



La banca
que et
toca.

**Memoria
2018**



Memoria 2018

Tabla de Contenido

1. Fundamentación	4
2. Declaraciones de la alta dirección	6
3. Exposición de los proyectos o hechos más relevantes del ejercicio	10
4. Resultados del ejercicio	12
Balance de situación	13
Cuenta de pérdidas y ganancias	16
5. Gestión sostenible, ética y responsable del negocio	18
5.1. Gobierno y estrategia del negocio	20
Estrategia del negocio	21
Gobierno corporativo	23
Control interno: gestión integral de riesgos, auditoría interna y cumplimiento normativo	30
Gestión de la ética	48
Asuntos relevantes y materialidad del negocio	50

5.2. Huella económica del negocio	54
Gestión económico-financiera	55
Marcos de relación con clientes	60
Desarrollo del cooperativismo y del asociacionismo	83
Marcos de relación con proveedores	89
Marcos de relación con Administraciones, Reguladores y Ayuntamientos	94
Marcos de relación con socios aliados	99
Calidad e innovación	103
5.3. Huella laboral	109
5.4. Huella social	135
5.5. Huella ambiental	145
5.6. Gestión de la tecnología e información	153
5.7. Gestión de grupos de interés	157
5.8. Comunicación y transparencia	163
6. Proyectos de responsabilidad social 2019	169
7. Anexos	171
7.1 Datos de la empresa	171
7.2 Información relevante sobre el informe	183

1. Fundamentación.

Caixa Popular es una entidad cooperativa, valenciana, con valores, social y solidaria, constituida en 1977 para desarrollar su actividad comercial y principios fundacionales en la Comunidad Valenciana.

Como cooperativa de crédito de segundo grado, pone su foco principal en:

- » Convertirse en la principal plataforma de financiación de las cooperativas, empresas y particulares.
- » Posicionarse como una “banca de proximidad”.
- » Fortalecer la cultura, los valores y el desarrollo de la sociedad, todas ellas dentro de la Comunidad Valenciana.

La entidad forma parte del Grupo Caja Rural – Asociación Española de Cajas Rurales (AECR); integrado por 29 cooperativas de crédito. La estructura de integración de las mismas responde al modelo de “banca federada”.

Este modelo permite asegurar la autonomía de las cajas rurales y cooperativas de crédito que lo forman, sin tener que renunciar al objetivo global de obtener la mayor operatividad bancaria y eficiencia empresarial, a la vez que minimizar las limitaciones

por tamaño y ámbito geográfico de cada una de ellas. Supone una descentralización operativa por la aplicación del principio de subsidiariedad, desarrollado sobre la base del criterio de independencia jurídica y de decisión de cada caja.

Para el desarrollo de las actividades de las cajas del Grupo se cuenta con el apoyo de las siguientes entidades participadas:



Asociación Española de Cajas Rurales

Instrumento de coordinación y foro de debate de aspectos de interés



Banco Cooperativo Español

Servicios de central bancaria a las cajas accionistas



Sociedad Rural de Servicios Informáticos

Centro común de explotación de datos, soporte operativo y desarrollo de sistemas de información



Compañía de Seguros RGA

Servicios aseguradores y de pensiones

A nivel particular Caixa Popular para su gestión estratégica y operativa se sustenta en diez premisas.

Tras una gestión sostenida y rigurosa en el desarrollo y cumplimiento de estas premisas, durante más de 40 años, la organización ha consolidado una notable reputación y el reconocimiento de administraciones, universidades y ciudadanos como un modelo de referencia por su gestión, comportamiento y resultados, tanto a nivel local, como nacional.

Decisiones estratégicas basadas en principios democráticos en la gestión de la entidad “desde abajo, compartida y con igualdad de oportunidades” por todas las personas socias de trabajo.

Gestión coherente y responsable con el objetivo de mantener un crecimiento sostenido, racional y suficiente que minimice los impactos y riesgos por crisis o situaciones adversas del sector y de la economía.

Principios de la gestión y valores de sus personas que sirvan para que se constituyan en un modelo de referencia de ética, respeto, cercanía y profesionalidad.

Delegación de responsabilidades y autonomía de su colectivo de trabajo, donde todo profesional sea responsable principal de alguno de los diferentes campos o aspectos de la gestión empresarial del negocio.

Relaciones éticas, respetuosas y de valor con todos los grupos de interés para construir una reputación de empresa única e identificable por sus resultados y manera de actuar.

Impulso del cooperativismo y del asociacionismo de la Comunidad Valenciana como medida para fomentar un desarrollo económico y social más plural, solidario, de logros compartidos y donde los beneficios y retribuciones para los accionistas y propietarios no sean la única meta fundamental.

Colaborar en combatir la exclusión financiera mediante tres vías fundamentales:

- » Provisión de crédito a entidades de la economía social donde el acceso a estos recursos es más complejo y limitado,
- » Banca de proximidad constituida por la presencia de oficinas bancarias y cajeros en poblaciones o barrios con menores posibilidades económicas.
- » Apoyo a los ciudadanos con rentas más bajas al asociarse a sus cuentas bancarias unos requisitos mínimos más asequibles que los propuestos por la gran banca tradicional.

Potenciar la solidaridad y el valor a la sociedad mediante un porcentaje relevante de sus recursos en el desarrollo de proyectos y colaboraciones de acción social en la Comunidad Valenciana.

Apoyo al comercio local y minorista, con posibilidades y recursos más limitados frente a las grandes superficies.

Compromiso con el medio ambiente y con la conservación de los recursos naturales.

Este primer informe de responsabilidad social de Caixa Popular se elabora y publica con un doble objetivo:



Posicionarse como una “banca de proximidad”.



Fortalecer la cultura, los valores y el desarrollo de la sociedad, todas ellas dentro de la Comunidad Valenciana.

2. Declaraciones de la Alta Dirección.

Benét Delcán Presidente de Caixa Popular



Caixa Popular es a día de hoy un ejemplo y modelo, de rigurosa y valiosa gestión empresarial en la Comunidad Valenciana.

La compañía trabaja para ser la entidad financiera preferida de la gente honesta y comprometida, y que desee una sólida y moderna propuesta de banca, basada en valores y proximidad.

Trabaja, día a día, en demostrar rentabilidad, solvencia, ética, profesionalidad e integración con el tejido social de pueblos y barrios. Integración en la que los ejes de valor sean el apoyo al empleo, la cultura, la lengua, el deporte de base y la colaboración sistemática con una media de más de 800 asociaciones de la Comunidad, año tras año.

Durante los últimos diez ejercicios Caixa Popular ha logrado

superar la crisis de 2008, ha afianzado una reputación más que notable, ha incrementado sus resultados año tras año y se está reinventando para convertirse en una organización moderna y modelo de referencia.

Desde sus inicios en los años setenta ha puesto el foco en la calidad de sus productos y servicios, y en la atención profesional, cercana y emocional de sus clientes. Eso la ha llevado a convertirse en la segunda mejor entidad, a nivel nacional y primera, en la Comunidad Valenciana en el “6º Estudio nacional de emociones en el sector bancario”, realizado en 2018. Reco-

nocimiento logrado por nuestro modelo de banca de proximidad y por los resultados de nuestra gestión y relaciones que mantenemos con los clientes; máximos responsables de nuestros logros tangibles e intangibles.

Para todos los que formamos parte de la definición estratégica de Caixa Popular y de su gestión diaria, es un orgullo participar en este reto profesional y un placer comprobar que el éxito y ejemplaridad también se puede lograr en el movimiento cooperativo.

En este compromiso con la Comunidad Valenciana, Caixa Popular ha sabido dar respuesta a ese lema de “la banca que te toca”,

para establecer los mejores lazos con los grupos de interés, demostrar los más valiosos valores corporativos, apoyar la ética y el buen gobierno y, sin ninguna duda, colaborar en el desarrollo y solidaridad en nuestro ámbito territorial.

A partir del 2019 entra a formar parte de la gestión una nueva variable de enorme valor para nuestro sector y para las grandes empresas; me refiero a la transparencia no financiera.

En los últimos años la comunidad financiera de los países más desarrollados, de la que formamos parte, ha estado en el candelero y no por buenas razones. Consecuencia de ello, uno de los sectores en los que la Unión Europea está proponiendo más acciones para asegurar su ética, su transparencia, su sostenibilidad y su apoyo incondicional en crear mercados más eficientes y economías más estables y resilientes, es el financiero.

