumplimiento de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad, así como su inclusión social. Se trabaja constantemente la mejora de la accesibilidad universal de las personas con capacidades diferentes.

La entidad lucha por eliminar las barreras sociales, comunicativas y físicas.

Barreras de comunicación

Web y Banca a distancia. La web pública y la banca a distancia de Banca March cumplen los estándares de Accesibilidad AA establecidos por World Wide Web Consortium (W3C), la comunidad internacional e independiente que define todos los protocolos y estándares web.

A continuación, se detalla cómo se adapta el puesto de trabajo a un profesional con discapacidad visual:

- Se utilizan lámparas especiales de luz blanca, cuyo proveedor es la ONCE.
- Se adapta en su ordenador el sistema Windows XP para conseguir una visualización de alto contraste.
- Se adaptan los colores del explorador y el puntero del ratón a tamaño máximo.

- Para la lectura de documentos se instala una *telelupa*, cuyo proveedor también es la ONCE. Este instrumento aumenta el tamaño de la letra e invierte los colores (lo que es blanco pasa a ser negro y viceversa).
- Se utiliza ZoomText, un software específico, también proporcionado por la ONCE, que adapta el programa SAP a los requisitos de visión de la persona.
- Se proporcionan opciones de magnificación de pantalla y lector de documentos.

Barreras arquitectónicas

Se denominan barreras arquitectónicas a los elementos que obstaculizan o que impiden la movilidad, comunicación e integración de personas, ya sea en el ámbito público exterior como en los interiores de edificios.

Banca March se compromete con la accesibilidad universal y la supresión de barreras que impidan o dificulten la plena normalización social de las personas con alguna discapacidad. Los nuevos edificios y oficinas de la entidad que se están remodelando cumplen las disposiciones de la normativa vigente; entre ellas, la Modificación del Código Técnico de Edificación Real Decreto –CTE– 173/2010, 19 de febrero, Sección SUA 9 Accesibilidad, en virtud del cual todas las nuevas oficinas remodeladas son completamente accesibles por todos los públicos.

5.7 IGUALDAD

El Plan de Igualdad de Oportunidades y Medidas de Conciliación de Banca March impulsa la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres, y avanza en las medidas de conciliación de la vida laboral y personal.

Con el fin de que las acciones definidas en dicho plan resulten efectivas en aras de una igualdad real, la entidad ha constituido la Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad de Oportunidades, de composición paritaria y en la que están presentes a partes iguales representantes del personal y de la dirección.

Además, la entidad apuesta por la rotación interna como elemento fundamental de crecimiento de los profesionales, potenciando su desarrollo y favoreciendo la capacidad de promoción interna de la organización, de acuerdo con los valores corporativos de confianza mutua y equidad.

Este plan de igualdad se aplica también en las filiales del Grupo **March AM** y **March Vida. Inversis** está trabajando en la aprobación de su Plan de Igualdad.

5.7.1 Principales medidas adoptadas

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN LA CONTRATACIÓN

El Banco ha implantado acciones específicas que ayuden a garantizar la igualdad de oportunidades en los procesos de selección:

- Incorporación de, al menos, un perfil femenino entre las personas candidatas que se entrevistan y entre las candidaturas finales.
- Publicación de ofertas con menciones a la igualdad de oportunidades y el uso de vocabulario no sexista.
- Análisis en detalle de los procesos de selección donde no haya habido ninguna mujer en la terna de candidaturas y de sus causas, así como en aquellos donde se haya producido una discriminación positiva a favor de la mujer.
- Porcentaje de hombres y mujeres seleccionados.
- Número de bajas en la entidad desglosadas por sexo con indicación de los motivos de la baja.
- Formación en igualdad al equipo de selección.

- Incorporación a la organización de personas en prácticas con alguna discapacidad en colaboración con la Fundación Adecco. El programa ha tenido muy buena acogida entre los propios profesionales que realizaron las prácticas y entre los compañeros del banco.

DESARROLLO IGUALITARIO

Banca March promueve el desarrollo interno y la promoción de los profesionales. La entidad concibe la experiencia profesional como resultado de un proceso de aprendizaje fundamentado en la meritocracia, el trabajo en equipo, la capacidad creativa y el aprovechamiento de la formación excelente.

El Grupo dispone de diversas herramientas que garantizan la igualdad de oportunidades en el desarrollo y crecimiento profesional, identifican el talento dentro de la organización y definen el futuro profesional de personas candidatas sobre la base de su voluntariedad:

En el apartado 5.5 de Formación de este mismo capítulo se explican los cursos que Banca March imparte, que llegan al 100% de los profesionales.

EVALUACIÓN 360°

Los procesos de evaluación contemplan la revisión tanto de las competencias, como del desempeño y la actitud. En este tipo de procesos participan todos los profesionales de la entidad, con el fin de mejorar e impulsar su desarrollo.

El resultado de estas evaluaciones ayuda a planificar acciones formativas, así como a promover las rotaciones y promociones. También incide en la retribución individual y permite que aflore el talento.

En el año 2021 se incorporaron 22 itinerarios formativos ligados a cada una de las competencias. Estas formaciones, visuales, guiadas, breves y flexibles se realizan *online* y están accesibles para todas las personas que forman parte de la organización.

PLAN DE SUCESIONES

Este plan contempla diversas iniciativas que garantizan la disponibilidad de los profesionales más idóneos, debidamente preparados y en disposición de asumir nuevas responsabilidades para los puestos identificados como clave para la entidad.

Así se elabora un mapa de sucesiones para el equipo directivo con distintos horizontes temporales, estableciéndose planes de formación y de rotación interna, que se desarrollan bien de manera individual o en grupo.

PLAN TALENTO

Con el fin de ofrecer oportunidades a las nuevas generaciones y promover el impulso del talento más joven, Banca March diseñó el programa de Nuevo Talento. Un programa que permite construir relaciones de largo plazo con los profesionales que se incorporan, favoreciendo su integración en la cultura corporativa y su alineación con los valores de la entidad. El programa incluye acciones de formación, rotación y desarrollo.

CENTROS DE EXCELENCIA

Banca March es la mejor escuela en asesoramiento de la banca española y promueve la formación y máxima cualificación de sus profesionales para ofrecer el mejor servicio a los clientes del Grupo.

En los Centros de Excelencia, se persigue formar y potenciar el desarrollo profesional de los recién incorporados. Es una aplicación directa de la misión de Crecimiento Conjunto: ofrecen a personas con poca experiencia profesional la posibilidad de formarse en un centro distinguido por contar con grandes profesionales que reúnen conocimiento del negocio, experiencia y capacidad de liderazgo para transmitir la cultura corporativa y para gestionar a las personas desde la motivación, el entusiasmo y el compromiso. De esta manera, el Banco se asegura de que estos talentos adquieran

las habilidades y conocimientos prácticos necesarios para su crecimiento personal y profesional en el seno de la entidad.

5.7.2 El Plan de Igualdad del Grupo Banca March

Banca March asume el compromiso de proporcionar un entorno de trabajo no discriminatorio, donde se trate con justicia y respeto a todos los profesionales; se promueva su desarrollo y se recompense en función del desempeño, evitando cualquier tipo de discriminación. Todas las medidas se recogen en el Plan de Igualdad de la entidad, ya mencionado anteriormente (apartado 5.7.1).

En 2021 Banca March ha comenzado el proceso de revisión, adecuación y certificación de las políticas y prácticas de igualdad, de acuerdo con la normativa vigente y buenas prácticas en esta materia.

5.7.3 Compromisos contra la discriminación

Banca March ha asumido el compromiso de proporcionar un entorno de trabajo no discriminatorio donde se trate con justicia y respeto a todos los profesionales, se promueva su desarrollo y se recompense su trabajo en función del desempeño, evitando siempre cualquier tipo de discriminación, por razones de género, raza, edad, nacionalidad, orientación sexual, discapacidad, lengua, ideología política o religiosa, afiliación política o sindical o cualquier otra circunstancia que no se relacione objetivamente con las condiciones de trabajo.

En este sentido, el Banco dispone de un protocolo para la prevención del acoso, que vela por la prevención, el tratamiento y la eliminación de cualquier tipo de comportamiento de esta naturaleza dentro del ámbito profesional de la entidad.

“Quiero transmitir mi ilusión, y la de todo el Comité de Dirección, en el desarrollo de este proyecto y pedir a todos los profesionales toda su colaboración. Se trata de un proyecto que, sin duda, nos ayudará a seguir construyendo un lugar excelente para trabajar”.

Anselmo Martín-Peñasco Ciudad,
director de Recursos Humanos

El protocolo establece un procedimiento interno que habrán de seguir sus empleados, sean hombres o mujeres, que estimen que son víctimas de una situación personal de acoso sexual y/o moral, con independencia de las acciones legales que puedan interponerse al respecto ante cualesquiera instancias administrativas o judiciales, para exigir las responsabilidades administrativas, sociales, civiles o penales que, en su caso, correspondan.

El hecho de que ser reconocidos como un lugar excelente donde trabajar por parte de consultoras de referencia como Great Place To Work (GPTW) y Top Employers, así como los resultados de las encuestas de clima laboral y de Experiencia del Empleado, indican que el orgullo de pertenencia a la organización es elevado y disipa dudas sobre situaciones de eventual discriminación. A este respecto, se puede consultar el apartado 5.1.3.

En el caso de **March RS**, la comunicación se cursará a través de un formulario que será accesible desde el gestor documental de la entidad, habilitado de forma exclusiva para este fin.

Inversis no dispone de política específica en materia de discriminación.

#CEOPORLADIVERSIDAD

Banca March ha renovado su compromiso con la Alianza #CEOPorLaDiversidad, una iniciativa promovida y liderada por la Fundación Adecco y la Fundación CEOE que se propone “contribuir con la innovación y el desarrollo de estrategias y políticas empresariales de diversidad, equidad e inclusión (De&I) en las organizaciones y empresas españolas”.

La Alianza persigue unir a los primeros ejecutivos de las principales compañías españolas en torno a una visión común e innovadora de De&I y a reducir los factores que puedan motivar desigualdad y exclusión dentro de las compañías.

Para Banca March, la iniciativa refuerza su empeño de proporcionar un entorno de trabajo en el que se trate con justicia y respeto a todos los profesionales y donde se evite cualquier tipo de discriminación por razón de género, raza, edad, nacionalidad, orientación sexual, discapacidad, lengua, ideología política o religiosa, afiliación política o sindical o cualquier otra circunstancia ajena al trabajo o contraria a la normativa vigente.



06. DERECHOS HUMANOS

6.1 INFORMACIÓN GENERAL

6.1.1 Principales riesgos

Los derechos humanos constituyen una preocupación para todos los GI de Banca March. En línea con su cultura corporativa, el Banco se compromete a respetarlos y a promoverlos en su ámbito de actuación, y a prevenir, o en su caso, minimizar, cualquier vulneración que pueda provocar nuestra actividad de forma directa.

Entre los riesgos a los que se encuentra sometida la entidad se encuentran los riesgos reputacionales derivados de casos en los que pudieran fallar los mecanismos de debida diligencia en materia de Derechos Humanos, o de casos en los que no se consiga dar respuesta adecuada y a tiempo a la creciente demanda de acción por parte de sus GI.

6.1.2 Políticas y compromisos

Banca March dispone de un Código Ético y de Conducta de obligado cumplimiento para todos los profesionales, que se fundamenta en los valores de calidad, confianza y compromiso social.

El Código Ético y de Conducta promueve los siguientes principios de actuación:

- Cumplimiento de las leyes y la normativa vigente.
- Respeto a las personas, las culturas, las instituciones y el medioambiente.
- Integridad.
- Transparencia.
- Confidencialidad.
- Protección de datos personales.
- Excelencia y profesionalidad.
- Responsabilidad social.

El Banco cuenta con un Comité de Seguimiento del Código Ético y de Conducta que tiene como objetivo velar por que se cumplan sus principios. También propone eventuales medidas correctoras.

El respeto a la dignidad de la persona y a sus derechos fundamentales constituye un elemento fundamental de la conducta de Banca March y de sus filiales, conforme a los estándares internacionales que incluyen la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Mundial de Naciones Unidas y los principios de actuación y las recomendaciones para el desarrollo de la actividad de negocios publicados por la ONU, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT).



CANAL DE DENUNCIA CONFIDENCIAL DE BANCA MARCH

Es una herramienta que permite comunicar, de manera confidencial y a través de un sencillo formulario, aquellas actividades y conductas (ya sean de carácter financiero, contable o tengan relación con el control y la auditoría interna) que puedan ser contrarias a la normativa legal o a los principios o normativa interna de Banca March. Cualquier consulta, denuncia o comunicación de los profesionales de la entidad puede ser atendida a través de este vehículo de comunicación bidireccional.

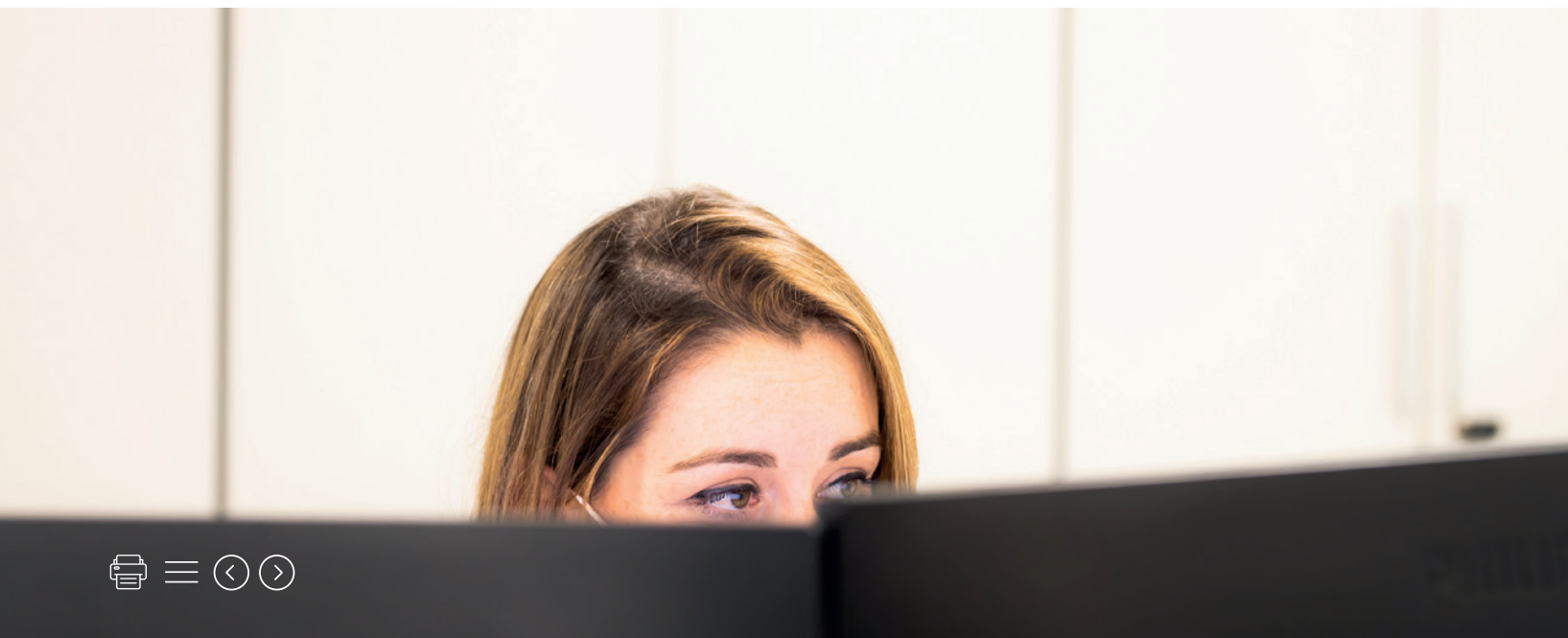
En especial, se pone el foco en aquellas de las que pudiera derivarse el incumplimiento de la legalidad vigente o el incumplimiento del Código de Ética y de Conducta interno y/o en general de las normas internas del banco, como las situaciones de acoso moral o psicológico en el ámbito laboral (*mobbing*) o acoso sexual.