En 2016 creó el Grupo de expertos de alto nivel sobre finanzas sostenibles (HLEG) para la elaboración de un informe de recomendaciones que sirviera para reorientar el sistema financiero hacia una estrategia clara que apoyase la sostenibilidad mediante políticas financieras y regulaciones hacia la ética, y que

también financiara el camino necesario hacia una economía de bajo carbono, que fuese eficiente en el uso de los recursos y que demostrase ser ambientalmente protectora. Ese informe se presentó en 2017.

Fruto de ese documento, la Unión Europea publicó en marzo de 2018 el Plan de Acción sobre finanzas sostenibles, que tiene en cuenta tanto los “Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)” de Naciones Unidas, como el “Acuerdo de París” sobre Cambio Climático. Desde mayo de ese año ya hay una propuesta legislativa y en mayo de éste, el Acuerdo del Parlamento Europeo y del Consejo de Europa.

A nivel nacional, el Gobierno de nuestro país publicó la Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad, enmarcada dentro de la Directiva Europea, que ampliaba el Real Decreto Ley aprobado. Esta ley obliga a publicar informes no financieros a las empresas de más de 500 empleados y en tres años, a las de más de 250 si son de interés público, como lo es Caixa Popular.

Ante este conjunto de propuestas, medidas y retos, nuestra empresa cooperativa quiere tener un posicionamiento proactivo y anticipativo que nos sirva para reforzar esa visión ejemplar que

tenemos en nuestra Comunidad, que colabore en fortalecer aún más nuestra reputación e incrementalmente la satisfacción y orgullo de nuestros clientes, nuestros socios y el resto de grupos de interés, con nuestra gestión.

Esta memoria que ahora publicamos va a servir para dar un paso al frente en esta necesidad de transparencia interna y externa y en agrandar nuestra misión de ser un apoyo para empresas, asociaciones y la sociedad en general, de la Comunidad Valenciana.

Es el momento de colaborar para que, desde nuestra condición de socias o socios propietarios, ya sea como colectivo de trabajo, clientes, proveedores u otro papel, participemos en este reto global de la necesaria transparencia y nos situemos en una nueva dimensión más completa y valiosa de la responsabilidad social y del desarrollo sostenible.

Rosendo Ortí

Director General de Caixa Popular



Es un orgullo formar parte de este proyecto y comprobar, día a día, que nuestras personas crecen, mejoran y demuestran que son capaces de dar la mejor respuesta profesional y emocional a clientes y al resto de nuestros grupos de interés.

Los resultados de nuestra entidad son notables y hemos sabido implantar métodos y proyectos para la mejora y la competitividad en aspectos tan importantes como la experiencia de cliente, los servicios y productos de valor diferencial, la gestión de la ética, el desarrollo de las personas o la acción social de valor, por poner algunos ejemplos.

Nuestro verdadero éxito, es que no hemos llegado a ser lo que somos por ambición económica.

Lo hemos logrado a través de una ambición compartida por el desarrollo del tejido empresarial y cooperativo, por el apoyo y pasión por la sociedad de la Comunidad Valenciana y por la coherencia en nuestros principios fundacionales. A día de hoy somos conocidos y reconocidos por todos nuestros grupos de interés, lo que fortalece nuestro posicionamiento de base.

Podemos sentirnos orgullosos del crecimiento obtenido, dada la competencia existente, la exigente regulación y la situación económica del sector y del país.

Sin embargo, no es necesario recordar que la autocomplacencia y el halago, debilitan y todos sabemos que lo que alcanzas un día, no te sirve para el siguiente.

En cada unidad de negocio y persona hay muchos retos en los que avanzar, mejorar, competir e innovar, tal y cómo nos lo han recordado nuestros grupos de interés en el último estudio de satisfacción y detección de requerimientos y expectativas, finalizado en 2018. Tenemos una muy interesante y significativa propuesta de acciones de mejora y de generación de valor en las que poner nuestro foco y recursos para seguir avanzando, sin prisa, pero sin pausa, hacia nuestra visión y mejor futuro.

De este proyecto hemos comprendido que no era tan mayoritariamente importante lo que “hacemos”, que se llama gestión, como lo que “conseguimos y se percibe” en los grupos de interés. Ese es el resultado real del valor generado a día de hoy.

Hay que trabajar de forma excelente, teniendo en cuenta los requerimientos y expectativas de los grupos de interés para dejar la mejor huella económica, laboral, social y ambiental, resultado de nuestras actividades y proyectos. El valor de la empresa es la envolvente de la satisfacción, de las emociones y de las percepciones de todas nuestras partes interesadas.

Nuestras personas deben entender, respetar y colaborar en que la igualdad de género, el liderazgo compartido, la generación de emociones positivas en clientes, la gestión por proyectos, la innovación de valor, la menta-

lidad ganadora y la actitud responsable y fundamentada, son los mejores compañeros de viaje para alcanzar el éxito y las metas que nos marquemos.

Las personas con responsabilidades directivas de esta empresa asumen y deben seguir asumiendo la importancia de la transparencia y de la búsqueda de oportunidades para que todo el colectivo de trabajo participe y sea consciente de las claves en la gestión de éxito de Caixa Popular.

Todos los meses comparto con este colectivo la misma información que preparamos para el Consejo Rector. Este hecho facilita que todos y cada uno de nosotros sepamos dónde estamos, hacia donde vamos y qué retos tenemos por delante. Cada persona socia de nuestra entidad está comprometida en responder a las dudas que surjan porque “la transparencia compartida es parte fundamental de nuestro modelo de gestión”.

Las empresas de servicios dependemos esencialmente del valor de las personas, mientras que las de producción dependen fundamentalmente del valor y coste del producto. Tenemos un camino a seguir: “Persona socia de trabajo, feliz, cliente feliz, cuenta de explotación, feliz”. Y ‘feliz’ significa sentir que la responsabilidad está bien retribuida, que se reconoce el trabajo que se

realiza; que se tiene libertad y flexibilidad para ajustar horarios, que no se valora por permanencia en la empresa, sino por resultados y que está permitido equivocarse, porque detrás del error está el aprendizaje y la mejora de capacidades.

Sabemos que es difícil competir por precio y que la mejor vía para competir es la creatividad, la diferenciación y la innovación. A lo largo de nuestra historia hemos creado y vamos a crear nuevas vías de diferenciación tal y como hemos hecho abriendo sistemáticamente nuevas oficinas, implementando horarios de atención a clientes, de mañana, medio día y tarde; ayudando a los mismos a realizar su declaración del IRPF o poniendo en el mercado la Tarjeta de Compra Local, por poner varios ejemplos.

Otro factor que nos diferencia es nuestra implicación en el mundo de las cooperativas y asociaciones. Siempre hemos creído en las soluciones colectivas para resolver problemas colectivos y para ello se cuenta con nuestra participación directa y no solo con aportaciones económicas.

Nos acercamos a la ciudadanía siendo coherentes con nuestros principios como cooperativistas, ofreciendo formación en escuelas de adultos o integrando parte de juntas directivas de asociaciones

de comerciantes, por ejemplo.

Lo importante es implicarse con el tejido social con el que nos relacionamos. Nuestra historia ha sido, es y será hacer cosas nuevas y diferentes para sobrevivir y crecer.

El Plan Estratégico 2017-2020, que llamamos “Reinventar-se 2020” está siendo y va a ser posiblemente el más importante de nuestra historia. Queremos que lo que resulte de él sea un salto sustancial en nuestros modelos y resultados de la gestión y en afianzarnos como modelo de referencia en responsabilidad social, en compromiso e integración con nuestros grupos de interés, en fortalecer sistemáticamente nuestra reputación y en mejorar nuestra transparencia.

Quiero acabar esta declaración con el compromiso de que en nuestros procesos, servicios y decisiones va a jugar un papel primordial la responsabilidad social y el compromiso con nuestros grupos de interés. Ya lo eran antes, pero ahora van a ser una parte fundamental de nuestros retos, metas y visión para que logremos un mundo mejor, más capaz y más sostenible para las generaciones venideras.

3. Exposición de los proyectos o hechos más relevantes del ejercicio.

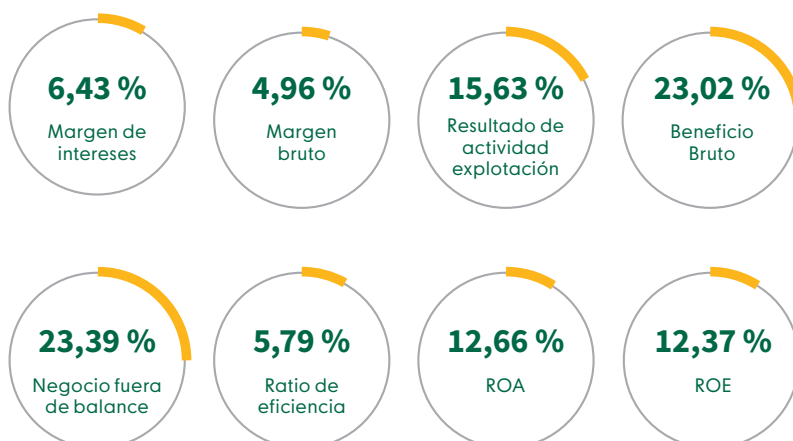
Para Caixa Popular el 2018 ha sido un año muy relevante por dos principales motivos.