Cuando se lleva a cabo una denuncia a través de la Intranet de la entidad, el Comité de Seguimiento del Código Ético y de Conducta encarga una investigación y decide al respecto una vez reciba las conclusiones de aquella. A través de un proveedor externo se preserva la confidencialidad del comunicante o su anonimato si está relacionada con la prevención del blanqueo de capitales,

financiación del terrorismo o abuso de mercado. Paralelamente, una auditoría interna realizará un seguimiento de las comunicaciones tramitadas con el fin de preservar que sea un proceso justo y confidencial.

CANAL DE DENUNCIA EN INVERDIS

Inverdis cuenta con su propio canal de denuncias con la finalidad de recibir quejas o comunicaciones, de forma confidencial, relacionadas con las malas prácticas en asuntos financieros y contables de potencial trascendencia en Inverdis; así como situaciones de acoso moral o psicológico en el ámbito laboral o acoso sexual, protegiendo la identidad del denunciante.



Para preservar los valores corporativos de la Sociedad, además de la mera responsabilidad personal sobre las actuaciones individuales, se requiere el compromiso de los profesionales de poner de manifiesto, mediante su oportuna comunicación, aquellas situaciones que, aun no estando relacionadas con sus actuaciones o ámbito de responsabilidad, consideren éticamente cuestionables.

En el caso de Inversis, la comunicación se cursará a través de un formulario, que estará accesible desde su intranet. La identidad del comunicante siempre será confidencial y la denuncia será recibida por Cumplimiento Normativo y el Presidente de la Comisión Mixta de Auditoría y Riesgos. Al igual que en Banca March, una auditoría interna hará un seguimiento anual de las comunicaciones tramitadas con el fin de comprobar que se hayan tramitado de forma justa y correcta.

6.1.3 Resultados de la aplicación de las políticas e indicadores

No se han detectado casos de discriminación en materia de derechos humanos. Por tanto, no se han llevado a cabo acciones correctivas.

No se han detectado operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.

No se han detectado operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.

No se han detectado operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.

6.2 INFORMACIÓN DETALLADA

Grupo Banca March no ha sido objeto de denuncia alguna en relación con la libertad de asociación, el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio o la abolición efectiva del trabajo infantil.



07. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

7.1 INFORMACIÓN GENERAL

7.1.1 Principales riesgos

Los conflictos de intereses y el blanqueo de capitales figuran entre los principales riesgos que afectan al sector financiero en materia de corrupción y soborno.

PREVENCIÓN DE CONFLICTOS DE INTERESES EN BANCA MARCH

Banca March aprobó el 30 de noviembre de 2021 su Política de Conflicto de Intereses, en cumplimiento de lo que dispone la normativa española y comunitaria sobre la cuestión.

El plan establece un procedimiento de actuación, que abarca desde la comunicación de las situaciones que puedan surgir hasta las diferentes medidas que deben adoptarse para darle solución a la situación, sin perjuicio de las medidas de prevención de estos conflictos que deberá cumplir cada uno de los profesionales del Grupo.

Condiciones en las que concurren un conflicto de intereses

- Surge en la prestación de un servicio de inversión o auxiliar.

- Se plantea entre el cliente y el Banco, una persona vinculada al Banco por una relación de control, o las personas pertinentes (entendiéndose por tales los consejeros, directivos, profesionales o proveedores de la entidad). O bien se da entre dos o más clientes, frente a cada uno de los cuales el banco mantiene obligaciones.

- Se produce si el Banco, una persona vinculada a este por una relación de control o una persona pertinente (consejeros, directivos, profesionales o proveedores de la entidad) se encuentra en alguna situación que comprometa la estabilidad y proporcionalidad entre las partes. De entre estas situaciones, cabe destacar:

- El escenario de que puedan obtener un beneficio financiero.
- La posibilidad de que puedan evitar una pérdida financiera a expensas del cliente, con determinadas excepciones.
- El hecho de que puedan tener incentivos financieros o de otro tipo para favorecer los intereses de otro cliente o Grupo de clientes frente a los intereses del cliente.

Una vez establecido qué se entiende por conflicto de intereses, se ha delimitado en qué circunstancias se puede dar lugar a él en un servicio de inversión, así como qué medidas deben adoptarse para evitarlo.

Factores que considerar en un seguimiento

Banca March ha delimitado un registro de conflicto de intereses, en el que la Unidad de Cumplimiento Normativo realizará un seguimiento a partir de los siguientes elementos:

- Los servicios o actividades en los que haya surgido o pueda surgir el conflicto.
- El motivo de la existencia del conflicto de intereses.
- La persona que lo ha generado.
- El canal a través del que se comunica.
- La justificación que la persona sujeta ha dado a la Unidad respecto de la existencia de dicho conflicto de intereses.
- El medio a través del cual se informa al cliente, en caso de que llegase a comunicarle su existencia.

Procedimiento a seguir

Las Unidades que presten servicios o realicen actividades de inversión deben comunicar a la Unidad de Cumplimiento Normativo todos los conflictos de intereses surgidos en la prestación de sus servicios o actividades. Recibida la comunicación, la Unidad de Cumplimiento Normativo valorará la existencia de medidas mitigadoras.

En función de la gravedad del conflicto de intereses y su tipología, la Unidad de Cumplimiento Normativo decidirá sobre la necesidad de adoptar de forma individualizada medidas adicionales concretas; proponer al Comité de Producto que adopte medidas restrictivas que pudieran afectar a la comercialización de productos, y/o informar al Comité de Dirección y a la Comisión de Auditoría, cuando, por su gravedad, el conflicto de intereses identificado pudiera generar un riesgo elevado para el Banco.

En aquellos casos en que las medidas que se adopten no resulten suficientes para garantizar que se prevean riesgos de perjuicio para los intereses del cliente, se procederá a revelar al cliente en soporte duradero y antes de prestarle el servicio o de realizar la actividad de inversión todo lo relativo al conflicto de intereses que pudiera surgir. La información que se dé al cliente debe estar lo bastante detallada como para que este comprenda la situación y pueda tomar una decisión fundamentada y consciente de los riesgos que conlleva.

El director de la Unidad de Cumplimiento Normativo informará, al menos, anualmente y por escrito, al Comité de Dirección y a la Comisión de Auditoría de las situaciones que figuren recogidas en el registro de conflicto de intereses.

También la Unidad se encargará de revisar anualmente la adecuación y eficacia de la Política de conflictos de interés, adoptando y proponiendo las medidas oportunas para

corregir las deficiencias que se adviertan y proponiendo la actualización de la misma para aquellos aspectos que así lo requieran.

PREVENCIÓN DE BLANQUEO DE CAPITALES EN BANCA MARCH

La prevención del blanqueo de capitales es uno de los asuntos que requiere una atención preferente por parte de todos los profesionales del Grupo. Los esfuerzos se concentran en:

- Evitar la utilización de la red comercial en operaciones de blanqueo de capitales provenientes de actividades delictivas. Cualquier indicio o sospecha al respecto es comunicada a la Unidad de Prevención del Blanqueo de Capitales.
- Cumplir escrupulosamente con la normativa aplicable y las directrices emanadas del Servicio Ejecutivo de la Comisión de Prevención del Blanqueo de Capitales (SEPBLAC).
- Estar alerta en operaciones que pudieran dar cobertura a actividades terroristas o delictivas.

Marco de actuación

- **Instrumento:**
Banca March dispone de un Manual de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo, que incluye

las últimas novedades en la materia y que fue aprobado en Consejo de Administración el 23 de marzo de 2021.

• Responsabilidad:

Todo el personal de la Entidad está obligado a conocer las modificaciones que se han ido aprobando en el Banco sobre la cuestión, hasta el punto de que se ha incorporado un mecanismo para dejar constancia de que, a través de la Intranet, cada profesional ha recibido efectivamente la nueva información. Los profesionales están igualmente obligados a formarse sobre la normativa en materia de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo.

• Control interno:

El órgano de control interno es el Comité de Prevención del Blanqueo de Capitales y de la Financiación del Terrorismo, que se reúne con carácter mensual. Este comité está formado por las siguientes personas: un presidente, cuatro vocales y un secretario. Asiste también a sus reuniones el director de Auditoría Interna de Banca March.

• Funciones del Comité de Prevención:

- Proponer al Comité de Dirección las modificaciones que sea preciso introducir en el Manual de Prevención del Blanqueo de Capitales y de la Financiación del Terrorismo, para elevarlo después al Consejo de Administración, previo el informe favorable de la Comisión de Auditoría.

- Acordar las operaciones que deban comunicarse al SEPBLAC.
- Determinar los supuestos en los que el cumplimiento de las normas de identificación y de información sobre la actividad económica deberá ser especialmente riguroso.
- Determinar en qué supuestos la apertura de cuentas requerirá la autorización de la Dirección de Prevención del Blanqueo de Capitales y de la Financiación del Terrorismo.
- Establecer las medidas reforzadas de seguimiento de la relación de negocios que se aplicarán a los clientes, así como determinar aquellos otros clientes a los que dichas medidas se aplicarán.
- Establecer las líneas básicas de las acciones formativas que deberán realizarse para que el personal del banco y de las entidades de su grupo tenga conocimiento de las exigencias derivadas de la normativa de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo.
- Adoptar todas las demás medidas que sean precisas para prevenir e impedir que se utilice al banco y a las entidades de su grupo, para el blanqueo de capitales o para la financiación del terrorismo.

INVERDIS

Prevención de conflictos de intereses

En Inverdis están establecidas una serie de directrices y procedimientos para prevenir los conflictos de intereses que puedan surgir en los distintos ámbitos de nuestra actividad.

A estos efectos, los profesionales de las entidades que forman parte de Inverdis, deben actuar bajo los principios básicos de ética, profesionalidad, imparcialidad y confidencialidad, asegurando la protección de la clientela.

Con la finalidad de prevenir posibles conflictos de intereses, mantendrán permanentemente actualizada una declaración en la que consten sus vinculaciones económicas, familiares o de otro tipo con clientes, sociedades cotizadas en Bolsa u otras personas físicas o jurídicas que puedan generar situaciones de conflicto de intereses.

7.1.2. Políticas y compromisos

A la Unidad de Prevención del Blanqueo de Capitales de Banca March incumbe que se cumpla estrictamente la legislación que regula esta materia. Para ello cuenta con aplicaciones informáticas específicas y con el apoyo de la red de oficinas.

- **Aplicaciones informáticas:**
Proporcionan los datos de las operaciones que cada mes deben comunicarse a las autoridades competentes (en cumplimiento del llamado deber de *reporting* sistemático), así como una valiosa información sobre operaciones que presentan indicios sospechosos y que, por tanto, deben ser examinadas con especial atención.

- **Red de oficinas:**
Colaboran con la Unidad, al comunicar todas aquellas operaciones realizadas por sus clientes que, a juicio de las respectivas oficinas, presentan indicios sospechosos.

Dicha Unidad informa cada mes al Comité de Prevención del Blanqueo de Capitales de las operaciones sujetas al *reporting* sistemático, operaciones sospechosas y, en general, todas las cuestiones de interés que guarden relación con la prevención del blanqueo de capitales.

Este comité analiza y debate la política de prevención del blanqueo de capitales que el Banco ha de seguir, y es también el órgano encargado de adoptar los acuerdos que proceda o de proponer su adopción al Consejo de Administración, además de fijar los criterios y las pautas de actuación por los que ha de regirse el departamento de Prevención del Blanqueo de Capitales.

March RS e **Inversis** cuentan con procedimientos propios y sistemas para impedir o controlar las actuaciones a través de sus Códigos de Conducta.

7.1.3 Resultados de la aplicación de las políticas e indicadores

Banca March no ha tenido que evaluar ninguna operación por entenderla relacionada con un caso de corrupción por parte de las áreas de cumplimiento normativo, ni tampoco en materia de prevención de blanqueo de capitales.

Todos los miembros de los órganos de gobierno son conocedores de las políticas y procedimientos anticorrupción de Banca March, dado que son precisamente quienes aprueban el Manual de Prevención de Riesgos Penales.

Asimismo, todos los profesionales tienen a su disposición el Manual de Prevención de Riesgos Penales en la Intranet corporativa.

También los proveedores son conocedores del Código Ético de la compañía.

7.2 INFORMACIÓN DETALLADA

7.2.1 Medidas adoptadas

CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA DE BANCA MARCH

Banca March dispone de un código ético en el que se recogen los principios de actuación que deben seguir todos sus profesionales para ajustar su conducta a los valores de la entidad: compromiso, esfuerzo, exigencia, integridad y ambición. Este código ético implica a todos por igual y refuerza la importancia que tienen dichos valores.

Es un ejemplo de cómo el Grupo se asegura de que la integridad no se quede en palabras y sea una realidad.

Banca March quiere ser un referente como proveedor de servicios financieros, lo que significa asesorar de manera sostenible y responsable a los clientes, alineando sus intereses con los suyos y, en definitiva, contribuyendo a crear una sociedad más próspera, informada e íntegra.

CONTRA EL BLANQUEO DE CAPITAL

Ya desarrollado en el apartado 7.1, se recoge en el manual de Prevención del Blanqueo de Capitales, de obligado cumplimiento, y que se encuentra a disposición de todos sus profesionales en la Intranet corporativa.

CANAL DE DENUNCIAS

Como se mencionó en el apartado 6.1.2, Banca March pone a disposición de sus empleados un Canal de Denuncias Confidencial, cuyos objetivos son:

- Establecer una medida eficaz para la prevención y detección de conductas ilícitas o irregulares.
- Habilitar medidas de control sobre la actividad de Banca March.
- Contribuir a la mejora continua de los procesos internos de Banca March, al ser una fuente de información que permitirá identificar e influir sobre las políticas, procedimientos o prácticas que deban modificarse para prevenir futuras malas prácticas.

REGALOS

El código ético del Banco obliga a sus profesionales a no solicitar ni aceptar regalos, pagos, comisiones, servicios o invitaciones de sus clientes o proveedores, ni tampoco de quienes quieran establecer una relación con Banca March como potenciales clientes o proveedores, ni por quien actúe por cuenta de ellos.

La excepción a esta norma cubre solo las atenciones que se consideren habituales u ordinarias en los negocios, como objetos de propaganda, detalles de cortesía, o bien aquellos que se encuentran dentro de unos límites de valor razonable.