Por un lado, la consolidación y el crecimiento sistemático en los resultados económicos de la cooperativa, en los cinco últimos años.

Este fortalecimiento queda constatado a través de las tasas de crecimiento compuesto de los principales indicadores financieros y del incremento en el número de personas (55 nuevas incorporaciones) y oficinas (con 8 nuevos puntos de venta), desde 2014 a 2018.

Por otro lado, hay tres aspectos muy significativos en el avance y consolidación empresarial de Caixa Popular:

Tasas de crecimiento compuesto correspondientes al periodo 2014-2018



1. La incorporación de nuevos modelos de gestión que la sitúan en otro posicionamiento más competitivo, más diferenciador y más responsable.
2. Nuevos enfoques en el desarrollo de proyectos e innovación en aspectos clave para la obtención de resultados sobresalientes, que la sitúan en camino de alcanzar el nivel de las grandes empresas y en una situación de liderazgo en la Comunidad Valenciana
3. Y por el valor actual de la reputación para los grupos de interés.

Acciones y resultados:

GESTIÓN DE CLIENTES

Basar la emoción como eje de la relación con los clientes (Experiencia +Emociones). Modelo de atención centrado en el trato excelente, la actitud positiva, la venta consultiva y una atención ética y responsable.



PARTES INTERESADAS

Modelo de gestión de todos los grupos de interés y marcos de relacionamiento. Satisfacción media ponderada global de la gestión de Caixa Popular para todos sus grupos de interés: 8,7 sobre 10.



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD

Nuevo modelo de responsabilidad social, extendida y avanzada. Reorientación de la acción social hacia la huella social e implantación de la incitativa de las tarjetas solidarias (0,7%).



NEGOCIO

Creación de la línea de negocio "AGRO" Caixa Popular.



GOBIERNO CORPORATIVO

Apertura del capital a terceros. Implantación del Mecanismo Institucional de Protección (MIP) en el Grupo Caja Rural, tras la aprobación del primero en España.



ESTUDIO DE GRUPOS DE INTERÉS: REPUTACIÓN

Valor de la reputación y de sus palancas. Modelo diseñado para Caixa Popular.



VALOR DE LA REPUTACIÓN Y DE SUS PALANCAS

Caixa Popular cuenta con una muy buena reputación en el tejido empresarial de la Comunidad Valencianas	8
Ética	9,3
Creatividad Innovación	8,3
Responsabilidad Social y Desarrollo sostenible	8,7
Cooperativismo Asociacionismo	9,3
Gestión de Personas	9,2
Gestión económica	9,2
Acción social	9,2
Calidad de los servicios a clientes	8,7
Diferenciación	8,9

4. Resultados del Ejercicio.

En este capítulo se presentan los dos documentos fundamentales que resumen la situación financiera de Caixa Popular a fecha 31 de diciembre de 2018: el balance de situación y la cuenta de pérdidas y ganancias.



BALANCE DE SITUACIÓN (datos en miles de euros)

Efectivo, saldos en efectivo en bancos centrales y otros depósitos a la vista	154.531
Activos financieros mantenidos para negociar	15
Derivados	15
Activos financieros no destinados a negociación valorados obligatoriamente a valor razonable con cambios en resultados	4.648
Instrumentos de patrimonio	2.699
Préstamos y anticipos	1.379
Clientes	1.379
Valores representativos de deuda	570
Activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado global	133.127
Instrumentos de patrimonio	22.075
Valores representativos de deuda	111.052
Activos financieros a coste amortizado	1.460.175
Valores representativos de deuda	296.212
Préstamos y anticipos	1.163.963
Entidades de crédito	144.233
Clientes	1.019.730
Pro memoria: prestados o entregados como garantía con derecho de venta o pignoración	79.457
Activos tangibles	12.608
Inmovilizado material	12.135
De uso propio	12.109
Cedido en arrendamiento operativo	-
Afecto a la obra social	26
Inversiones inmobiliarias	473
Activos intangibles	83
Otros activos intangibles	83
Activos por impuestos	2.955
Activos por impuestos corrientes	1.271
Activos por impuestos diferidos	1.684
Otros activos	4.567
Resto de los otros activos	4.567
Activos no corrientes y grupos enajenables de elementos que se han clasificado como mantenidos para la venta	9.892
TOTAL ACTIVO	1.782.601

PASIVO Y PATRIMONIO NETO	2018
Pasivos financieros mantenidos para negociar	29
Derivados	29
Pasivos financieros a coste amortizado	1.611.510
Depósitos	1.595.272
Bancos centrales	148.938
Entidades de crédito	1.351
Clientes	1.444.983
Otros pasivos financieros	16.238
Derivados - contabilidad de coberturas	39.825
Provisiones	4.229
Compromisos y garantías concedidos	422
Restantes provisiones	3.807
Pasivos por impuestos	3.270
Pasivos por impuestos corrientes	-
Pasivos por impuestos diferidos	3.270
Otros pasivos	8.902
De los cuales: fondo de la obra social	952
TOTAL ACTIVO	1.667.765



PASIVO Y PATRIMONIO NETO	2018
Fondos propios	111.183
Capital	50.278
Capital desembolsado	50.278
Capital no desembolsado exigido	-
Pro memoria: capital no exigido	-
Prima de emisión	-
Instrumentos de patrimonio emitidos distintos del capital	-
Componente de patrimonio neto de los instrumentos financieros compuestos	-
Otros instrumentos de patrimonio emitidos	-
Otros elementos de patrimonio neto	-
Ganancias acumuladas	53.508
Reservas de revalorización	2.199
Otras reservas	(2.676)
Resultado del ejercicio	9.305
(-) Dividendo a cuenta	(1.431)
Otro resultado global acumulado	3.653
Elementos que no se reclasificarán en resultados	1.105
Cambios del valor razonable de los instrumentos de patrimonio valorados a valor razonable con cambios en otro resultado global	1.105
Elementos que pueden reclasificarse en resultados	2.548
Derivados de cobertura. Reserva de cobertura de flujos de efectivo [parte eficaz]	(277)
Cambios de valor razonable de los instrumentos de deuda valorados a valor razonable con cambios en otro resultado global	2.825
TOTAL PATRIMONIO NETO	114.836
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	1.782.601

PRO MEMORIA: EXPOSICIONES FUERA DE BALANCE	2018
Compromisos de préstamo concedidos	117.336
Garantías financieras concedidas	3.302
Otros compromisos concedidos	23.007

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS 2018

CONCEPTOS	2018
Ingresos por intereses	33.751
Activos financieros a valor razonable concambios en otro resultado global	1.804
Activos financieros a coste amortizado	30.542
Restantes ingresos por intereses	1.405
Gastos por intereses	(1.542)
MARGEN DE INTERESES	32.209
Ingresos por dividendos	740
Ingresos por comisiones	17.301
Gastos por comisiones	(1.396)
Ganancias o pérdidas al dar de baja en cuentas activos y pasivos financieros no valorados a valor razonable con cambios en resultados, netas	2.136
Restantes activos y pasivos financieros	2.136
Ganancias o pérdidas por activos financieros no destinados a negociación valorados obligatoriamente a valor razonable con cambios en resultados, netas	(128)
Otras ganancias o pérdidas	(128)
Diferencias de cambio, netas	267
Otros ingresos de explotación	2.103
Otros gastos de explotación	(2.384)
De los cuales: dotaciones obligatorias a fondos de obra social	875
MARGEN BRUTO	50.848
Gastos de administración	(29.767)
Gastos de personal	(17.447)
Otros gastos de administración	(12.320)
Amortización	(1.512)
Provisiones o reversión de provisiones	537
Deterioro del valor o reversión del deterioro del valor de activos financieros no valorados a valor razonable con cambios en resultados y pérdidas o ganancias netas por modificación	(6.069)
Activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado global	(140)
Activos financieros a coste amortizado	(5.929)

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS 2018	2018
Deterioro del valor o reversión del deterioro del valor de inversiones en dependientes, negocios conjuntos o asociadas	(21)
Activos tangibles	-
Activos intangibles	-
Otros	-
Ganancias o pérdidas al dar de baja en cuentas activos no financieros, netas	(26)
Fondo de comercio negativo reconocido en resultados	-
Ganancias o pérdidas procedentes de activos no corrientes y grupos enajenables de elementos clasificados como mantenidos para la venta no admisibles como actividades interrumpidas	(2.774)
GANANCIAS O PÉRDIDAS ANTES DE IMPUESTOS PROCEDENTES DE LAS ACTIVIDADES CONTINUADAS	11.216
Gastos o ingresos por impuestos sobre las ganancias de las actividades continuadas	(1.911)
GANANCIAS O PÉRDIDAS DESPUÉS DE IMPUESTOS PROCEDENTES DE LAS ACTIVIDADES CONTINUADAS	9.305
Ganancias o pérdidas después de impuestos procedentes de actividades interrumpidas	-
RESULTADO DEL EJERCICIO	9.305

En el capítulo “5.2.- Huella económica y del negocio”, apartado “Gestión económico financiera” se explican los resultados y la evolución de los parámetros e indicadores principales de la gestión económico financiera realizada en el ejercicio, en comparación con los obtenidos con el anterior.