INCOMPATIBILIDADES

Las personas que trabajan en Banca March desempeñarán una conducta honesta en las relaciones con todo tipo de interlocutores, no ejerciendo posiciones de poder para obtener ventajas patrimoniales u oportunidades de negocio de las que tengan conocimiento como consecuencia de su actividad, aplicando criterios objetivos en la toma de decisiones y sin vinculaciones que puedan interferir en la gestión de los intereses propios de la entidad.

Los profesionales no deben desarrollar actividades profesionales que puedan suponer una merma en el desempeño, limiten la disponibilidad o flexibilidad de horario y dedicación, o puedan concurrir con la prestación de servicios financieros por parte de las empresas de Grupo Banca March. La gestión de asuntos y negocios personales y familiares, la realización de actividades benéficas, la enseñanza o difusión de conocimientos, o cualquier otro tipo de actividades que limiten la disponibilidad o flexibilidad de horario y dedicación, deben ser autorizadas conforme a los criterios establecidos en el Código Ético.

FINANZAS PERSONALES

En la gestión del patrimonio personal deben evitarse situaciones que puedan generar conflictos de intereses. Las condiciones y trámites a seguir en las operaciones de activo y de pasivo de todos los profesionales, familiares y personas vinculadas serán las aplicables de conformidad con la normativa interna de Banca March o las habituales de mercado para clientes.

Todas las personas que forman parte de Banca March deben abstenerse de

intervenir o influir en la aprobación de facilidades crediticias que les afecten directamente o bien que afecten a sus familiares o a personas vinculadas a ellas. Cuando se produzca alguna de estas circunstancias, no podrán participar en el Comité de Riesgos ni en cualquier reunión en la que se informe o decida sobre la operación, ni podrán dirigirse a las personas que participen en las mismas para influir en su decisión.

INVERSIÓN

Esta entidad cuenta con su propio Código Ético.

En el Banco también funciona un Canal de Denuncias que se gestiona de manera externa, ubicado en el tablón de anuncios de su página web.



08. SOCIEDAD

8.1 INFORMACIÓN GENERAL

8.1.1. Principales riesgos que afectan al Grupo Banca March en materia de sociedad

El impacto de la actividad del Banco sobre la sociedad se focaliza en:

- Modelo de negocio no replicable de Crecimiento Conjunto.
- Generación de puestos de trabajo.
- Financiación adecuada a familias y empresas.
- Gestión adecuada del ahorro y la inversión.

Banca March gestiona los riesgos inherentes a su actividad en materia de sociedad con la misma prudencia que el resto de los riesgos tanto financieros como no financieros.

En materia de sociedad, uno de los riesgos crecientes del sector financiero, es la ciberseguridad. En este sentido, Banca March dispone de una infraestructura tecnológica que permite proteger tanto la información de los clientes como la de la propia entidad evitando posibles ataques externos, fugas de datos, suplantación de la identidad de profesionales o clientes y otros retos en materia de seguridad. Además, se refuerza

con una intensa labor de concienciación sobre la cuestión dirigida tanto a los profesionales del Banco (con charlas, contenidos y cursos) como a los clientes (mediante correos electrónicos y vídeos generalistas de seguridad, entre otras acciones).

8.1.2. Compromisos y su materialización en 2021

Grupo Banca March demuestra cada día su compromiso firme con la sociedad a través de la siguiente estrategia:

- El Crecimiento Conjunto que vela por los intereses acompañados de todos los GI de la entidad (profesionales, clientes y sociedad en general).
- Un modelo de negocio que antepone la visión a largo plazo y el asesoramiento prudente ante la volatilidad del mercado.
- Una base robusta en materia de solvencia y liquidez que asegura la continuidad del proyecto.

La integración en la propia estrategia de criterios ASG refuerza este compromiso, que se plasma en una serie de políticas y prácticas que se exponen a continuación:

PLAN ESTRATÉGICO 2020-2022 #JUNTOSENACCIÓN2022

El modelo de Banca March consiste en impulsar la actividad financiera conjugando

rentabilidad y sostenibilidad, desde la ética y siempre respetando a las personas y al entorno. Con la adopción de criterios ASG, la entidad se compromete a “dar un paso decidido y de apoyo fomentando la igualdad, diversidad y sostenibilidad medioambiental para lograr el Crecimiento Conjunto de clientes, profesionales, accionistas y la sociedad en su conjunto”.

Como se ha explicado en el capítulo 3 de este informe, el concepto de sostenibilidad que maneja Banca March va más allá de la mera protección del medio ambiente. Su objetivo es impulsar un desarrollo económico sostenible que, además, sea rentable para sus clientes. No en vano el Banco acumula casi un siglo de experiencia en el aprovechamiento de oportunidades para crecer y generar nuevas formas de invertir y de ahorrar de manera responsable.

PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En 2021, Banca March continuó poniendo el foco en la digitalización como herramienta esencial para potenciar la relación con sus clientes. Además, esto tiene el efecto de reforzar su posicionamiento en asesoramiento ágil y omnicanal, apoyado en la tecnología y en una amplia gama de diferentes productos.

	2021	2020
Clientes que utilizan canales digitales	54,2%	53,0%

La transformación digital del Banco también está al servicio de la gestión interna de las personas que forman parte de la organización: como se explicó en el capítulo 5 sobre Cuestiones sociales y relativas al personal, la entidad se ha convertido en referencia en España y en Europa como marca empleadora.

MEJORA DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE

Banca March tiene dos objetivos fundamentales: por un lado, mejorar el proceso de asesoramiento; por otro, mejorar la contratación directa por parte de los clientes de productos y servicios de la entidad.

Por ello, el Banco ha querido transmitir su imagen moderna, diferencial y cercana también en la relación a distancia con el cliente, y ha aplicado este enfoque al proceso de digitalización. La reforma de la aplicación móvil de la entidad, producida hace dos años, y el lanzamiento, en 2021, de una nueva web de inversión con funcionalidades adicionales de consulta y operativa responden a este propósito.

Los cambios permiten a los clientes acceder a información sobre los mercados financieros que puedan relacionar con su propia cartera de inversión. También pueden conocer en detalle los contratos de productos, y ejecutar operaciones concretas.

Los objetivos de esta renovación han sido:

- Hacer la navegación más fácil, intuitiva y ágil desde cualquier dispositivo.
- Facilitar el acceso a la información de manera rápida.
- Equiparar la aplicación a los mejores estándares vigentes en el mercado.
- Adaptar la *app* a las necesidades específicas de los clientes de Banca Privada y Patrimonial.
- Impulsar la innovación, mediante la incorporación de nuevas funcionalidades innovadoras (por ejemplo, la biometría).
- Fomentar la contratación de productos de inversión en autoservicio.
- Permitir al cliente elegir el canal por el que quiere relacionarse con el banco y el tipo de servicio que quiere recibir.

CALIDAD DE SERVICIO

Banca March ofrece a sus clientes un asesoramiento personalizado basado en una relación a largo plazo y fiel a sus valores irrenunciables: integridad, compromiso, exigencia, esfuerzo y ambición.

8.1.3. Actividades de voluntariado corporativo

Torneo de tenis ATP 250 Mallorca Championships, patrocinado por Banca March. Además de patrocinar el torneo, la entidad participa en él con una acción de voluntariado para la recogida de fondos a favor de Mallorca Preservation Foundation. Esta tiene como objetivo principal la conservación ambiental de la isla y la conversión de esta en un modelo de gestión sostenible.

World Cleanup Day. Con motivo del Día Mundial de la Limpieza de la Naturaleza, el sábado 25 de septiembre de 2021 voluntarios del Grupo participaron en la limpieza de playas y barrancos. Trabajando mano a mano con personas con discapacidad intelectual, limpiaron la playa Arenal de Sa Ràpita (Mallorca), el Merendero de El Pardo (Madrid) y la playa La Restinga (Las Palmas de Gran Canaria).

La Hora del Planeta. El Banco participa en el gran apagón eléctrico promovido por World Wide Fund for Nature (WWF) para concienciar sobre la necesidad de cambiar los hábitos de consumo energético y hacer frente común contra el cambio climático. Así, la entidad ha apagado los edificios centrales de Madrid y Palma y sus oficinas el 27 de marzo, entre las 20.30 y las 21.30.

Colaboración con la ONG Oceana. La entidad financia la investigación *Fuera de temporada: la huella de plástico del turismo*, que analiza la presencia de estos residuos en zonas costeras de Mallorca y

Valencia, con una aportación que permitió a los submarinistas colaboradores utilizar un dron submarino y un catamarán de investigación.

Carrera de empresas. Inversis participó con 12 corredores en esta prueba deportiva celebrada el 19 de diciembre que promueve los hábitos saludables y la actividad física en las empresas.

VI Carrera en Marcha Contra el Cáncer.

Un total de 40 de profesionales de Banca March se sumaron a esta iniciativa solidaria que tuvo lugar en Mallorca el 8 de diciembre. La carrera, organizada por sexto año por la Asociación Española Contra el Cáncer, recauda dinero gracias a la venta de dorsales y se destina principalmente a proyectos de investigación oncológica y a la financiación de los programas y ayudas para pacientes y familiares.

Día Internacional del Cáncer de Mama.

El 19 de octubre, Banca March facilita a todos sus profesionales de las oficinas y Servicios Centrales mascarillas rosas, como muestra de apoyo a las personas que sufren cáncer de mama. Asimismo, se comparten consejos e información para prevenir y detectar a tiempo la enfermedad.

Carrera Ponle Freno. Inversis participó en esta iniciativa solidaria con las víctimas de accidentes de tráfico y en apoyo a la seguridad vial. La carrera, que en 2021

volvió a tener lugar de forma presencial tras el parón de la pandemia, se celebra el Día Mundial en Recuerdo de las Víctimas de Accidentes de Tráfico, el 21 de noviembre.

Programa de éxito escolar. Con motivo del lanzamiento de la felicitación navideña, Inversis volvió a colaborar con Cruz Roja en su programa destinado a obtener donativos que se destinan a adquirir material tecnológico para niños con menos oportunidades y reducir así la brecha digital.

“Tus finanzas, tu futuro”. Banca March participa en este programa de educación financiera en las escuelas que impulsa la Asociación Española de Banca (AEB) en colaboración con la Fundación Junior Achievement. Esta iniciativa solidaria, centrada en la importancia de tomar decisiones financieras de forma prudente y en la que han participado más de 20 bancos españoles, se dirige a jóvenes de entre 13 y 15 años, estudiantes de la Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO). En la última edición en la que la entidad colaboró ejercieron de voluntarios 70 de sus profesionales. En el Programa 2021 de “Tus Finanzas, tu Futuro” participaron dos voluntarios de Inversis, que impartieron clases de economía en centros educativos de nivel secundario.

V Carrera solidaria por la educación financiera y la inclusión. Se subvenciona la participación de los profesionales de todo el Grupo Banca March en esta carrera solidaria que organizan la

Fundación ONCE y la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF). Este año tuvo lugar de forma virtual entre el 23 y el 25 de septiembre y, de forma presencial, el 26 de septiembre en Valdebebas (Madrid). La donación de los participantes en la carrera en concepto de inscripción se dirigió al proyecto Finanzas Inclusivas, que persigue mejorar la educación financiera inclusiva de las personas con discapacidad intelectual y personas con dificultades de aprendizaje.

Gran Recogida de Alimentos. Banca March participa en la Gran Recogida de Alimentos que promueve la Federación española de bancos de alimentos. En 2021, hasta octubre, se llegó a los 5.104 euros. Las donaciones fueron todas en metálico, bien con aportaciones a la web de la federación mencionada, bien mediante colaboraciones mensuales a través de la nómina.

Cestas solidarias empleados. Los profesionales de Banca March disponen de la opción de donar a Cáritas la cesta con la que la entidad les obsequia por Navidad y de otra adicional a su cargo.

Operación Kilo con el Banco de Alimentos. Inversis lanzó una campaña solidaria para el Banco de Alimentos.

Reyes Magos de verdad. Un total de 147 voluntarios de Banca March de toda España repartieron regalos a niños y ancianos en casas de acogida y en residencias de mayores con las que colabora la entidad.

8.1.4. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

En 2021 el Grupo Banca March realizó donaciones por importe de **292.189 euros**. Cabe destacar la originada a través de Mediterranean Fund (126.441 euros que se repartió entre Oceana y Save the Med).

Específicamente, en relación con las contribuciones a partidos y/o representantes políticos –financieras o en especie–, cabe señalar que no consta que se haya producido en 2021 ninguna contribución a partidos y/o representantes políticos.

8.2. INFORMACIÓN DETALLADA

8.2.1. Compromisos con el desarrollo sostenible

Grupo Banca March considera clave la correcta integración de criterios éticos, sociales y ambientales en el desarrollo de su actividad financiera. Impulsar un negocio más rentable y sostenible, respetuoso con las personas y el entorno es uno de los objetivos prioritarios de la entidad.

DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS

Banca March promueve una escucha activa a través de un sistema de gestión del diálogo con los principales GI en

toda su cadena de valor. Este sistema permite identificar cuáles son los aspectos económicos, ambientales y sociales más significativos en la relación con el entorno.

Grupos de Interés	Canales de Diálogo
Accionistas	Consejo de Administración Comisiones del Consejo Reuniones
Inversores y Analistas	Road-shows Reuniones Cuestionarios
Clientes	Oficinas Encuestas de Calidad Encuesta de reputación y riesgos Eventos Informes sectoriales Servicio de Atención al Cliente Banco de España Multicanalidad
Organismos Reguladores (Banco de España, CNMV)	Circulares
Empleados	Intranet Encuestas Evaluación Canal de Denuncia Confidencial Buzón de sugerencias Reuniones y Eventos internos Reuniones con representantes de los trabajadores
Proveedores	Portal de Compras Reuniones de Seguimiento Cuestionarios Canal de Denuncia Confidencial Portal Homologación Proveedores
Socios	Reuniones
Universidades y Escuelas de Negocio	Foros Jornadas
Tercer Sector	Reuniones Foros
Medios de Comunicación	Ruedas de Prensa Notas de Prensa Redes Sociales Sala de Prensa
Sociedad	Redes Sociales Web Corporativa Encuesta de reputación y riesgos.

Nuevas formas de relación con los clientes

Banca March aprovecha las nuevas oportunidades de relación con los clientes que el mundo digital ha generado. En este sentido, la entidad fortalece su presencia y posicionamiento en redes sociales y su uso como vía de comunicación directa con clientes y seguidores.

En 2021 se ha reforzado el uso de estos canales digitales de la siguiente forma:

- Compartiendo contenido de interés entre los que destacan los informes de estrategia de mercados, tribunas y colaboraciones en medios y notas de prensa.
- Aumentando el número de eventos digitales.
- Ofreciendo a los gestores formación en materia de Social Selling para favorecer el uso de estos canales digitales como herramienta comercial.