5. Gestión sostenible, ética y responsable del negocio.

Desde su constitución, Caixa Popular ha demostrado una gestión económica coherente, una estricta ética en las relaciones y servicios con todos sus grupos de interés y una solidaridad y sensibilidad social muy apreciadas en la Comunidad Valenciana.

A partir de 2018 esta visión de la estrategia corporativa, como consecuencia de la redefinición

y mejora en responsabilidad social finalizada en ese ejercicio, ha integrado nuevos componentes siendo más completa y global.

En la actualidad, Caixa Popular está incorporando en su gestión todas las materias relevantes que integran la responsabilidad social y asume y comparte las directrices y requerimientos de los prescriptores más importantes como lo son Naciones Unidas,

Global Reporting Initiative (GRI) o AccountAbility.

Este nuevo posicionamiento ha servido para definir un nuevo planteamiento estratégico y táctico donde la sostenibilidad, la ética y la responsabilidad se convierten en el principal inductor de valor. El esquema global de esta gestión es el siguiente:



La meta es avanzar sistemáticamente en los enfoques de gestión de la responsabilidad social hasta alcanzar el nivel de desarrollo de las organizaciones de referencia en esta materia, a nivel nacional y en el sector. Caixa

Popular entiende la “Responsabilidad Social” como la voluntad de asumir y colaborar sistemáticamente en el desarrollo sostenible y en la solución de los retos y necesidades de la Comunidad Valenciana y a nivel global, apro-

vechando además para fortalecer un nuevo posicionamiento que proporcione:



una nueva fuente de diferenciación en el sector financiero,



una imagen de marca más poderosa y responsable,



un mejor clima laboral y un mayor orgullo de pertenencia de las personas socias de trabajo



un marco de relaciones con los grupos de interés completo, ético y de valor compartido y



la consolidación de la mejor reputación.

Próximamente se publicará la Política de Responsabilidad Social donde se divulgarán los diferentes capítulos integrantes de la misma y los compromisos que se establecerán para cada uno de ellos.

El desarrollo de esta política y la consolidación del nuevo modelo

de responsabilidad social son los retos y objetivos de la planificación estratégica de la Responsabilidad Social 2019-2020.

En futuros ejercicios se evaluará el modo en que Caixa Popular colabora y colaborará en dar respuesta a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a la

Agenda 2030 para el desarrollo sostenible con sus 17 objetivos y 169 metas.

A continuación, se explican los diferentes ejes y vectores que conforman el diseño de la nueva gestión sostenible, ética y responsable (SER) de Caixa Popular y los resultados de los mismos.

5.1. Gobierno y estrategia del negocio

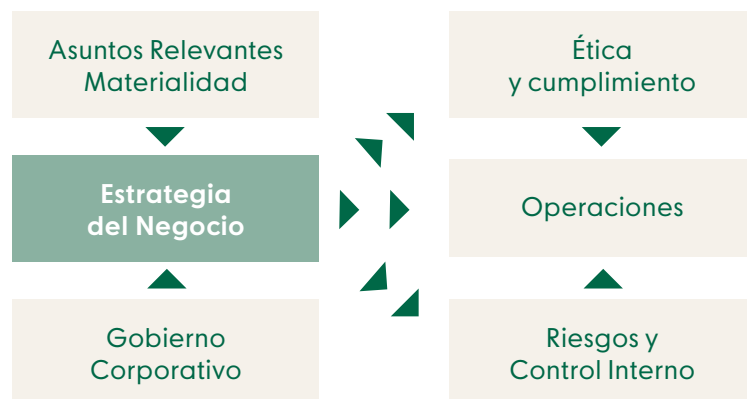
La definición y desarrollo, fundado y científico, de la estrategia y del gobierno del negocio es la alternativa de mayor valor para que Caixa Popular pueda plantearse con coherencia y eficiencia cuál debe ser su posicionamiento competitivo, hasta donde llegar en la definición de la visión y cuáles deben ser sus proyectos y actividades para asegurar la continuidad y el crecimiento razonable de la empresa en el corto, medio y largo plazo.

Para una cooperativa como Caixa Popular esta misión es responsabilidad final del Consejo Rector y de la Asamblea General, con la colaboración del Equipo de Dirección y de todo el colectivo de trabajo.

En la actualidad el gobierno y la estrategia de Caixa Popular se establece mediante los siguientes cinco grandes campos de actuación:

- » Estrategia del negocio
- » Gobierno corporativo
- » Control interno: gestión de riesgos, auditoría interna y cumplimiento
- » Gestión de la ética
- » Asuntos relevantes y materialidad del negocio

El desarrollo e integración de estos cinco aspectos asegura la coherencia en la gestión estratégica y el diseño racional para hacer frente a los retos y metas de la organización.



Estrategia del negocio

Caixa Popular sustenta actualmente su identidad estratégica en la misión, en la definición de la empresa, en los valores del negocio y en la visión de la organización.

Antes de la finalización del Plan vigente, Reinventar-se 2020, está previsto poner en marcha un proyecto para el diseño de una nueva identidad estratégica que tenga en cuenta las directrices de los proscriptores internacionales más relevantes en esta materia y las mejores prácticas existentes a nivel internacional. Fruto de ella se obtendrán la misión, los principios de la gestión, los valores corporativos y la visión de la organización.

Caixa Popular define la estrategia conceptual de su negocio, como lo que hay que hacer para “lograr un crecimiento sostenible y responsable, basado en un modelo de banca cooperativa valenciana con valores, social y diferente”.

Debido a los importantes y continuos cambios tecnológicos, sociales, de comportamiento y regulatorios, que se producen casi a diario, en la actualidad la estrategia no puede ser un fin, sino una herramienta de valor en el logro de la visión de la entidad.

Para hacer frente a una gestión de la estrategia, simple, flexible y de valor, Caixa Popular diseña

planificaciones cuatrienales móviles que se revisan y modifican en cada ejercicio. De esta manera salen de ella las estrategias finalizadas, las que pierden su urgencia y entran nuevos proyectos o retos de valor en el futuro más cercano.

La estrategia es una de las responsabilidades principales de su Director General y cuenta para su diseño y conceptualización con toda la organización.

El inicio de todo plan estratégico y de la fundamentación del diseño del de Caixa Popular es un análisis DAFO.

Externamente, a nivel de negocio y de las áreas de la cooperativa se detectan oportunidades y amenazas a través de las cinco siguientes vías:

El análisis de la legislación actual y de las propuestas futuras de impacto en la empresa, en el sector financiero o en las unidades organizativas de la compañía, provenientes de la Unión Europea, del Gobierno de España o de la Generalitat Valenciana.

los requerimientos y expectativas razonables de los grupos de interés,

las directrices y propuestas del Grupo Caja Rural,

los análisis y estudios del sector y de la competencia, entendida como “benchmark” y

los retos y tendencias de valor en la gestión sostenible, ética y responsable de organizaciones.

Internamente, se detectan fortalezas y debilidades a través de las cinco siguientes vías:

los estudios de análisis de los procesos del negocio,

los resultados económicos y de gestión de las líneas de negocio,

las directrices y propuestas del Grupo Caja Rural,

las incidencias y fallos internos recogidos a través de los canales “detección de errores” y “botiquines” (mediante estas dos vías la organización posee información clave de las debilidades principales en sus procesos, productos y sistemas)

las auditorías internas y externas periódicas.