Principales cifras de actividad en redes sociales

REDES SOCIALES		2021	2020
Número de seguidores	Twitter	3.233	2.623
	Linkedin	32.434	21.126
	Instagram	1.901	744
	Youtube	1.668	1.339
Alcance	Twitter	3.681.925	12.392.805
	Linkedin	4.417.460	3.109.278
	Instagram	862.078	5.942.926
	Youtube	453.338	621.344
Interacciones	Twitter	42.151	137.881
	Linkedin	73.169	13.259
	Instagram	12.928	13.259
	Youtube	306.837	622.786
Engagement Rate	Twitter	1,11%	0,60%
	Linkedin	1,53%	2,30%
	Instagram	1,50%	0,10%
	Youtube	3,90%	4,00%

IMPACTO DE LA ACTIVIDAD EN EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL

Banca March canaliza hacia sus clientes empresariales todas las ayudas del Estado y organismos oficiales españoles como el Instituto de Crédito Oficial (ICO) destinadas a la financiación de las empresas.

Dentro de estas destacan las subvenciones destinadas a dotar a las empresas de liquidez durante las extraordinarias

circunstancias vividas a resultas de la pandemia de COVID-19, algunas de las cuales se han mantenido durante 2021.

El Real Decreto-ley 8/2020, de 17 de marzo, de medidas urgentes extraordinarias para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19, articuló diferentes estipulaciones para preservar la normalidad de los flujos de financiación y los niveles de circulante y liquidez. Su finalidad era permitir que empresas y autónomos continuaran

abonando los salarios de los empleados y las facturas a proveedores, así manteniendo la actividad económica.

En esta tesitura, Banca March llevó a cabo diversas acciones de divulgación y colaboración con instituciones para facilitar el acceso a ayudas oficiales por parte del tejido empresarial.

Colaboración con el FEI para financiar empresas españolas afectadas por la COVID-19

Grupo Banca March sumó fuerzas con el Fondo Europeo de Inversiones (FEI), parte integrante del Grupo Banco Europeo de Inversiones (BEI), para promover la recuperación económica de pequeñas y medianas empresas (pymes) españolas ubicadas en todo el territorio nacional.

A finales de 2021, el FEI concedió una garantía de hasta 210 millones de euros que ha permitido a Banca March movilizar financiación por un importe total de 300 millones de euros, en un acuerdo que ha facilitado el acceso a la financiación en condiciones ventajosas a 350 pymes afectadas por la pandemia.

“Como banco especializado en el asesoramiento a empresas, familias empresarias y empresas familiares, desde el comienzo de la pandemia hemos reforzado nuestro compromiso para impulsar y dinamizar el papel de las empresas familiares como elemento clave de la recuperación económica y la creación de empleo. Gracias a estos acuerdos alcanzados con el Grupo BEI podremos seguir respaldando a las empresas y los empresarios ante los importantes retos a que se enfrentan como consecuencia de la COVID-19, facilitando y colaborando en los proyectos que apuntalen su crucial papel en estos momentos”.

José Luis Acea,
consejero delegado de Banca March

Divulgación de las ayudas a disposición de empresas y autónomos del Govern Balear por 855 millones de euros

Banca March informó a sus clientes de los plazos y requisitos establecidos para que empresas y autónomos pudieran tener acceso a ayudas directas estatales de 855 millones de euros, para reducir las deudas motivadas por la crisis de la COVID-19.

Medidas urgentes de apoyo a la isla de La Palma

Banca March cumplió con las medidas concernientes al sector financiero para

ayudar a las personas afectadas por la erupción del volcán en La Palma y para la reconstrucción económica y social de la isla, de acuerdo con lo dispuesto por el Real Decreto-ley 20/2021, de 5 de octubre.

Acuerdo con PwC para agilizar y facilitar la canalización de ayudas al tejido empresarial español previstas en el Programa Next Generation EU

El acuerdo permite a los clientes de Banca March beneficiarse de una gestión ágil de los procesos, así como del acceso a asesores especializados, para optar al programa de la Unión Europea Next Generation EU.

Esto supone la posibilidad de recibir parte de los 750.000 millones de euros que desde la entidad supranacional destinan a promover la cohesión económica, social y territorial, reforzar la resiliencia económica y social, mitigar el impacto de la crisis e impulsar la transición digital y ecológica.

En 2021, Banca March informó sobre el programa y/o ayudó a gestionar estas ayudas a más de 140 empresas que depositan su confianza en la entidad.

El servicio que se puso a disposición de los clientes comprende, además de poder contar con los asesores especializados de PwC, el acceso a la plataforma de tramitación y gestión de subvenciones de esta firma. Gracias a esta quedan cubiertas todas las etapas: las alertas sobre convocatorias existentes, el asesoramiento y análisis previo para determinar la ayuda aplicable, el apoyo en la cumplimentación de la documentación necesaria, la presentación telemática de las solicitudes y el seguimiento posterior.

Por su parte, Banca March acompañó a los clientes mediante la oferta de otros productos y servicios complementarios, como el anticipo de fondos hasta que se materializasen los desembolsos de las subvenciones concedidas (financiación puente), la aportación de financiación complementaria (financiación adicional) para la ejecución de los proyectos, concesión de avales y gestión de seguros, entre otros servicios.

“Desde el principio de la pandemia, Banca March ha estado firmemente comprometida con el objetivo de ser un factor dinamizador de la recuperación de la actividad empresarial. Como banco especializado en la empresa familiar y las familias empresarias, y con un vínculo especial con el sector hotelero y turístico, estamos en una posición idónea para facilitar a nuestros clientes la canalización de proyectos que puedan beneficiarse de las subvenciones y ayudas previstas en el Programa Next Generation EU, así como para evaluar la concesión de financiación o servicios financieros adicionales”.

José Manuel Arcenegui,
director general de Banca March
y responsable del Área de Banca Corporativa

UL Revitalización Europa

Banca March gestionó el primer seguro de vida de ahorro a largo plazo que se lanzó al mercado con la característica de permitir a los ahorradores combinar activos líquidos (80%) e ilíquidos (20%) en un solo seguro.

Este *Unit Linked* busca rentabilizar las oportunidades de inversión en los sectores que prioriza el Plan Next Generation EU: transformación digital, transición ecológica y reactivación económica europea. UL Revitalización Europea está diseñado para un perfil inversor decidido, que busque diversificar en activos no tradicionales y beneficiarse de la prima de iliquidez.

En consonancia con la filosofía de Coinversión del Grupo, March Vida aporta un 10% adicional en los proyectos ilíquidos que formen parte de dicha cartera.

Este producto tiene tres grandes ventajas:

- Permite al inversor decidido obtener la máxima diversificación, al invertir tanto en activos líquidos como en activos ilíquidos, permitiendo capturar la prima de iliquidez. Así, se combina la inversión en fondos de inversión con la destinada a deuda privada, capital riesgo y *venture capital*.

- Rebaja de forma sustancial los importes habituales que requieren las inversiones en fondos de capital riesgo o de deuda privada, pues la aportación mínima es de 25.000 euros.
- Mantiene la proyección a largo plazo, ya que la duración prevista del producto se sitúa entre los 10 y 12 años.

La distribución temática de la inversión se inspira en la que tienen los fondos europeos, pues se asigna un 40% del total a la transición ecológica, otro 40% a la transición digital y un 20% a la reactivación económica y social.

“En Banca March queremos aprovechar el Plan Next Generation EU para ofrecer a nuestros clientes la oportunidad de invertir en este ambicioso proyecto de recuperación económica a través de un seguro unit linked, un vehículo que permitirá seleccionar las mejores alternativas de inversión, líquidas y no líquidas, con el foco puesto en los sectores en los que se va a concretar la reactivación: la transformación digital, la transición ecológica y el propio despegue de la economía europea. UL Revitalización Europea ofrece una estructura idónea para ahorradores que quieran diversificar en activos no tradicionales y beneficiarse de la prima de iliquidez”.

**Miguel Aquiso,
March Vida**

Gasto en proveedores y gasto en proveedores locales

Contribuimos a la generación de empleo y al desarrollo local mediante su política de compras, adquiriendo la casi totalidad de bienes y servicios a proveedores locales. De esta manera se contribuye a generar puestos de trabajo en la comunidad. La instauración de una plataforma de compras en línea permite además optimizar su gestión y agilizar el diálogo con los proveedores.

IMPACTO DE LA ACTIVIDAD EN LAS POBLACIONES LOCALES Y EL TERRITORIO

Compromiso con la Sostenibilidad

Sin la guía de un marco que tenga en cuenta los efectos de la actividad empresarial en su entorno, no es posible aspirar a tener un impacto positivo en el territorio y sus habitantes. Por ello, Banca March toma como referencia su compromiso fundamental con la sostenibilidad, que forma parte de su filosofía centenaria de Crecimiento Conjunto.

Concienciación en inversión sostenible

Dentro del Plan Estratégico trienal 2020-2022 #JuntosEnAcción se incluye afianzar y continuar promoviendo este compromiso con la sostenibilidad. En esta línea, en 2021 se lanzó una nueva campaña con el objetivo de aprovechar los momentos de transformación para convertirlos en nuevas formas de ahorrar e invertir de forma responsable.

Alianza de Banca March y Fundación IE para impulsar las estrategias de sostenibilidad en la empresa familiar

Fruto de esta asociación, se desarrolló un primer proyecto que consistió en la elaboración de casos de estudio que profundizan en la estrategia de sostenibilidad ambiental de cuatro empresas familiares de éxito: González Byass, Enhol, Calvo y Actiu.

Con el objetivo de dar mayor visibilidad a las experiencias de estas empresas, se crearon unos vídeos que ilustran cómo el desarrollo sostenible está ligado a sus valores familiares y a su identidad como familias empresarias, y también cómo han llegado a convertirse en referentes en su sector.

Informe sobre el sector hotelero

La COVID-19 ha tenido un fuerte impacto sobre la actividad económica de España y, en particular, sobre el sector turístico, que Banca March considera estratégico. No se puede olvidar que las raíces del negocio familiar están en las Islas Baleares, donde el turismo es esencial para el motor económico.

Banca March lleva tiempo trabajando en soluciones complementarias a la financiación tradicional, con el fin de acompañar a los clientes, y especialmente a las empresas turísticas, durante la crisis, y también durante su posterior recuperación.

“Desde el inicio de la pandemia, Banca March ha apoyado con firmeza a sus clientes del sector hotelero. Llevamos décadas haciéndolo, y pensamos seguir haciéndolo, porque confiamos en la capacidad de recuperación del turismo, en el gran tejido empresarial y en los excelentes profesionales que lo conforman, que nos han convertido en un referente a nivel mundial”.

Rafael Ferragut,
director de Unidad de Turismo y Ocio

Eventos corporativos

Los eventos que periódicamente celebra Banca March buscan formar y sensibilizar a sus diferentes grupos de interés en torno a temáticas alineadas con el negocio, los compromisos del Banco en materia de sostenibilidad y apoyo a la cultura.

El arte de comprar arte y acertar

El compromiso del Grupo con la cultura encuentra su máxima expresión en la actividad de la Fundación Juan March, creada hace ya más de 65 años con el objetivo de contribuir a la expansión de la cultura en toda la sociedad. Su extenso programa de exposiciones y ciclos de conciertos y de conferencias está abierto a todos los ciudadanos amantes de las bellas artes. La sede de la institución en Madrid alberga asimismo una Biblioteca de música y teatro español contemporáneos.

La Fundación Juan March es titular del Museo de Arte Abstracto Español, de Cuenca y del Museu Fundación Juan March, de Palma de Mallorca. Además, promueve la investigación científica a través del Instituto mixto Carlos III/ Juan March de Ciencias Sociales, de la Universidad Carlos III de Madrid.

En paralelo desde Banca March se promueven actividades en torno al arte que dan un valor añadido a la oferta de productos y servicios de la entidad, en línea con su aspiración de trato excelente al cliente. En 2021, Banca March celebró por primera vez un encuentro digital centrado en coleccionismo y arte, contextualizándolos como una alternativa de ahorro e inversión. Además, la entidad pudo diferenciarse en el sector y acercarse a sus clientes potencialmente interesados en el arte, que tuvieron la oportunidad de

profundizar en temas como las principales dinámicas de este mercado, formas realistas de medir el retorno, principales mecanismos de formación de precios y consejos a la hora de comprar.

“El mercado del arte ha ido ganando importancia año tras año y generación tras generación. Ha sido un fabuloso generador de riqueza. Se detecta una afición creciente al arte y a la actividad de coleccionar. También se ha incrementado el interés por el coleccionismo en gente más joven, quizás motivado porque el arte se ha convertido en un activo alternativo, además de por su incuestionable valor cultural”.

Juan March de la Lastra

Financiación alternativa y nuevas tendencias en la financiación bancaria tradicional

Expansión y Actualidad Económica, con el patrocinio de Banca March, celebraron en marzo de 2021 este encuentro digital donde se habló de la conveniencia de que las empresas no se limiten a la financiación bancaria tradicional.

En concreto, se expusieron las ventajas de abrirse al mercado de capitales y se trataron temas sobre la financiación bancaria sostenible en el contexto de las nuevas tendencias de transición en el sector.

“Creemos firmemente que la financiación alternativa y sostenible supone una forma eficiente de financiar el Crecimiento Conjunto con nuestros clientes”.

José Manuel Arcenegui,
director de Banca Corporativa

Apoyo a la cultura

Tras más de año y medio desde el inicio de la pandemia, en octubre y noviembre de 2021 se retomaron las visitas presenciales a la Fundación Juan March, aplicando en todo momento las medidas sociosanitarias necesarias.

En estos encuentros presenciales, los clientes pudieron disfrutar de la labor de difusión del conocimiento de la Fundación de la mano de la exposición El arte es el arte y todo lo demás es todo lo demás, sobre la obra de Ad Reinhardt.

Nuevas formas de invertir en el contexto actual

Ofrece una visión de las distintas alternativas que tienen los ahorradores que buscan una rentabilidad en sus inversiones en el contexto actual.

Se proporcionó información sobre el ciclo económico del momento y las oportunidades de inversión asociadas, así como los sectores que salen reforzados en el actual entorno.

Visión de mercados

Ofrece perspectivas a clientes y potenciales clientes de todas las áreas de negocio sobre la situación actual del ciclo económico.

Tendencias en Medios de Pago

Encuentro en el que se dio a conocer el futuro en medios de pago.

Transformación de la web corporativa**Nueva web corporativa de Banca March**

<https://www.bancamarch.es> El Banco persigue la mejora continua en la experiencia que ofrece a sus clientes. Este motivo ha llevado a actualizar la web corporativa con un estilo diferencial, moderno y cercano.

Más allá de la estética, también se mejoró la estructura de la información, con el fin de simplificar la navegación y ofrecer contenidos adaptados a la propuesta de valor de la entidad y su visión de la economía y de los mercados.

La nueva estructura y diseño de la web, así como las nuevas funcionalidades desarrolladas, pretenden dar respuesta a las nuevas oportunidades de negocio y fortalecer su asesoramiento financiero con nuevas tendencias de inversión, como la sostenibilidad, y las búsquedas relacionadas con la confianza y la solvencia, que generen seguridad entre los clientes.

Además, la nueva web se ha construido con criterios de accesibilidad y usabilidad.

ALIANZAS CON VALOR SOCIAL: ASOCIACIONES Y PATROCINIOS

En colaboración con diferentes instituciones, Banca March participa en iniciativas que aportan valor conjunto a las comunidades donde está presente.

Universidades

Existen distintos convenios con universidades e instituciones educativas:

- Universitat de les Illes Balears.
- Universidad de Oviedo.
- Instituto de Empresa.