El inicio de cada periodo estratégico lo marcan las Jornadas de Reflexión Estratégica que se celebran cada 3 o 4 años y en las que participan todas las personas socias de trabajo, “todas las personas tienen el derecho a opinar e influir en la orientación del negocio y en sus decisiones, para que desarrollen su actividad con el mayor convencimiento y predisposición favorable”.



El colectivo de trabajo estudia el DAFO preparado para el periodo estratégico y aporta las propuestas de líneas de acción que considera de mayor valor, relevancia, impacto y conveniencia. A estas reuniones se invita también a los miembros del Consejo Rector, por si desean acudir al desarrollo de las mismas.

De estas propuestas parte el diseño del Plan Estratégico plurianual que es validado por el Equipo de Dirección, conforma la propuesta para ser aprobada por el Consejo Rector y el Presidente de Caixa Popular.

El Plan Estratégico se despliega en el corto plazo en los Planes de Gestión (año).

Al final del primer semestre de cada ejercicio, el Equipo de Dirección y las personas que lo deseen del Consejo Rector ana-

lizan los resultados y deciden si las estrategias son las adecuadas. En base a ello se aplican modificaciones o ajustes en el Plan. Todos los cambios, aprobados por el Consejo Rector, son informados a las personas socias de trabajo y al conjunto del colectivo.

Una vez diseñado el plan estratégico plurianual se diseñan o revisan los principios de actuación que recogen las bases, directrices y compromisos con los grupos de interés, en las materias más relevantes y estratégicas de la gestión de la empresa.

En el próximo plan está previsto el diseño y desarrollo de un Manual de políticas estratégicas que aglutine las existentes actualmente y las necesarias para hacer frente al nuevo posicionamiento de la compañía como empresa sostenible, ética y responsable.

En el Plan estratégico actual, Reinventar-se 2020, hay 6 grandes estrategias corporativas y 10 factores críticos de éxito. Cada una de ellas tiene metas y resultados objetivos, que periódicamente se monitorizan para su control y seguimiento. Actualmente no existe una retribución variable directa por el logro de las estrategias del negocio.

Este tipo de retribución se logra por el cumplimiento de los objetivos de cada departamento y por cómo ayudan éstos al cumplimiento de las estrategias del negocio.

Gobierno corporativo

La estrategia para la gestión del gobierno corporativo de Caixa Popular se sustenta en cuatro líneas de fundamentación:

1.

Las directrices sobre gobierno interno del Banco de España (Eurosistema).

2.

El efecto inspirador de la Declaración por la ética empresarial y el buen Gobierno formalizada por Caixa Popular, junto a un número elevado de Empresas, el 16 de octubre de 2010.

3.

Los principios de buen gobierno para empresas no cotizadas del Instituto de Consejeros-Administradores.

4.

Las mejores prácticas en gestión del gobierno corporativo de las empresas cooperativas, entendidas como “benchmark”.

Para la entidad, el gobierno corporativo es la mejor plataforma para asegurar que:

- » la alineación y coherencia entre estrategia y operaciones es completa,
- » los aspectos entendidos como cruciales de la gestión se siguen y analizan en profundidad en el desarrollo de las funciones del negocio y
- » se protegen los derechos de los socios propietarios y del resto de grupos de interés.

Como demostración de su máximo compromiso en este campo, Caixa Popular:

- » firmó en 2018 la Declaración por la Ética Empresarial y el Buen Gobierno e
- » implantó el Mecanismo Institucional de Protección normativa del Grupo Caja Rural, primero en España.

En la actualidad la administración, gestión y control del gobierno corporativo está sustentado en los siguientes órganos:

Asamblea General

Consejo Rector y Comisiones Delegadas:

Comisiones y Comités Complementarios de Interés Operativo

Comisión de Recursos.

Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

Comisión Mixta de Auditoría y Riesgos

Consell Social.

Comité de Igualdad.

Comité de Seguridad e Higiene.

Comisión de Promoción Cooperativa.

Órgano de Control Interno.

Unidad de Prevención del Blanqueo de Capitales.

Para la gestión del gobierno corporativo, la entidad cuenta con los siguientes elementos de orientación y posicionamiento:

Estatutos Sociales

Reglamentos y normas internas de los órganos de gobierno

- » Reglamento del Consejo Rector
 - » Reglamento del Comité Mixto de Auditoría y Riesgos y el Director de la Unidad de Riesgos
 - » Reglamento del Comité de Nombramientos y Retribuciones
-

Estructura organizativa: líneas de responsabilidad, funciones y prevención de conflictos de interés

- » Estructura Organizativa de la Entidad: Organigrama
 - » Líneas de Responsabilidad y Funciones
 - » Criterios de Prevención Conflictos de Interés
-

Para la gestión del gobierno corporativo, la entidad cuenta con los siguientes elementos de orientación y posicionamiento:

En la página web de la entidad (www.caixapopular.es), apartado Gobierno Corporativo y Política de Remuneraciones, se detallan tanto los documentos antes indicados, como la información acerca de:

Procedimientos Internos en relación con los Riesgos

Colectivo identificado y política de remuneraciones

Evaluación de la idoneidad

la Asamblea General

los integrantes del Consejo Rector y Comisiones Delegadas,

los criterios de nombramiento, selección y evaluación de competencias de los mismos,

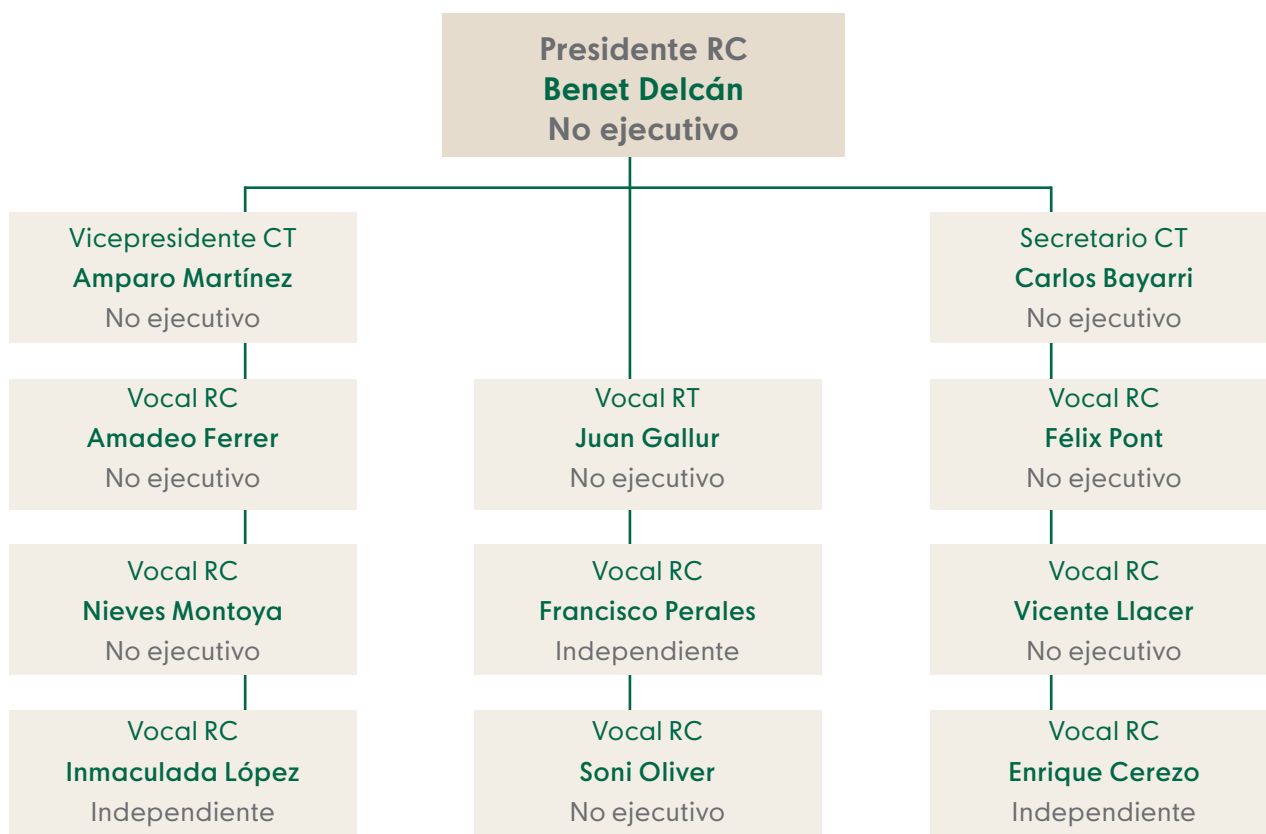
las funciones y responsabilidades de los órganos de gestión y

resto de los puntos de orientación y posicionamiento arriba enunciados.

A continuación, se informa de los integrantes del Consejo Rector, con sus cargos y tipos de conse-

jeros, y la composición por rangos de edad y sexo del Consejo y del Equipo de Dirección.

Esquema de integrantes del Consejo Rector:



**Tabla de la composición desglosada de los órganos de gobierno
(Consejo Rector y Equipo de dirección)**

COMPOSICIÓN DESGLOSADA POR EDAD Y SEXO DEL CONSEJO RECTOR Y DEL EQUIPO DE DIRECCIÓN																
Órganos de Gobierno	Hasta 30 años				De 31 a 50 años				Más de 50 años				Total			
	M	%	H	%	M	%	H	%	M	%	H	%	M	%	H	%
Consejo Rector	0	0	0	0	4	33,33	2	16,67	0	0	6	50	4	33,33	8	66,67
Equipo de dirección	1	8,33	0	0	2	16,67	1	8,33	1	8,33	7	58,33	4	33,33	8	66,67
Totales y medios	1	4,17	0	0	6	25	3	12,50	1	4,17	13	54,16	8	33,33	16	66,67

RC: Representante de cooperativas.

CT: representante del colectivo de trabajo.

Los datos e indicadores principales de la gestión del gobierno corporativo fueron:

GOBIERNO CORPORATIVO			
La gestión del gobierno corporativo de la entidad se desarrolló bajo el cumplimiento de todos los principios y actuaciones previstas, tanto en 2018, como en 2017.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Remuneración total a Consejeros (*) (en €)	24.953,04	30.326,17	-17,72 %
Consejeros mujeres Colectivo trabajo en Consejo Rector	4	4	0 %
Consejeros hombres Colectivo trabajo en Consejo Rector	8	8	0 %
Reuniones del Consejo Rector	11	11	0 %
Reuniones Comisión mixta de auditoría	3	3	0 %

(*) La retribución que reciben es exclusivamente por gastos de dietas y desplazamientos.

Satisfacción, requerimientos y expectativas con las relaciones mantenidas con los socios propietarios

Durante el ejercicio 2018 se realizó una evaluación de la satisfacción del grupo de interés “socios propietarios” mediante entrevistas a 25 personas de los cuatro segmentos (colectivo de trabajo, persona física, cooperativa y empresa) evaluándose los siguientes campos de actuación:

- » **Satisfacción global con el proceso de relacionamiento y participación.**
- » **Satisfacción con las variables de la calidad de las actividades y relaciones mantenidas.**
- » **Satisfacción con las cinco etapas del proceso.**
- » **Identificación de los requerimientos, expectativas y puntos que supondrían una mejora de las relaciones y de las actividades con Caixa Popular.**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

SATISFACCIÓN GLOBAL	Caixa Popular genera valor y gestiona de una forma muy satisfactoria las actividades y relaciones con los socios propietarios.		8,6
SATISFACCIÓN CON LAS VARIABLES DEL PROCESO Y RELACIONES CON SOCIOS PROPIETARIOS			
Caixa Popular dispone de los medios e instalaciones que garantizan la correcta participación en el proceso de relaciones y participación	8,4	Caixa Popular participa en las actividades de una forma fiable y cuidadosa	9,1
Caixa Popular atiende las consultas, peticiones y requerimientos de sus socios propietarios en plazo y forma	8,9	Caixa Popular aporta un personal adecuadamente cualificado y con elevado grado de profesionalidad.	8,9
Caixa Popular ofrece por medio de su personal la consideración, el respeto y la cortesía que requieren las relaciones con los socios propietarios.	9,5	Caixa Popular demuestra honestidad y ética en la relación con los socios propietarios.	9,1
Caixa Popular ofrece seguridad ante impagos o retrasos y garantiza el cobro de las retribuciones acordadas	9,1	Caixa Popular proporciona los canales de comunicación para poder resolver las necesidades de información , documentación, incidencias, etc.	8,5
Caixa Popular la comunicación con los socios propietarios es clara y fluida	9,1	Caixa Popular se esfuerza en conocer y atender los requerimientos y expectativas de los socios propietarios.	8,3

SATISFACCIÓN CON LAS ETAPAS DEL PROCESO DE RELACIÓN Y PARTICIPACIÓN			
La incorporación del socio propietario en Caixa Popular se realizó de la manera prevista y de forma satisfactoria.	9,2	Caixa Popular elabora la documentación necesaria para informar de la gestión y de los resultados obtenidos a los socios propietarios en plazo, forma y fondo.	9,4
Caixa Popular informa, prepara y facilita la participación de los socios propietarios en la Asamblea general y otras reuniones de una manera eficiente y de valor.	8,7	Caixa Popular presta un servicio de atención al socio propietario de una forma rápida, precisa y útil	8,6
Caixa Popular cumple en fondo y forma con los acuerdos de retribución por la consideración de socio propietario.	9,3		

REQUERIMIENTOS Y EXPECTATIVAS DEL GRUPO DE INTERÉS

- » Crear un canal de atención al socio en la web corporativa y un responsable de su gestión y atención. A través de este canal se debe permitir la consulta de información referente a cada uno de los últimos ejercicios, la entrada de peticiones y la posibilidad de realizar sugerencias o plantear quejas y la consulta a la información correspondiente a cada socio. Información manual, sólo para los que la soliciten específicamente.
- » Mejorar y modernizar el proceso asociado a la ejecución y resultados de la Asamblea General, tal y como se está haciendo actualmente para las grandes empresas: control de asistencia, votación de cada uno de los aspectos relevantes a distancia, retransmisión de la asamblea, grabación de la misma, etc. Hacer la asamblea antes, acercándose a los períodos en los que se hacen en las grandes empresas (desde marzo a mayo).
- » Simplificar el acceso a la información dirigida a los socios propietarios y hacerla más comprensible para las personas que no tengan la formación necesaria para entender en toda su totalidad los documentos asociados a los resultados de la compañía y a las medidas o propuestas de análisis y decisión.
- » Informar con antelación del retorno del capital social y ejecutar antes la política de retribución.
- » Mejorar y simplificar la información relativa a la entrada de un socio de la empresa, informando de obligaciones, derechos y diferentes niveles de participación, todo ello de forma muy sencilla. También informar sobre la fiscalidad aplicable del socio que abandona esta condición.

Valor de la reputación para el grupo de interés.

En relación a la reputación de Caixa Popular en la Comunidad Valenciana, este grupo de interés tiene la siguiente percepción:

REPUTACIÓN GLOBAL	Caixa Popular es una compañía con muy buena reputación en la Comunidad Valenciana.		9,1
SATISFACCIÓN CON LAS PALANCAS DE LA REPUTACIÓN			
Comportamiento ético y responsable en su gestión	9,6	Creativa, innovadora y tecnológica en su negocio	7,8
Comunica información veraz, en plazo y suficiente.	8,9	Apoya el desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad corporativa	8,9
Apoya y fomenta el cooperativismo y el asociacionismo	9,4	Modelo por la opinión, valores y satisfacción que transmiten sus empleados.	9,4
Bien gestionada económicamente y perdurable en el tiempo	9,5	Apoya la acción social mediante proyectos de RS.	9,2
Prioriza la calidad de sus servicios a sus clientes.	8,6	Busca la diferenciación (gestión y servicios) para asegurar el futuro y su crecimiento	9,2

Los valores de la reputación y de las palancas son muy notables para los socios propietarios, estando siete de las once mediciones en el rango entre 9 y 10 (entorno óptimo Net Promotor Score: NPS). Tan sólo precisa

de un análisis la creatividad e innovación en el negocio.

Cómo máxima expresión de qué la gestión y resultados del gobierno corporativo de la entidad sea un ejemplo

de mejora e innovación está previsto analizar y, en su caso, incluir en los años que restan de la Planificación actual, Reinventar-se 2020, un proyecto que incluya las siguientes posibles líneas de acción:

» **Diseñar un Código de Buen Gobierno de Caixa Popular** donde se articule y se establezcan los principios y directrices de la gestión y sirva como metodología para avanzar en pos de la excelencia en este campo de la gestión empresarial.

» **Constitución de una Comisión de Responsabilidad Social**, dentro de las Comisiones Delegadas con el objetivo de inspirar y asegurar que la gestión de la entidad responde a criterios de responsabilidad, ética y sostenibilidad en su mayor expresión.

-
- » **Utilizar como nueva línea de fundamentación y detección de mejores prácticas** al Código unificado de buen gobierno de las empresas cotizadas vigente en cada momento. El actual, correspondiente a 2015, propone 64 recomendaciones a las empresas para el máximo desarrollo del buen gobierno

 - » **Evaluar el interés de implantar procesos sistemáticos de consulta y evaluación** acerca de cuestiones de sostenibilidad.