I Circuito de Golf Ávoris Green Travel

El I Circuito de Golf Ávoris Green Travel se patrocina desde Banca March.

Renovación del convenio de colaboración con la Confederación Canaria de Empresarios (CCE)

Este convenio contempla acciones divulgativas dirigidas a empresas, empresarios y autónomos, con el fin de concretar sus necesidades de financiación, de gestión de ahorros o de asesoramiento patrimonial, y de reforzar su operativa en función de sus características.

Los empresarios asociados pueden disponer de servicios competitivos con los que financiar operaciones, así como encontrar soluciones financieras adecuadas a la naturaleza de los distintos negocios y proyectos empresariales en tesorería, liquidez, inversión y cobertura de riesgos, entre otros.

Colaboración con el Instituto Valenciano para el Estudio de la Empresa Familiar (IVEFA)

Se trata de un acuerdo que aúna esfuerzos y que potencia y dinamiza los contactos y colaboraciones ya existentes entre ambas organizaciones.

“Para nosotros, firmar con un banco de origen familiar es un ejemplo de la importancia que tiene este tipo de empresa para la economía. Estamos seguros de que va a significar un importante apoyo, dada su experiencia y trayectoria bancaria”.

Francisco Vallejo,
presidente de IVEFA

XXXIX Asamblea de la Asociación Española de Factoring y Confirming

Los días 21 y 22 de octubre se celebró en Granada la XXXIX Asamblea de la Asociación Española de Factoring y Confirming. La asamblea se desarrolló presencialmente y asistieron representantes de las 20 entidades socias de pleno derecho entre las que se encuentra Banca March.

En la Junta General de la asociación que se celebró el día previo a esta asamblea se nombró a Banca March como uno de los vocales de la Junta Directiva.

8.2.2. Subcontratación y proveedores

Aunque, dadas las características del negocio, las cuestiones relacionadas con proveedores no constituyen un aspecto material para Banca March, la entidad cuenta con un modelo de relación con ellos basado en los principios de la política de contratación de servicios aprobada por el Consejo de Administración:

- **Concurrencia.** Para un mismo proceso de compra, se abre el abanico de oportunidades en mercado, de manera que se pueda ofrecer la mejor respuesta posible a la unidad peticionaria.

- **Transparencia durante la selección.** Todos los proveedores que participan tienen derecho a conocer previamente

las condiciones de contratación y se le expresan de manera clara, los criterios de evaluación y selección, auditables internamente.

- **Transparencia en la adjudicación.** La toma de decisiones está regulada por niveles de atribuciones de manera que las decisiones se van asignando a los comités correspondientes, dirección y/o administración.
- **Igualdad y no discriminación.** No se impone ninguna condición que suponga una discriminación directa o indirecta frente a otro participante
- **Confidencialidad.** Toda información manejada durante el proceso de negociación se considera como confidencial.

El ejercicio 2018 fue el primero en el que la función de compras online estuvo plenamente operativa. El volumen gestionado en Compras se ha duplicado desde entonces, pasando de 60 millones de euros en 2020 a 120 millones de euros en 2021; con un ahorro de costes superior al 14%.

VOLUMEN (MILLONES DE EUROS) Y TRANSACCIONES (Nº) ON LINE EN EL CANAL DE PROVEEDORES:

	2021	2020
Nº de transacciones	531	490
Volumen	120	60

Aprobación de la norma interna de externalización de funciones y contratación de proveedores

En 2021, el Comité de Dirección aprobó la Norma Interna de Externalización de Funciones y Contratación de Proveedores, que desarrolla la directriz de la Autoridad Bancaria Europea EBA/GL/2019/02. Esta actualiza la legislación sobre el proceso a seguir en la contratación de proveedores y tiene los siguientes objetivos:

- Describir criterios y procedimientos que han de seguirse en las contrataciones.
- Definir los mecanismos de gestión que aseguren el alineamiento de los gastos e inversiones con los presupuestos establecidos.
- Establecer los principios generales de concurrencia, transparencia, libre competencia, confidencialidad e igualdad que regirán en la selección de proveedores.
- Establecer responsabilidades en la formalización, control y seguimiento de las contrataciones, así como en los procesos de facturación para garantizar el cumplimiento de la legalidad vigente y de la política.

Nuevo Canal de Denuncia Confidencial para Proveedores

La integridad es uno de los valores principales de Banca March. Por ello, queda habilitado este espacio para que los proveedores de la entidad puedan tramitar denuncias confidenciales relacionadas con las malas prácticas o incumplimientos del Código Ético que pudieran surgir.

Cualquier incidencia recogida es analizada por el área de Auditoría, que se encargaría de tomar las medidas necesarias en cada caso. El Canal de Denuncia se puede encontrar dentro del Portal de Compras y es accesible para todos los proveedores registrados.

Una política de compras sostenible

De acuerdo con la Norma de Externalización de funciones y contratación de proveedores, la selección del proveedor en un determinado servicio se realiza en función de los criterios que se hayan establecido en cada caso, y que incluyen las características medioambientales; siempre, en condiciones de igualdad y no discriminación.

En 2019 se inició el proceso de homologación de proveedores en Banca March, desarrollado en 2020 y en el cual se ha profundizado en 2021.

El Banco ha contratado el servicio de una plataforma de homologación que dota de conocimiento experto al proceso

de evaluación de proveedores; y ha definido varios niveles de homologación en función de la criticidad del servicio, tipología de servicios prestados, y volumen de facturación.

La homologación es un proceso interno establecido por la entidad para tener la seguridad de que todos sus proveedores poseen suficiente capacidad financiera y productiva. A tal efecto, la capacidad del proveedor se valorará teniendo en cuenta estos factores:

- Financiero.
- Sostenibilidad.
- Cumplimiento.
- Operacional.

Dentro del nuevo proceso de homologación de proveedores, se considera asimismo la responsabilidad social y medioambiental como uno de los factores fundamentales que se tienen en cuenta en la homologación. Con ella, los proveedores de Banca March se comprometen a respetar la legislación ambiental aplicable en todo aquello que le pudiera afectar y así lo reflejan firmando cláusulas medioambientales en los contratos con Banca March.

Se impulsa así su capacidad de influencia sobre el comportamiento excelente en los ámbitos social y medioambiental del proveedor y su adhesión a iniciativas que promuevan la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como, por ejemplo, el Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) u otros sellos, marcos, políticas o indicadores.

Banca March pone especial énfasis en la gestión de los riesgos inherentes a la actividad a desarrollar por el proveedor, la lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo, así como en su comportamiento social y medioambiental.

Su objetivo es desarrollar una política de fomento de la inclusión en la política de compras mediante cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales, además de encontrar canales de diálogo con los proveedores a los que influir en la consecución de buenas prácticas en sostenibilidad.

Al ya existente canal de atención a los proveedores se ha sumado en 2021 el ya mencionado Canal de Denuncia Confidencial para Proveedores. En 2022, está previsto lanzar el Código Ético de Proveedores.

Sistemas de supervisión y auditorías

Banca March utiliza varios elementos para profesionalizar y gestionar correctamente toda la información relacionada con contrataciones a terceros:

- Una herramienta electrónica de compras que busca dar soporte a la gestión de la contratación.
- Un portal de proveedores donde estos pueden registrarse y acceder a toda la información del servicio o bien a licitar.

- Una herramienta de homologación de proveedores.

El objetivo de la política de compras tanto de la entidad como de sus filiales es preservar de una manera equilibrada y duradera los impactos medioambientales, sociales y económicos del Grupo y de sus GI a corto, medio y largo plazo.

Actualmente, equipos de Banca March trabajan en el desarrollo de un sistema de trazabilidad de la cadena de suministro para así conseguir una relación cercana con los proveedores. Los cuestionarios de homologación de proveedores permiten identificarlos y conocerlos correctamente, y la entidad también dispone de auditorías y mejoras continuas para detectar posibles casos de incumplimientos.

8.2.3. Clientes

El Grupo Banca March trabaja continuamente para mejorar la calidad del servicio ofrecido a sus clientes. Con este propósito se ponen en marcha distintas iniciativas, entre las que destacan las siguientes:

Mejora en la calidad la eficacia del servicio

Banca March utiliza de forma pionera la integración de soluciones digitales para incrementar los contactos con nuevos clientes potenciales y apoyar así su operativa diaria de gestión de ventas.

De esta forma, la entidad se ha convertido en el primer banco español que implementa soluciones de ventas en redes sociales mediante la combinación de dos herramientas tecnológicas: Microsoft Dynamics 360 y LinkedIn Sales Navigator.

Esta iniciativa se enmarca en el Plan de Digitalización de Banca March y se suma a un plan de formación en Digital Selling para los gestores especializados en Banca Privada, Banca Patrimonial, Banca Personal, Empresas y Grandes Empresas.

Además, Banca March pone a disposición de sus clientes los siguientes servicios:

Transformación digital

La entidad se encuentra inmersa en un proceso de transformación digital que se enmarca en el Plan #SomosTransformación. Este proyecto centra su objetivo en mejorar la experiencia de clientes y gestores a través de un asesoramiento ágil y omnicanal y en procurar una mayor eficiencia operativa gracias a la evolución de las bases tecnológicas del Banco.

Además, se mantiene un intenso ritmo de incorporación de nuevas funcionalidades digitales, cuyo fin último es reforzar la excelencia en la calidad del asesoramiento y el conjunto de los servicios prestados

“En el contexto actual vemos fundamental contar con las herramientas digitales más avanzadas que apoyen la labor comercial de nuestros gestores. En Banca March apostamos por la digitalización y prueba de ello es el gran avance que ha experimentado la entidad en ese sentido colaborando estrechamente con firmas líderes en su sector, como es el caso de LinkedIn y Microsoft”.

Luis Javier Ruiz Fernández,
director de la Unidad Marketing Global y Experiencia Cliente

a los clientes. En última instancia, lo que se busca es que el cliente tenga una experiencia digital plenamente satisfactoria en su relación con el Banco.

Entre las mejoras en 2021, destacan la inclusión de la biometría por voz para validar operaciones, la puesta en marcha del nuevo simulador fiscal, el nuevo *reporting online* (una información pormenorizada y ágil del rendimiento de ahorros e inversiones en tiempo real), la agilización de la contratación de productos a distancia, la incorporación de herramientas de gestión en la nube, el cifrado con tecnología *blockchain* o soluciones de gestión comercial y negocio en redes sociales, entre otras.

Bizum, disponible para clientes de Banca March

Los clientes de Banca March cuentan con la posibilidad de usar Bizum, una herramienta que posibilita enviar y recibir dinero de forma rápida y segura entre particulares, a través del teléfono móvil.

Bizum se ha desplegado también para los comercios online y los presenciales de la entidad.

“Con Bizum completamos nuestra oferta de pagos digitales y damos respuesta a una demanda importante por parte de nuestros clientes, que podrán contar con un sistema de pago entre particulares sencillo, universal, seguro y rápido”.

Jaime Borrás,
director de Unidad Comercial de Medios de Pago

Pagos digitales con Google Pay y Apple Pay

Banca March lanza en 2018 nuevas formas de efectuar los pagos digitales con Google Pay y Apple Pay. Este servicio permite realizar pagos con el móvil a los usuarios de dispositivos que dispongan de él. En tan solo un año, el número de operaciones realizadas con pago móvil aumentó en un 63%.

Centro de Soluciones a Clientes

Se trata de dar un paso más en la búsqueda de la excelencia en la atención a clientes. Este órgano se encarga de controlar, diseñar y adecuar los sistemas, la organización y los procedimientos

para la tramitación y resolución de las diferentes solicitudes que pueden hacer llegar los clientes.

Ofrece las siguientes ventajas:

- El cliente inmediatamente recibe un correo electrónico que le informa de la apertura del expediente.
- Los tiempos de respuesta disminuyen y también lo hacen los del reporte de la resolución final de la incidencia transmitida.
- Desde la oficina se puede consultar el estado de la solicitud del cliente, si así se requiere.
- El banco dispone de informes detallados y sobre la trazabilidad de las incidencias y recurrencias existentes, como base de datos para la mejora continua de los distintos servicios.

En la siguiente fase de implementación de este servicio, el cliente podrá realizar sus solicitudes a través de la web, banca a distancia y *app*.

Banca March, primer banco en España que permite firmar operaciones por voz

El Banco ofrece a sus clientes la posibilidad de realizar transferencias y traspasos con su voz a través de su *app*. Se convierte así en la primera entidad financiera española en disponer de un

sistema de biometría por voz para validar operaciones. La inclusión de la biometría por voz es pionera en España y supone un hito en el proceso de transformación digital que Banca March está llevando a cabo en dependencia directa de la vicepresidenta de Banca March, Rita Rodríguez Arrojo.

Con la adopción de este procedimiento, la seguridad en la firma de operaciones se ve reforzada, ya que el cliente deberá registrar y utilizar su voz siempre desde su dispositivo de confianza. En el momento de realizar la operación, este innovador sistema compara la voz utilizada por el cliente en la firma de su operación con la huella vocal creada previamente por él mismo en el momento del registro.

El servicio está disponible para la firma de cualquier tipo de traspaso o transferencia que realice el cliente, independientemente del destino o el importe. En cuanto a la experiencia del cliente, se ha diseñado un proceso ágil y ligero, de modo que la creación de la huella vocal resulte intuitiva y sencilla para cualquier usuario, pero, sobre todo, es una opción segura.

No obstante, los clientes pueden seguir firmando sus operaciones por los métodos tradicionales, clave recibida por SMS o posición de la tarjeta de coordenadas.

“Avanzamos en nuestro objetivo de que nuestros clientes tengan una experiencia omnicanal sin fisuras y con la máxima seguridad, al tiempo que consolidamos el posicionamiento de Banca March como una de las entidades pioneras en la adopción de sistemas de vanguardia que nos permitan seguir ofreciendo una experiencia digital óptima y eficiente a nuestros clientes”.

Juan Carlos Segura,
subdirector General Adjunto de Banca March
y responsable del Área de Medios

Clientes digitales

El número de clientes digitales de Banca Privada y Patrimonial de Banca March creció un 15% a cierre de 2021. Siete de cada 10 hacen un uso habitual de los canales remotos para realizar el grueso de sus operaciones.

El resto de áreas especializadas de la entidad también han registrado un incremento notable de la operativa *online* durante el pasado año, en especial, la división de Banca de Empresas, que eleva su tasa de uso por encima del 90%.

Estos buenos datos reflejan el ambicioso proceso de transformación digital en que estamos inmersos para convertirnos en líder en tecnología de asesoramiento y seguir desarrollando un modelo de

negocio ágil y omnicanal, apoyado en productos exclusivos y diferenciadores.

La operativa a través de la web y la aplicación de Banca March se siguió intensificando durante todo 2021. Tras el repunte durante el ejercicio anterior, en un contexto marcado por la COVID-19, se mantiene el impulso a la banca digital y el uso de la app. En la actualidad, la mitad de los clientes de Banca March que operan online lo hacen exclusivamente desde la aplicación móvil.

El uso de los canales digitales por parte de los clientes, que demandan más eficacia, velocidad y flexibilidad en sus interacciones con el banco, se está acelerando. Banca March destina elevadas inversiones para ofrecer cada día más operatividad y una experiencia de usuario más satisfactoria.

En los últimos años, se han llevado a cabo diversas reubicaciones y mejoras de localización de las oficinas, en línea con el modelo de negocio de la entidad, basado en un enfoque específico de asesoramiento en Banca Privada y asesoramiento a empresas y tratando de ofrecer el mejor servicio y atención personalizada al cliente.

Un ejemplo de este enfoque es la reciente remodelación de la oficina principal de Palma de Mallorca, con espacios pensados para la atención de clientes y un Centro de Banca Privada, con profesionales que se desplazan para atender a los clientes en las ubicaciones que deseen, de manera que conviven los espacios físicos con otros canales a distancia sin perder el foco en el cliente.

Encuestas de Calidad Externa

En abril de 2015 se puso en marcha un Proyecto de Medición y Análisis de la Satisfacción del Cliente Externo para medir la percepción que los clientes de Banca March tienen del servicio que reciben de la entidad.

Las encuestas permiten determinar no solo el grado de satisfacción con el servicio prestado, sino también aquellos elementos que generan insatisfacción, para definir acciones de mejora.

Para Banca March, mantener una relación a largo plazo con los clientes es prioritario, símbolo de un servicio de calidad excelente. En este sentido, los resultados de las encuestas de satisfacción realizadas cada año son excepcionales y sitúan a la entidad entre las mejor valoradas. Este elevado nivel se ha mantenido en los últimos cuatro años.

Grado de recomendación

Banca March mide el grado de recomendación con la metodología de Net Promoter Score (NPS).

Los índices de satisfacción global y de recomendación (NPS) miden en qué medida los clientes de Banca March tienden a recomendar la entidad. Estos índices se situaron en un 8,45 y 44,2% respectivamente, por encima de los que registra el sector:

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GLOBAL Y DE RECOMENDACIÓN (NPS)

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GLOBAL	2021	2020	2019
Banca March	8,45	7,87	8,04
Sector	7,30	7,42	7,48

NET PROMOTER SCORE (NPS)	2021	2020	2019
Banca March	44,2%	19,0%	27,4%
Sector	0,2%	2,2%	4,0%

Fuente: BMKSFIN STIGA 2021.

Según esta metodología, en cuatro años ha conseguido un resultado positivo y significativo, teniendo en cuenta que la media del sector se sitúa en un 0,2%.

En 2021, también se participó, y por quinta vez, en el estudio de satisfacción de clientes de STIGA. Este estudio posibilita la comparación de los resultados obtenidos por la entidad con los del sector. También identifica el posicionamiento en cada uno de sus atributos, así como los líderes de cada aspecto evaluado. Los resultados obtenidos fueron excepcionales y confirman las fortalezas del Grupo:

- La satisfacción global por el servicio prestado por los gestores obtuvo una puntuación de 9,00 en el conjunto de 2021, frente a una media sectorial de 8,39.
- La satisfacción con las oficinas fue puntuada con un 8,99, frente al 7,84 de media en el sector.
- Los aspectos intangibles de relación, que los clientes evalúan tomando en consideración los niveles de transparencia, confianza y personalización que perciben arrojaron una nota del 8,25, frente al 6,67 del mercado.
- Los intangibles de la marca, y entre ellos el indicador basado en la solidez y solvencia, son uno de los mayores pilares de Banca March, que consiguió

una puntuación de 9,01, frente al 7,83 de media en el sector. En 2021, la entidad se situaba por cuarto año consecutivo en la primera posición.

Oficinas

En los últimos años, Banca March ha trabajado para mejorar la localización y acondicionamiento de sucursales y centros, en línea con el modelo de negocio de la entidad, basado en un enfoque específico de asesoramiento en Banca Privada y asesoramiento a empresas.

Las nuevas oficinas de Banca March dan visibilidad a la marca y potencian la experiencia de sus clientes y profesionales, a través de:

- Espacios que representen los valores de marca.
- Revisión de la ubicación y características de cada centro .
- Búsqueda de la excelencia en la experiencia de clientes y profesionales de la entidad.
- Apertura de nuevas ubicaciones que permitan seguir creciendo alineados con los objetivos del Plan Estratégico.

“Estamos construyendo un banco para el siglo XXI. Seguimos apostando por el espacio físico, pero con oficinas diferenciales en las que desarrollar nuestro modelo de negocio basado en el asesoramiento premium y la excelencia. Cada vez más ahorradores confían en nosotros, pero con una mayor demanda de eficacia, velocidad y flexibilidad en sus interacciones, lo que ha tenido como respuesta por parte del banco una firme apuesta por las nuevas tecnologías, con una importante inversión en este capítulo. Cuando se habla de cierres de oficinas, en el caso de Banca March se trata de reubicaciones en centros más grandes. De hecho, en contra de la tendencia generalizada del sector, continuamos abriendo nuevos centros enfocados al trato personalizado al cliente que nos define como banca privada”.

Vicente Jábega,
director territorial de Baleares de Banca March

En esta línea, se han abierto nuevos centros de negocio de grandes dimensiones, líneas elegantes y espacios diáfanos que se consideran clave para transmitir al cliente en todo momento una sensación de seguridad y cercanía y ofrecer un trato exclusivo y de asesoramiento personalizado.

MEDIDAS PARA LA SALUD Y LA SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

La protección de los clientes se articula en función de tres normativas:

- Real Decreto-Ley 1/2017, de 20 de enero, de medidas urgentes de protección de los consumidores en materia de cláusulas suelo.
- Sistema de Control Interno sobre la Información Financiera (SCIIF) e informes de procedimientos acordados en relación con las aportaciones al Fondo Único de Resolución.
- Directiva 2004/39/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de abril de 2004, relativa a los mercados de instrumentos financieros, MiFID (Markets in Financial Instruments Directive).

El Plan #SomosTransformación para la digitalización de Banca March tiene como objetivo consolidar un modelo de negocio enfocado al asesoramiento ágil y omnicanal, apoyado en la mejor tecnología y en productos diferenciados. Esta transformación se realiza garantizando la máxima seguridad para los clientes.

Proyecto Dalion

La entidad se ha incorporado al proyecto Dalion, para garantizar la soberanía de la identidad digital. Se trata de un proyecto colaborativo de vanguardia en la gestión de datos personales, que agrupa a diversas empresas y que profundiza en la tecnología de cadena de bloques (*blockchain*) y la identidad autogestionada.

Para el Banco, formar parte de Dalion permite mejorar la eficiencia de los trámites –por tanto, la experiencia del cliente– y, sobre todo, seguir velando por su máxima seguridad en términos de identidad digital y gestión de datos personales.

El Proyecto Dalion es una iniciativa colaborativa surgida del consorcio Alastria y formada por grandes empresas españolas, que tiene como objetivo ayudar a los individuos a gestionar de forma autónoma sus datos personales digitalmente para ser utilizados en cualquier organización pública o privada.

Campaña Regalemos Ciberseguridad

El objeto de esta campaña era concienciar a los padres de los riesgos que los dispositivos tecnológicos pueden tener para sus hijos. La campaña destacó la importancia de que los padres conozcan el uso que sus hijos hacen de la tecnología para reforzar la seguridad.

“En Banca March nos tomamos muy en serio la seguridad de nuestros clientes y sus familias. De ahí esta campaña. Pensamos que es necesario concienciar a los padres sobre la importancia de tomar determinadas precauciones a la hora de comprar juguetes tecnológicos. Somos conscientes del reto que supone la transformación digital y por eso estamos centrando todos nuestros esfuerzos en adelantarnos a las demandas de agilidad y seguridad de nuestros clientes. De hecho, somos pioneros en España en usar la biometría de voz para validar operaciones y evitar fraudes de suplantación de identidad”.

**Teresa Capella,
directora de Tecnología de la Información de Banca March**

SISTEMAS DE RECLAMACIÓN

El artículo 17 de la Orden ECO/734/2004, de 11 de marzo, del Ministerio de Economía sobre los departamentos y servicios de atención al cliente de entidades financieras, prevé la adopción de medidas que tiendan a preservar la confianza de los clientes en el funcionamiento y capacidad del mercado financiero.

En Banca March, el Departamento de Atención al Cliente tiene la finalidad de salvaguardar los derechos e intereses de los clientes, así como de atender y contestar las quejas, reclamaciones y todas aquellas consultas o demandas de información que los mismos planteen.

Alcance de la información ⁶

Al mismo tiempo y conforme a cuanto se dispone en la orden ECO/734/2004, este mismo departamento atiende con la misma finalidad a aquellos clientes de las entidades que componen Grupo Banca March y que, junto a la cabecera Banca March, son: March RS, March AM, March PE y March Vida. No incluye Inversis, ya que no es un dato relevante que aplique a la tipología de actividad que desarrolla. Inversis no ofrece servicios de banca minorista, sino que está especializado en soluciones de alto valor añadido dirigidas a entidades financieras y aseguradoras para sus negocios de inversión y activos financieros, bajo un modelo de *outsourcing* de servicios.

Nº de quejas recibidas⁷ y reclamaciones

	2021	2020	2019
Total	1.116	1.267	901
Nº de reclamaciones	1.045	1.143	818
Nº de quejas	71	124	83

6. El Departamento de Atención al Cliente gestiona únicamente reclamaciones formales; es decir, las que cumplan los requisitos establecidos en el Reglamento para la Defensa del Cliente de la entidad: tienen que estar presentadas mediante escrito firmado, haciendo constar el nombre, apellidos, domicilio y número del Documento Nacional de Identidad (DNI) de quien reclama, junto con el motivo concreto de la queja o reclamación con la especificación clara de las cuestiones sobre las que se solicita un pronunciamiento. Si se recibe una reclamación que es objeto de una demanda judicial es rechazada precisamente por ese motivo. El artículo 12 de la Orden ECO/734/2004, sobre los departamentos y servicios de atención al cliente y el defensor del cliente de las entidades financieras, establece los casos en que se puede rechazar la admisión a trámite de las quejas y reclamaciones, indicando en el punto b) "cuando se pretendan tramitar como queja o reclamación, recursos o acciones distintos cuyo conocimiento es competencia de los órganos administrativos, arbitrales o judiciales, o se encuentra pendiente de resolución o litigio o el asunto haya sido ya resuelto en aquellas instancias", para finalizar con "cuando se tuviera conocimiento de la tramitación simultánea de una queja o reclamación y de un procedimiento administrativo, arbitral o judicial sobre la misma materia, deberá abstenerse de la primera." Estos asuntos con competencia del Departamento de Asesoría Jurídica-Procesal. Las reclamaciones que gestiona Atención al Cliente llegan por correo postal o electrónico o mediante entrega física del documento de reclamación en alguna de las oficinas. Como otros medios de recepción, se refiere a que el reclamante no ha acudido directamente a Banca March, únicamente llegan las que se presentan ante el Defensor del Cliente Bancario, las Oficinas de Consumo y los Organismos Supervisores (CNMV, Banco de España y DGS) y todas se registran en el registro de comunicaciones, quejas y reclamaciones.

7. Queja: expresión de insatisfacción hecha a una organización con respecto a sus productos. Reclamación: expresión de insatisfacción hecha a una organización con respecto a sus productos que pide o pretende algún tipo de compensación.

Tipología de las reclamaciones recibidas

	2021	2020	2019
Total	1.116	1.267	901
A favor del cliente	272	337	245
Desestimadas	844	930	656
Por comisiones	313	274	228
Por medios de pago	61	80	79
Por operaciones de activo	532	571	377
Por otros servicios bancarios	158	234	149
Resto de quejas y reclamaciones	52	108	68
Nº reclamaciones por cláusulas suelo	134	179	269
A favor del cliente	47	6	-
Desestimadas	87	173	-

Durante 2021 se recibió un total de 71 quejas y de 1.045 reclamaciones, de las cuales 272 fueron estimadas a favor del cliente. En los 844 casos restantes se desestimó la reclamación, al entender que la actuación del Grupo estaba fundada en las cláusulas contractuales y conforme a las normas de transparencia y protección de la clientela aplicable, así como en las buenas prácticas y usos bancarios.

En las cifras totales de quejas y reclamaciones se observa un descenso del 12% con respecto a las del año anterior:

- En cuanto a comisiones, la modificación al alza de tarifas, las comisiones de mantenimiento en cuentas instrumentales y la comisión de apertura de préstamos hipotecarios han sido los motivos más frecuentes de las reclamaciones recibidas.

- En operaciones de activo, el número de reclamaciones por gastos de formalización de hipoteca ha descendido especialmente durante el último semestre.
- El resto de quejas y reclamaciones se centran especialmente en la reducción del horario para operaciones de caja, dificultades para ponerse en contacto con las oficinas, funcionamiento de banca *online*, domiciliaciones, etcétera.

Se incluyen los datos recabados a través de Banca March, ya que las filiales no tienen relación directa en la mayoría de las ocasiones con los clientes finales, sino que se canalizan a través de los gestores comerciales de Banca March.

Cabe destacar que, en 2021, se recibieron 134 reclamaciones por cláusula suelo, de las que sólo 47 se estimaron favorables al reclamante. Las reclamaciones por cláusulas suelo están centralizadas en el departamento de Recuperaciones.

Los criterios y principios aplicados por el Servicio de Atención al Cliente en la resolución de las reclamaciones se rigen por la aplicación escrupulosa de la legislación aplicable, especialmente las normas de transparencia y protección del cliente, así como las mejores prácticas bancarias, acordes con las resoluciones de Banco de España, Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y Dirección General de Seguros (DGS) en esta materia.

En materia de cumplimiento, cabe señalar que, en 2021:

- No se tiene conocimiento de ningún caso de incumplimiento de códigos voluntarios relativos a la información de productos o servicios que hubieran dado lugar a multas, sanciones o advertencias.
- Desde el punto de vista de la Unidad de Cumplimiento Normativo y sin considerar reclamaciones las solicitudes recibidas de clientes, potenciales o antiguos clientes con objeto el ejercicio de sus derechos en materia de protección de datos personales se ha recibido una reclamación de un tercero por una supuesta violación de su privacidad.
- No ha habido casos de incumplimiento de las normativas o códigos voluntarios relacionados con las comunicaciones de *marketing*, como publicidad, promoción y patrocinio que tenga se tenga conocimiento desde Cumplimiento Normativo.
- No ha habido multas ni sanciones no monetarias significativas por el incumplimiento de leyes o normativas en materia social o económica que se tenga conocimiento desde Cumplimiento Normativo ni de Prevención de Blanqueo de Capitales.
- La entidad no ha identificado incumplimientos de leyes o normativas.

8.2.4 Información fiscal

Banca March opera fundamentalmente en España, por lo que los impuestos son declarados e ingresados en este país. La oficina de Luxemburgo declara e ingresa en ese país por los beneficios allí generados. El Banco es transparente también en cuanto a las subvenciones públicas recibidas. Se encuentra adscrito al Código de Buenas Prácticas Tributarias y cumple con los criterios y la normativa en materia tributaria de aplicación, ofreciendo la máxima colaboración a las autoridades fiscales tanto españolas como luxemburguesas.