 - » **Elaborar un informe anual de gobierno corporativo** donde se informe de la gestión realizada de los resultados obtenidos de la misma.

 - » **Analizar las propuestas de los grupos de interés** y decidir cuáles de ellas son razonables y viables.
-

Control interno: gestión integral de riesgos, auditoría interna y cumplimiento normativo

Caixa Popular diseña y mantiene sistemáticamente un sistema para la gestión del control interno, basado en una metodología propia, cuya responsabilidad es del Comité Mixto de Auditoría que reporta directamente al Presidente, máximo responsable del Consejo Rector.

El modelo se ha diseñado para cumplir con las guías y recomendaciones de los reguladores y supervisores, a nivel nacional y europeo, y recoge mejores prácticas de las empresas “benchmark”.

El método se basa en tres niveles diferenciados de control, de acuerdo con lo que comúnmente se conoce como “modelo de tres líneas de defensa”. Su objetivo es el de identificar, prevenir y corregir las situaciones de riesgo inherentes al desarrollo de las actividades de la entidad en los ámbitos y lugares en los que despliega su negocio.

La primera línea de defensa está constituida por las unidades de negocio y las áreas de soporte que, como parte de su actividad, originan la exposición de riesgo de la empresa. Estas unidades son responsables de gestionar, hacer el seguimiento e informar regularmente sobre el riesgo generado.

Todos los riesgos se comparan con la cantidad de ellos que la organización está dispuesta a asumir (apetito al riesgo) para alcanzar sus objetivos estratégicos, de acuerdo con los límites de riesgo autorizados.

Para atender su función, la primera línea de defensa debe disponer de los medios para identificar, medir, gestionar y reportar los riesgos asumidos.

La segunda línea de defensa está constituida por los equipos de control y supervisión de riesgos, incluyendo la función de cum-

plimiento. Esta segunda línea vela por el control efectivo de los riesgos y asegura que los mismos se gestionan de acuerdo con el nivel de apetito al riesgo definido.

La tercera línea de defensa, última capa de control, es la correspondiente a la auditoría interna y tiene el objetivo de evaluar periódicamente la implantación y cumplimiento de las políticas, metodologías, procedimientos y el desarrollo esperado de los procesos de toda la compañía.

Las tres líneas de defensa cuentan con un nivel de responsabilidad e independencia suficiente para no comprometer la efectividad del esquema general, aunque actúan coordinadamente con el fin de maximizar su eficiencia y potenciar su efectividad.

Gestión integral del riesgo.

Caixa Popular está desarrollando un sistema avanzado de gestión integral de riesgos que sirva para facilitar el cumplimiento de las estrategias y objetivos de la compañía y para asegurar que los riesgos, que pudieran afectar a los mismos, sean identificados, analizados, evaluados, gestionados y controlados de forma sistemática, con criterios uniformes y dentro

del nivel de riesgo aceptable aprobado por el Consejo Rector.

Este sistema es responsabilidad del Área de Gestión Integral de Riesgos, creada en 2017. La calidad en la gestión del riesgo constituye para la entidad un eje prioritario de actuación. La política de riesgos de Caixa Popular está orientada a mantener un perfil medio-bajo y predecible para el

conjunto de sus riesgos, constituyendo su modelo de gestión un factor clave para la consecución de los objetivos estratégicos.

Las directrices fundamentales de la gestión son:

-
- » Participación y supervisión activa de los órganos de gobierno de la entidad. El Consejo Rector participa en la aprobación de las estrategias generales de negocio y se preocupa por definir las políticas de asunción y gestión de los riesgos, asegurándose de la existencia de políticas, controles y sistemas de seguimiento del riesgo apropiados y de que las líneas de autoridad estén claramente definidas.
-
- » Cultura de riesgos integrada en toda la organización. Se implementa una cultura de gestión del riesgo que, potenciada desde el propio Consejo Rector, es comunicada a todos los niveles de la organización, con una definición clara de los objetivos que eviten tomar riesgos o posiciones inadecuadas por no disponer de la organización, de los procedimientos o los sistemas de control adecuados. Esta cultura se materializa en los principios de responsabilidad, prudencia y cumplimiento, al considerar que todas las unidades y el colectivo de trabajo (con independencia de la función que desempeñen) son responsables de asegurar que la entidad no solo cumple, sino que es prudente y responsable en lo que hace.
-
- » Independencia de la función de riesgos. Abarcando todos los riesgos y proporcionando una adecuada separación entre las unidades generadoras de riesgo y las encargadas de su control y contando con autoridad suficiente y el acceso directo a los órganos de dirección y gobierno que tienen la responsabilidad de la fijación y supervisión de la estrategia y las políticas de riesgos.
-

En la gestión de los riesgos los aspectos técnicos clave de especial atención son:

» Selección de metodologías adecuadas de medición de los riesgos, que permiten capturar de forma apropiada los distintos factores de riesgo a los que se expone.

» Evaluación, análisis y seguimiento de los riesgos asumidos, la identificación, la cuantificación, el control y el seguimiento continuo de los riesgos permite establecer una relación adecuada entre la rentabilidad obtenida por las transacciones realizadas y los riesgos asumidos

» El apetito de riesgo (entendido como la cuantía y tipología de los riesgos que se considera razonable asumir en la ejecución de la estrategia del negocio para mantener su actividad ordinaria frente a la ocurrencia de eventos inesperados) es un elemento clave en la gestión, como lo son los límites de apetito de riesgo (expresión en términos cuantitativos de la máxima exposición de riesgo que la entidad está dispuesta a asumir).

» El análisis de los escenarios de riesgo, con los impactos que podrían provocar en el negocio, para testar la resistencia de la entidad ante entornos o situaciones de estrés, así como poner en marcha conjuntos de medidas que disminuyan el perfil de riesgo ante los mismos. El objetivo es maximizar la estabilidad de la cuenta de resultados y de los niveles de capital y liquidez. Dichos escenarios se expresan tanto en términos de variables macroeconómicas como en el de otras variables que afectan a la gestión.

» Los planes de viabilidad (contingencias) y el sistema de gestión de crisis. El primero estudia y define las medidas que la entidad tendría que diseñar y preparar para salir por sí sola de situaciones severas. El segundo, recogido en un Manual de crisis, contiene:

- » El Comité de Crisis con sus integrantes y roles. Este comité se encarga de identificar y seleccionar las personas encargadas de la gestión de la crisis y al portavoz.
 - » El plan de contingencia o direccionamiento al mismo.
 - » El protocolo a seguir para la gestión completa de la crisis.
 - » Las herramientas y medios a utilizar (sistemas de información, plantillas pre establecidas, etc.)
 - » “Dark site” o web preparada con antelación para que los afectados por la crisis (socios, clientes y resto de grupos de interés) puedan disponer de información sobre la crisis y evidenciar la profesionalidad de la compañía y rigor en la gestión.
 - » El plan de comunicación.
-

- » Los informes marco de información con la visión consolidada de todos los riesgos, base para la toma de decisiones por el Consejo Rector y el Equipo de Dirección de Caixa Popular.
- » El marco de control interno apoyado por las auditorías internas que actúan como tercera línea de defensa.
- » El plan de comunicación, tanto interna, como externa relacionada con la gestión de riesgos.

Los órganos de mayor nivel en la definición del modelo, en el establecimiento del apetito al riesgo, en los planes de actuación y en la evaluación de los resultados obtenidos son los siguientes:

- » **Consejo rector y comisiones delegadas:**
 - » **Comité de Riesgos**
 - » **Comisión Mixta de Auditoría**
- » **Comisiones y comités complementarios de interés operativo:**
 - » **Órgano de control interno**
 - » **Unidad de Prevención del Blanqueo de Capitales**
 - » **Comité de Activos y Pasivos (COAP)**

El sistema de gestión integral de riesgos (SGIR), actualmente en fase de desarrollo y finalización, se sustenta en el siguiente mapa de procesos:



(*) Diseño en el siguiente plan estratégico de la entidad.