Desde un punto de vista organizativo, la Unidad Fiscal depende del área de Secretaría General, en la que a su vez también se integran otras dos Unidades distintas: la Asesoría Jurídica y la Unidad de Prevención del Blanqueo de Capitales. La Unidad Fiscal, a su vez, está integrada por dos unidades:

- La Asesoría Fiscal tiene encomendado el asesoramiento fiscal del Grupo, y en consecuencia se ocupa de preparar las declaraciones y demás comunicaciones tributarias que el banco está obligado a presentar, cuida de atender los requerimientos formulados por las autoridades tributarias y de establecer los criterios fiscales de las rentas de los distintos productos (especialmente en materia de retenciones). Su función es velar para que el banco cumpla estrictamente sus obligaciones tributarias.
- La Unidad de Planificación Patrimonial se ocupa de las tareas de planificación patrimonial de los clientes de Banca Patrimonial y de Banca Privada y asesora a la red de oficinas sobre el régimen fiscal de los productos que el banco comercializa entre sus clientes.

A 31 de diciembre de 2021, no hay ninguna entidad o establecimiento permanente de Banca March domiciliado en centros financieros *offshore* considerados paraísos fiscales o en jurisdicciones no cooperativas tanto desde la perspectiva de la OCDE como de la normativa española.

BENEFICIOS OBTENIDOS PAÍS POR PAÍS

Según lo dispuesto en la Ley 11/2018, en su apartado Primero. Dos V., Información de la sociedad, en lo referente a la información fiscal, Banca March solo opera en dos países, España y Luxemburgo.

El Banco paga impuestos soportados directamente (impuestos propios) y recauda otros de terceros generados por el desarrollo de su actividad económica, en base a su función de entidad colaboradora con las administraciones tributarias (impuestos de terceros). Los beneficios obtenidos en 2021 en cada uno de los países donde la entidad opera son los siguientes:

- España, 84.217 miles de euros.
- Luxemburgo, 2.117 miles de euros.

IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS PAGADOS PAÍS POR PAÍS

El impuesto de sociedades (IS) pagado en 2021 ha sido de 15.303 miles de euros.

- España: 14.861 miles de euros
- Luxemburgo 442 miles de euros

SUBVENCIONES PÚBLICAS RECIBIDAS

Durante 2021, Banca March no ha percibido subvenciones. Las únicas subvenciones o ayudas recibidas en 2021 relativas a actividades de formación, ascendieron a 100.655 euros.

09. GLOSARIO

- **Activos totales.** Todos aquellos bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por Grupo Banca March, resultantes de sucesos pasados, de los que es probable que el Grupo obtenga beneficios económicos en el futuro. Incluye, entre otros, toda la actividad crediticia de la entidad; sus inversiones en valores representativos de deuda, instrumentos de patrimonio y derivados; el efectivo mantenido en Bancos Centrales, así como elementos de inmovilizado material e intangible, activos por impuestos, periodificaciones y otros saldos pendientes de cobro.
- **AEB.** Asociación Española de Banca. Se trata de una asociación profesional abierta a todos los bancos españoles y extranjeros que operan en España. Aunque la afiliación es voluntaria, en la práctica la mayoría de los bancos en España son miembros de la asociación. Desde su creación, en 1977, ha estado comprometida con el desarrollo del sistema bancario español y con la contribución del mismo al crecimiento económico del país. En la actualidad, los socios de la AEB representan el 62% del sector financiero español. <http://www.aebanca.es/>
- **ALCO.** Asset Liability Committee. COAP, Comité de Activos y Pasivos
- **ASG.** Criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo en la selección de inversiones.
- **Autocontrol.** Es el organismo español de autorregulación publicitaria, que vela por incentivar la ética y la lealtad publicitaria en beneficio de los consumidores, los competidores y del propio mercado. Tanto el legislador español como el comunitario han otorgado respaldo y valor a los sistemas de autorregulación en numerosas normas y documentos.
- **Compliance.** Cumplimiento normativo.
- **CRM.**

- **Design Thinking.** Es una metodología que viene a cambiar la forma en que se abordan los problemas en las organizaciones. Se aborda desde un punto de vista humano y creativo, haciendo que todo gire alrededor de la persona o usuario. Una de las bases de esta metodología es que las buenas ideas surgen de un proceso creativo participativo en el que se implican diferentes perfiles dentro del equipo de trabajo.
- **ECR.** Entidades de Capital Riesgo.
- **ECR. Inversión de impacto.** Aquella con ánimo de lucro e intención de contribución activa y positiva a la sociedad y/o medio ambiente.
- **ECR. Fondos de energía.** Es inversión eficiente en activos reales en el sector energético con el objetivo de promover la transición a una economía de bajas emisiones de carbono (energía solar).
- **EGF.** El Fondo Paneuropeo de Garantía (EGF, por sus siglas en inglés), operativo desde octubre de 2020 y aprobado por el Consejo Europeo el 23 de abril de 2020 es parte del paquete de medidas de respuesta de la Unión Europea (UE) frente al impacto económico provocado por la COVID-19.
- **EINF.** Estado de Información No Financiera y Diversidad que da cumplimiento a la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.
- **ELTIF.** Fondo de Inversión de Largo Plazo Europeo.
- **FCR.** Fondos de capital expansión. Financian el crecimiento de una empresa con beneficios. El destino de los fondos puede dirigirse a la adquisición de activos fijos, incremento del fondo de maniobra para el desarrollo de nuevos productos o acceso a nuevos mercados.
- **FEIE.** Fondo Europeo para Inversiones Estratégicas (FEIE) es el principal pilar del Plan de Inversiones para Europa.
- **Fondos de impacto.** Buscan simultáneamente alcanzar un rendimiento financiero competitivo y producir un impacto ambiental y social positivo. En concreto,
- **FOGAIN.** Fondo General de Garantía de Inversiones y ofrece cobertura a los clientes de sus Entidades Adheridas, en los términos fijados por la norma, cuando alguna de ellas entra en una situación de insolvencia.
<https://www.fogain.com/>
- **GDC.** Gestión Discrecional de Carteras.
- **GI.** Grupo de interés
- **Great Place to Work (GPTW).** Es uno de los sellos más prestigiosos en el ámbito internacional en lo referente a gestión de recursos humanos. La consultora exige a las empresas que cumplan con los estándares internacionales de excelencia más elevados en el desarrollo e implementación de la estrategia de personas. La consultora analiza la confianza a través de dos indicadores: Trust Index, un cuestionario que analiza la visión del empleado sobre su entidad y Culture Brief, una auditoría para evaluar la cultura de la compañía. El análisis de ambos ofrece un diagnóstico interno y medible de la satisfacción de los empleados de la compañía y del mismo se desprende que Banca March cuenta con una de las mejores del sector financiero.
- **Green Asset Ratio.** porcentaje de una cartera de inversiones alineada con la Taxonomía.
- **IIC.** Institución de Inversión Colectiva.

- **INVERCO.** Entidad que agrupa a la práctica totalidad de las Instituciones de Inversión Colectiva españolas (Fondos y Sociedades de Inversión), a los Fondos de Pensiones españoles, y a las Instituciones de Inversión Colectiva extranjeras registradas en la CNMV a efectos de su comercialización en España, así como a diversos Miembros Asociados. Se trata de un foro sectorial en donde las organizaciones comparten su visión de la situación del negocio, así como las buenas prácticas.
<http://www.inverco.es/> Las cuotas que pagan los socios se diferencian por tramos, en función del tamaño de las entidades.
- **ISR.** La inversión socialmente responsable (ISR) es una estrategia de inversión en la que se tienen en cuenta tanto los resultados financieros como no financieros de las empresas en cartera.
- **KPI.** Key Performance Indicator, indicadores claves de rendimiento.
- **KRI.** Key Risk Indicator, indicadores clave de riesgo.
- **Metodología Agile.** Se basa en el desarrollo iterativo e incremental, donde los requisitos y soluciones evolucionan mediante la colaboración de grupos auto organizados y multidisciplinares.
- **MiFID.** Directiva europea sobre Mercados de Instrumentos Financieros (Markets in Financial Instruments Directive).
- **ODS.** Objetivos de Desarrollo Sostenible. El 25 de septiembre de 2015 la Asamblea General de Naciones Unidas aprobó, por unanimidad, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: un plan de acción en favor de las personas, el planeta, la prosperidad y la paz universal. Cuenta con 17 ODS y 169 metas concretas a desarrollar con horizonte 2030. El sector privado está llamado a jugar un papel central en esta hoja de ruta, que constituye al mismo tiempo una responsabilidad y una oportunidad sin precedentes para alinear los objetivos de un negocio con los de la equidad y la sostenibilidad.
- **PIAS.** Planes Individuales de Ahorro Sistemático. Permiten que, transcurrido un mínimo de cinco años desde la primera aportación, los rendimientos generados hasta entonces queden exentos de tributación, siempre y cuando se constituya una renta vitalicia. A esto hay que añadirle las ventajas fiscales propias de las rentas vitalicias, que permiten dejar exento un porcentaje de la renta en función de la edad, pudiendo llegar al 92%. El límite de la aportación anual de este producto es de 8.000 euros, pudiendo alcanzar por persona un ahorro total acumulado de 240.000 euros, con independencia de los límites de otros instrumentos de ahorro.
- **PPA.** Planes de Previsión Asegurados.
- **PRI.** Principios de Banca Responsable de Naciones Unidas.
- **Principio de precaución.** El enfoque de precaución se introdujo con el Principio 15 de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de la Organización de Naciones Unidas, de 1992. Obliga a los Estados a aplicar el criterio de precaución según sus capacidades, sin utilizar la falta de certeza científica absoluta para posponer la adopción de medidas que impidan la degradación del medio ambiente. Este principio se aplica a la gestión empresarial a la hora de reducir o evitar los impactos negativos para el medio ambiente.
- **RSC.** La Responsabilidad Social Corporativa o Sostenibilidad en la dirección y gestión de empresas consiste en medir los impactos que genera la actividad en sus GI (accionistas, clientes, empleados, proveedores, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general).
- **SFA.** Soluciones de Financiación de Activos.
- **SFDR.** EU Sustainable Finance Disclosure Regulation. Reglamento sobre divulgación de finanzas sostenibles.

- **SGEIC.** Sociedad gestora de entidades de inversión de tipo cerrado.
- **SIALP.** Seguros Individuales de Ahorro a Largo Plazo, cuyos rendimientos estarán exentos de tributación siempre que se mantenga la inversión un mínimo de cinco años, no se superen los 5.000 euros por persona y año, y la percepción de la prestación se produzca en forma de capital por el importe total.
- **SICAV.** Sociedad de Inversión de Capital Variable.
- **STIGA Research.** Consultora independiente que desde 1992 mide, analiza y mejora la experiencia de las empresas y sus clientes. Desde 2012 elabora el estudio de las entidades financieras que operan en el mercado español en términos de satisfacción y compromiso de sus clientes. Se trata de un marco de referencia común y *benchmarking* para la medición de la satisfacción y experiencia de los clientes de banca universal en España.
- **Top Employers Institute.** Este programa de certificación global reconoce a más de 1.600 Top Employers de 119 países/regiones pertenecientes a los cinco continentes. La encuesta de mejores prácticas de Recursos Humanos para obtener la certificación contiene más de 100 preguntas que abarcan 600 prácticas del desarrollo de personas en 10 áreas: estrategia de talento, planificación de la fuerza de trabajo, adquisición de talento, *onboarding*, aprendizaje y desarrollo, gestión del rendimiento, desarrollo de liderazgo, gestión de carrera y sucesión, compensación y beneficios, y cultura.
- **UNEP FI.** Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (United Nations Environment Programme Finance Initiative).

10. CUADROS

1. Composición Grupo Banca March.
2. Número de oficinas y centros Grupo Banca March.
3. Modelo de reputación y riesgos reputacionales en Banca March. Principales riesgos. Leyenda.
4. Modelo de reputación y riesgos reputacionales en Banca March. Principales riesgos. Clientes.
5. Modelo de reputación y riesgos reputacionales en Banca March. Principales riesgos. Profesionales.
6. Modelo de reputación y riesgos reputacionales en Banca March. Principales riesgos. Clientes. Sociedad.
7. “Reputación Corporativa” (Enrique Carreras, Ángel Alloza y Ana Carreras).
8. Banca March, modelo RepTrack® Pulse.
9. Principales indicadores de reputación en Banca March y en la media de la competencia. Fuente: Rep Track.
10. Modelo de gestión de riesgo reputacional.
11. Tres líneas de defensa.
12. Circuito del Riesgo de Crédito.
13. Banca March se sitúa al mismo nivel de madurez en cultura de ciberseguridad que el resto de organizaciones del sector bancario.
14. Métricas en Innovación.
15. Medición reputación Banca March 2018 por atributos.
16. Medición reputación Banca March 2020 por atributos.
17. Percepción del cambio. Fuente: Trust Index de GPTW.
18. Satisfacción con la transformación digital. Fuente: STIGA.
19. Encuestas de GPTW, Madrid.
20. Encuestas de GPTW, Palma Ponent.
21. Evolución de las dimensiones relacionadas con el liderazgo. Trust Index. GPTW.

22. Evolución formaciones de liderazgo. Trust Index. GPTW.
23. Evolución datos de clima y de experiencia de empleado.
24. Matriz de materialidad Banca March.
25. Principales políticas que rigen la actuación de Banca March en los aspectos contemplados en este Estado de Información No Financiera (EINF).
26. Papel. Consumo en número de paquetes de 500 hojas DISCOVERY A4 75 gramos. Consumo por empleado y porcentaje de reducción consumo.
27. Tóner. Consumo en kilogramos, consumo por empleado y reducción consumo.
28. Consumo de combustibles (Gas Natural) en kWh, Consumo eléctrico, en kWh, Consumo eléctrico por empleado en kWh/empleados, Consumo de energía general renovable en kWh, Porcentaje de energía renovable.
29. Desplazamientos flota de vehículos propia y por la flota ajena respecto de la que la organización tiene control. Es decir, vehículos cuyo gasto de combustible corre a su cargo. Esto incluye los turismos en propiedad, leasing, renting, etcétera. Desplazamientos que realizan los trabajadores por motivos de trabajo en medios de transporte sobre los que no tiene el control del consumo separados por avión y por tren. En kilómetros.
30. Huella de carbono (tCO₂e), precio compensación tonelada (euros, a fecha de 31/12/2021), compensación 100% huella de carbono (euros). Alcance 1: emisiones derivadas del consumo directo de energía (gas natural y gasóleo) definidas por el estándar GHG Protocol. Consumo combustibles (Gas Natural, tCO₂e). Alcance 2: emisiones derivadas del consumo eléctrico de Banca March (incluye March RS, March AM, March Vida e Inversis) en tCO₂e, consumo eléctrico por empleado (tCO₂e/empleados) y porcentaje de reducción de emisiones respecto año anterior. Alcance 3: desplazamientos que realizan los trabajadores de Grupo Banca March por motivos de trabajo en medios de transporte sobre los que no tiene el control del consumo (vehículos en propiedad, avión y tren). Se ha calculado las emisiones (tCO₂e) en base a los kilómetros recorridos y en la plataforma CeroCO₂. Se han excluido las emisiones que puedan generar los empleados para sus desplazamientos desde sus hogares a los centros de trabajo y viceversa. Se explorará la posibilidad de calcularlas de cara a futuros informes. No se incluyen las emisiones derivadas del uso de servicios de mensajería, ni las derivadas del transporte de fondos, ni las de cualquier otra compra de productos o servicios, ni las indirectas motivadas por los servicios financieros prestados. Reciclaje tóner. Emisiones evitadas (kCO₂e).
31. Número total y distribución de empleados atendiendo a criterios representativos de diversidad (sexo, edad, país, etcétera.), modalidad de contratos y número de despidos.
32. Remuneración media en euros por sexo, por edad y por categoría profesional.
33. Para el cálculo de la brecha se ha utilizado la siguiente fórmula: **(Media Hombres – Media Mujeres) / Media Hombres** Donde, brecha positiva (+) indica el % en que la media salarial de las mujeres es inferior a la media salarial de los hombres y; brecha negativa (-) indica el % en que la media salarial de las mujeres es superior a la media salarial de los hombres.
34. Remuneración media de consejeros y alta dirección, por sexo.
35. Medidas alternativas para el cumplimiento de la Ley General de Discapacidad.
36. Índice de satisfacción global ISG 2021 y Grado de recomendación NPS 2021. Encuestas de calidad interna.

- | | | |
|--|--|--|
| <p>37. Absentismo (horas).</p> <p>38. Número de trabajadores que se acogieron a los permisos de maternidad y paternidad. Número de permisos de un mes no retribuido por cuidado de hijos, técnicas de reproducción asistida, cuidado familiares y fidelidad.</p> <p>39. Accidentes de trabajo, en particular frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales, desagregadas por sexo.</p> <p>40. Encuesta interna conocimiento objetivos de la entidad.</p> <p>41. Líderes cercanos. Fuente: Trust Index.</p> <p>42. Dimensiones programa de liderazgo.</p> <p>43. Experiencia actual Banca March.</p> <p>44. Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.</p> <p>45. Horas de formación.</p> <p>46. Indicadores de rotación interna y promoción.</p> <p>47. KPI Igualdad.</p> <p>48. Indicadores de capital humano.</p> | <p>49. Información demográfica.</p> <p>50. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</p> <p>51. Canales de diálogo con los GI.</p> <p>52. Número de transacciones <i>on line</i> en el canal de proveedores.</p> <p>53. Medios de pago digitales.</p> <p>54. Índice de satisfacción general de los clientes. Datos en media móvil trimestral. El ISG mide la satisfacción general del cliente sobre una muestra aleatoria con unas puntuaciones entre 0 y 10.</p> <p>55. Índices de satisfacción global y de recomendación (NPS). Fuente: BMKSFIN STIGA 2021.</p> <p>56. Quejas y reclamaciones.</p> <p>57. GDC, fondos delegados y otros 31 de diciembre de 2021.</p> <p>58. Operaciones con KPI Sostenibilidad y Préstamos Verdes.</p> <p>59. Evolución rating March AM.</p> <p>60. Distribución rating ASG de March AM. Activos.</p> | <p>61. Regímenes opresivos.</p> <p>62. Número de instrumentos con Watchlist (GSS).</p> <p>63. Proporción de actividades "Enabling" o "Directly contributing" frente a los activos totales del Grupo al 31 de diciembre de 2021.</p> |
|--|--|--|

11.

TABLA DE CONTENIDOS

Información solicitada por la Ley 11/2018 (Estado de información no financiera)	Vinculación con indicadores GRI/ Otros reglamentos (Versión 2016 si no se indica lo contrario)	Localización	Materialidad
INFORMACIÓN GENERAL			
General			
Mención en el informe al marco de reporting utilizado	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	06	Material
Modelo de negocio			
Breve descripción del modelo de negocio del Grupo (entorno empresarial, organización y estructura)	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	14	Material
Mercados en los que opera	102-3 Ubicación de la sede 102-4 Ubicación de las operaciones 102-6 Mercados servidos 102-7 Tamaño de la organización	17-18	Material
Objetivos y estrategias de la organización	103-2 Enfoque de gestión y componentes	21, 23, 26	Material
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	24-38	Material
Principio de materialidad	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema 102-47 Lista de temas materiales	07-09	Material
Taxonomía de la Unión Europea	Reglamento (UE) 2020/852 y Reglamentos delegados de la Comisión 2021/2139 de 4 de junio y 2021/2178 de 6 de julio	48-54	Material

Información solicitada por la Ley 11/2018 (Estado de información no financiera)	Vinculación con indicadores GRI/ Otros reglamentos (Versión 2016 si no se indica lo contrario)	Localización	Materialidad
CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES			
Información general			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del Grupo	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	56-58	Material
Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	56	Material
Información detallada			
Información general detallada			
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	58-59	Material
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	58	Material
Aplicación del principio de precaución	102-11 Principio o enfoque de precaución	58	Material
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	58	Material
Contaminación			
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medioambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	No aplica	58	No material
Economía circular y prevención y gestión de residuos			
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos; acciones para combatir el desperdicio de alimentos	No aplica	58	No material

Información solicitada por la Ley 11/2018 (Estado de información no financiera)	Vinculación con indicadores GRI/ Otros reglamentos (Versión 2016 si no se indica lo contrario)	Localización	Materialidad
Uso sostenible de los recursos			
Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	No aplica	58	No material
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	59-60	Material
Consumo, directo e indirecto, de energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	65	Material
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	64	Material
Uso de energías renovables	302-1 Consumo energético dentro de la organización	63, 65	Material
Cambio climático			
Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	305-1 Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1) 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	58, 68	Material
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	42-43, 65	Material
Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	63, 65	Material
Protección de la biodiversidad			
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	No aplica	66	No material
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	No aplica	66	No material

Información solicitada por la Ley 11/2018 (Estado de información no financiera)	Vinculación con indicadores GRI/ Otros reglamentos (Versión 2016 si no se indica lo contrario)	Localización	Materialidad
CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL			
Información general			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del Grupo	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	11	Material
Información detallada			
Empleo			
Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados, en lo que respecta a empleados por categoría, sexo y edad	74-76	Material
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo y promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores, en lo que respecta a empleados por contrato laboral y tipo, por sexo		Material
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	76	Material
Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	76-77	Material
Brecha salarial, la remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	77	Material
La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	77	Material
Empleados con discapacidad	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	78	Material

Información solicitada por la Ley 11/2018 (Estado de información no financiera)	Vinculación con indicadores GRI/ Otros reglamentos (Versión 2016 si no se indica lo contrario)	Localización	Materialidad
Organización del trabajo			
Organización del tiempo de trabajo	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	79-80	Material
Número de horas de absentismo	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	79	Material
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	80	Material
Implantación de políticas de desconexión laboral	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	80-82	Material
Salud y seguridad			
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de accidentes, en lo que respecta a los empleados 403-6 Fomento de la salud de los trabajadores, en lo que respecta a los empleados	82-84	Material
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	403-9 (2018) en lo que respecta a número y tasa de accidentes	84	Material
Las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	403-10 (2018) Dolencias y enfermedades laborales		Material
Relaciones sociales			
Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	84-86	Material
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	86	Material
El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	86	Material

Información solicitada por la Ley 11/2018 (Estado de información no financiera)	Vinculación con indicadores GRI/ Otros reglamentos (Versión 2016 si no se indica lo contrario)	Localización	Materialidad
Formación			
Las políticas implementadas en el campo de la formación	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	86-88	Material
La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	404-1 Media de horas de formación al año por empleado, en lo que refiere a categoría profesional	88	Material
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad			
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	89	Material
Igualdad			
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	90-91	Material
Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	91	Material
La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	91-92	Material
RESPECTO A LOS DERECHOS HUMANOS			
Información general			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del Grupo	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	94	Material

Información solicitada por la Ley 11/2018 (Estado de información no financiera)	Vinculación con indicadores GRI/ Otros reglamentos (Versión 2016 si no se indica lo contrario)	Localización	Materialidad
Información detallada			
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos; prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	94-95	Material
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 406-1 Número de casos de discriminación y acciones correctivas adoptadas	96	Material
Medidas implementadas para la promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	96	Material
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO			
Información general			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del Grupo	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	98, 100	Material
Información detallada			
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	100-101	Material
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas 205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas, respecto al número de casos de corrupción	99-101	Material
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	102-13 Afiliación a asociaciones	107	Material

Información solicitada por la Ley 11/2018 (Estado de información no financiera)	Vinculación con indicadores GRI/ Otros reglamentos (Versión 2016 si no se indica lo contrario)	Localización	Materialidad
INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD			
Información general			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del Grupo	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	110-112	Material
Información detallada			
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible			
El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	108-114	Material
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	105-106/111-115	Material
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	102-43 Enfoque para la participación de los GI	114-115	Material
Las acciones de asociación o patrocinio	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	114-115	Material
Subcontratación y proveedores			
La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	No aplica	115-116	No material
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	No aplica	115-116	No material
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	No aplica	116	No material
Clientes			
Medidas para la salud y la seguridad de los clientes	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 102-43 Enfoque para la participación de los GI 102-44 Tems y preocupaciones clave mencionados	122	Material
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	123-125	Material

Información solicitada por la Ley 11/2018 (Estado de información no financiera)	Vinculación con indicadores GRI/ Otros reglamentos (Versión 2016 si no se indica lo contrario)	Localización	Materialidad
Información fiscal			
Los beneficios obtenidos país por país	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	126	Material
Los impuestos sobre beneficios pagados	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	126	Material
Las subvenciones públicas recibidas	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno, en lo que respecta a subvenciones	126	Material

ESTE INFORME NO FINANCIERO ES UNA COPIA YA MAQUETADA DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021 DEL GRUPO BANCA MARCH, QUE FUE FORMULADO Y APROBADO POR EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE BANCA MARCH S.A, EN FECHA 24 DE MAYO DE 2022. EL EINF HA SIDO VERIFICADO POR KPMG ASESORES CON FECHA 25 DE MAYO DE 2022, SEGÚN CONSTA EN EL SIGUIENTE INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE.



KPMG Asesores, S.L.
Pº de la Castellana, 259 C
28046 Madrid

Informe de Verificación Independiente del Estado de Información no Financiera Consolidado de Banca March, S.A. y sociedades dependientes del ejercicio 2021

A los Accionistas de Banca March, S.A.:

De acuerdo con el artículo 49 del Código de Comercio, hemos realizado la verificación, con un alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021, de Banca March, S.A. (en adelante, la Sociedad dominante) y sus sociedades dependientes (en adelante el Grupo) que forma parte del Informe de Gestión consolidado de 2021 adjunto del Grupo.

El contenido del Informe de Gestión consolidado incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la "Tabla de contenidos requeridos por la Ley 11/2018" incluida en el Informe de Gestión consolidado adjunto.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la "Tabla de contenidos requeridos por la Ley 11/2018" que figura en el citado Informe de Gestión consolidado.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de la Sociedad dominante son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

KPMG Asesores S.L., sociedad española de responsabilidad limitada y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes afiliadas a KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía. Paseo de la Castellana, 259C - Torre de Cristal - 28046 Madrid

Reg. Mer Madrid, T. 14.972; F. 53, Sec. 8, H. M. 249.480, Inscrip. 1.ª N.I.F. B-42496950



2

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluyendo las normas internacionales de independencia) emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional, diligencia, confidencialidad y profesionalidad.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información No Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica" (ISAE 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de aseguramiento limitado los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de aseguramiento razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades y áreas responsables de la Sociedad dominante que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de la Sociedad dominante para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad dominante y descrito en el apartado "Análisis de materialidad", considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Revisión de la información relativa con los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación con los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2021.



3

- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.

- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF de Banca March, S.A. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021, no haya sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados y de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la "Tabla de contenidos requeridos por la Ley 11/2018" del citado Informe de Gestión consolidado.

Párrafo de énfasis

El Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio de 2020, relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles, establece la obligación de divulgar información sobre la manera y la medida en que las inversiones de la entidad se asocian a actividades económicas elegibles según la Taxonomía por primera vez para el ejercicio 2021, siempre que el estado de información no financiera se publique a partir del 1 de enero de 2022. En consecuencia, en el Informe de Gestión consolidado adjunto no se ha incluido información comparativa sobre esta cuestión. Adicionalmente se ha incorporado información para la que a la fecha de formulación del Informe de Gestión consolidado adjunto los administradores de la Sociedad dominante han optado por aplicar los criterios que, en su opinión, mejor permiten dar cumplimiento a la nueva obligación y que están definidos en el apartado "Adaptación a la Taxonomía Europea" del EINF que forma parte del Informe de Gestión consolidado adjunto. Nuestra conclusión no ha sido modificada en relación con esta cuestión.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

KPMG Asesores, S.L.

Patricia Reverter Guillot

25 de mayo de 2022



**FORMULACIÓN DEL
INFORME DE GESTIÓN
CONSOLIDADO**

El presente Informe de Gestión consolidado ha sido reformulado por el Consejo de Administración en su reunión de fecha de 24 de mayo de 2022, con vistas a su posterior aprobación por la Junta General de Accionistas. Dicho informe está extendido en 178 hojas, todas ellas firmadas por el Secretario del Consejo de Administración, firmando en esta última hoja todos los Consejeros.

**DECLARACIÓN DE
RESPONSABILIDAD DEL
INFORME FINANCIERO
ANUAL**

Los miembros del Consejo de Administración de Banca March, SA declaran que, hasta donde alcanza su conocimiento, las cuentas anuales consolidadas correspondientes al ejercicio 2021, formuladas en la reunión de 29 de marzo de 2022, elaboradas con arreglo a los principios de contabilidad aplicables, reflejan la imagen fiel del patrimonio consolidado y de la situación financiera consolidada del Grupo Banca March al 31 de diciembre de 2021, así como los resultados consolidados de sus operaciones y de sus flujos de efectivo

consolidados correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, y que el informe de gestión consolidado incluye un análisis fiel de la evolución y los resultados empresariales y de la posición del Grupo Banca March junto con la descripción de los principales riesgos e incertidumbres a que se enfrenta.

JUAN MARCH DE LA LASTRA
Presidente

RITA RODRÍGUEZ ARROJO
Vicepresidenta

JOSÉ LUIS ACEA RODRÍGUEZ
Consejero Delegado

JOSÉ CARLOS MARCH DELGADO
Consejero

JUAN MARCH JUAN
Consejero

CATALINA MARCH JUAN
Consejera

JAVIER VILARDELL MARCH
Consejero

JUAN CARLOS VILLALONGA MARCH
Consejero

MOISÉS ISRAEL ABECASIS
Consejero

AGATHA ECHEVARRÍA CANALES
Consejera

EVA FERNÁNDEZ GÓNGORA
Consejero

VICENTE MORENO GARCÍA-MANSILLA
Consejero

MARÍA ANTONIA OTERO QUINTAS
Consejera

JOSÉ IGNACIO BENJUMEA ALARCÓN
Secretario del Consejo

Edita:
Comunicación Externa y Relaciones Institucionales
Av. Alexandre Rosselló, 8
07002 Palma de Mallorca
Tel.: (+34) 971 779 127
Email: relaciones.institucionales@bancamarch.es

D.L.: PM-00430-2021



Av. Alexandre Rosselló, 8
07002 Palma de Mallorca
Tel.: 901 111 000
(+34) 971 779 111

bancamarch.es