Los riesgos en los que se centra la actividad del área son:

Riesgos financieros

- » Riesgo de crédito. Riesgo que se puede producir derivado del incumplimiento de las obligaciones contractuales acordadas en las transacciones financieras.
 - » Riesgos de mercado. Posibilidad de sufrir pérdidas derivadas de que se produzcan hipotéticos hechos adversos (internos o externos) que afecten negativamente a la capacidad de la cooperativa de lograr sus objetivos y como consecuencia de ello a sus beneficios (cuenta de resultados) y a su solvencia.
 - » Riesgos de liquidez. Riesgo de no cumplir con las obligaciones de pago en tiempo o de hacerlo con un coste excesivo.
 - » Riesgo de solvencia. Riesgo de que la entidad no cuente con la cantidad y/o calidad de recursos propios suficientes para cumplir los requerimientos regulatorios mínimos fijados para operar.
 - » Riesgo del tipo de interés. Riesgo ocasionado por la posibilidad de sufrir pérdidas por el impacto negativo de las variaciones de los tipos interés. Este riesgo varía en función de la estructura y fecha de reapreciación de los activos, pasivos y operaciones fuera de balance.
 - » Riesgo de apalancamiento excesivo. Riesgo por la probabilidad de incurrir en pérdidas como consecuencia de la caída de precios de los activos derivada de la necesidad de reducir el apalancamiento de la Caja o de los desfases entre sus activos y sus obligaciones.
-

Riesgos no financieros

- » Riesgo operacional. Riesgo de pérdidas debidas a la inadecuación o el fallo de los procedimientos, las personas y los sistemas internos, o a acontecimientos externos.
 - » Riesgo de cumplimiento. Riesgo debido al incumplimiento del marco legal, las normas internas o los requerimientos de reguladores y supervisores
 - » Riesgo tecnológico. Riesgo de que la interrupción, alteración, o fallo de la infraestructura de las tecnologías de la información, sistemas, bases de datos y procesos, provoque pérdidas financieras a la entidad
-

Riesgos transversales

- » Riesgo reputacional. Riesgo derivado de una percepción negativa por parte de los clientes, socios cooperativistas, contrapartes, inversores y reguladores pudiendo afectar a la capacidad para mantener o establecer, relaciones de negocio y continuar con el acceso a las fuentes de financiación.
 - » Riesgo ambiental y social. Riesgo de impacto sobre el medioambiente y la sociedad de manera directa, a través del uso de los recursos naturales y la relación con sus grupos de interés; y de manera indirecta, a través de su actividad crediticia y los proyectos que financia.
 - » Riesgo de Capital. Riesgo de que la entidad no cuente con la cantidad y/o calidad de recursos propios suficientes para cumplir los requerimientos regulatorios mínimos fijados para operar.
-



El Mapa de riesgos, que recoge todos ellos, es una herramienta de control y gestión diseñada con el objetivo de identificar y cuantificar los riesgos y priorizar las acciones que permitan disminuir la probabilidad y el impacto de que los eventos adversos afecten al proyecto de forma importante.

Las actuaciones y resultados del plan de gestión de riesgos 2018 han sido:

GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS			
El ejercicio 2018 ha sido un año de consolidación en la gestión útil de los riesgos de mayor criticidad y de continuación en el diseño y construcción del modelo integral.			
TIPO DE RIESGO	ACCIONES REALIZADAS	RECOMENDACIONES PLANTEADAS	MEJORAS IMPLEMENTADAS
RIESGOS FINANCIEROS	18	33	25
De crédito	15	25	20
De liquidez	1	5	3
De tipo de interés	2	3	2
RIESGOS NO FINANCIEROS	15	32	26
Operacionales	10	18	15
De cumplimiento	5	14	11
RIESGOS TRANSVERSALES	1	3	1
Reputacional	1	3	1

Auditoría Interna.

La Auditoría Interna supervisa y evalúa la eficacia de los sistemas de gobierno corporativo, de gestión del riesgo, de control interno y de gestión de sistemas de información, además de verificar el cumplimiento de la normativa interna y externa.

El ámbito de actuación de la función de Auditoría Interna abarca la totalidad de las actividades que se desarrollan en la entidad, disponiendo de acceso ilimitado a la información necesaria para el ejercicio de sus funciones.

La función de Auditoría Interna tiene establecidos siete procesos que resumen el desarrollo de su actividad: elabo-

ración del Plan de Auditoría; ejecución de las auditorías de centros de negocio; ejecución de las auditorías de procesos, centros y sistemas; seguimiento de las recomendaciones; desarrollo y mantenimiento de aplicaciones de soporte a la función de auditoría; informes y comunicación de auditoría interna; y colaboración y coordinación de auditorías externas.

Auditoría Interna informa periódicamente al Comité de Auditoría y a la Dirección de la entidad sobre el desarrollo y los resultados del Plan Anual de Auditoría, así como sobre las recomendaciones propuestas y su grado de implantación. Esta obligación de información se

concreta en la presentación al Comité de Auditoría del Informe de Seguimiento de Auditoría, con carácter trimestral.

Sus objetivos principales son verificar la existencia y el mantenimiento de un sistema adecuado y efectivo de controles internos, un sistema de medición para evaluar los diversos riesgos de las actividades de la entidad y procedimientos apropiados para supervisar el cumplimiento de las leyes, reglamentos y políticas de supervisión interna. De este modo, el ámbito de actuación de Auditoría Interna comprende los siguientes contenidos:

- » **Examen y evaluación de la adecuada efectividad de los sistemas de control interno.**
- » **Revisión de la aplicación y efectividad de los procedimientos de gestión de riesgos y de los métodos de evaluación del riesgo.**
- » **Revisión de los sistemas de información financiera y a la Dirección.**
- » **Revisión de la precisión y fiabilidad de los registros contables.**
- » **Revisión de los medios para la protección de los activos.**
- » **Revisión del sistema de la Entidad para evaluar sus necesidades de capital en relación con su cálculo de riesgo.**
- » **Prueba de la fiabilidad y entrega a tiempo de la información regulatoria.**
- » **Participación sobre nuevos desarrollos, iniciativas, productos y cambios procedimentales o de sistemas, a efectos de obtener información que ayude a identificar los riesgos asociados al comienzo de nuevas operaciones.**
- » **Prueba de transacciones y del funcionamiento de los controles establecidos con respecto a la Depositaria de Instituciones de Inversión Colectiva.**
- » **Pruebas de cumplimiento con respecto a la transparencia con los clientes.**
- » **Ejecución de investigaciones especiales.**
- » **Revisión de los sistemas establecidos por cumplimiento normativo con el fin de asegurar que cumplen adecuadamente con su función de garantizar el cumplimiento de los requisitos legales y regulatorios de la Ley de Prevención de Blanqueo de Capitales, de la Ley Orgánica de Protección de Datos, de la Ley de los Mercados de Valores, de la normativa sobre transparencia y en general, de la normativa de los supervisores a que está sometida Caixa Popular.**

La Auditoría Interna no es un órgano ejecutivo y no tiene autoridad sobre las áreas operativas de la entidad, pero en el ejercicio de sus funciones actúa por delegación del Comité Mixto de Auditoría. Entre sus atribuciones cabe destacar:

- » **Actuar con independencia de criterio y de acción respecto a las demás unidades de la Entidad en el desempeño de su contenido y en la elaboración de sus informes.**
- » **Acceder libremente y en cualquier momento a cualquier registro, archivo, fichero o dato de la entidad, sin excepción, así como a las actas de todos los órganos consultivos y de toma de decisiones que existan en la organización.**
- » **Solicitar la colaboración de cualquier empleado de la organización, con el fin de llevar a cabo de la mejor manera posible las funciones que tiene asignadas.**
- » **Solicitar a los directivos observaciones y sugerencias para la elaboración del Programa Anual de Auditoría, sin que por ello hayan de ser incluidas en el mismo.**

La organización a largo plazo de actividades y proyectos queda enmarcada en el Plan Estratégico, diseñado como herramienta administrativa para el cumplimiento de los objetivos de auditoría de forma trienal. En éste plan se asegura que en el periodo se “analizan” las áreas más críticas y relevantes para el éxito de la gestión y la minimización de las debilidades existentes a corto-medio plazo.

Para mantener su continuidad y vigencia, el Plan es revisado y ajustado de forma previa a cada Plan de Gestión (anual) incorporando los cambios institucionales, regulatorios, así como los nuevos riesgos detectados y los aportes del personal de esta área. A cierre del 2018 la unidad se encuentra en el primer año del Plan (2018-2020), habiendo cumplido un 40% de los objetivos previstos para el periodo de 3 años (un 21% por encima de lo previsto).

Adicionalmente, Auditoría Interna redacta con periodicidad anual un programa de auditoría que comprende el examen y evaluación de todas las informaciones disponibles, comunicación de los resultados obtenidos. Dicho programa es establecido por el director del área y sometido al Consejo Rector para su aprobación, la cual conlleva que la entidad ponga a disposición de la Auditoría Interna los recursos apropiados para llevar a cabo el citado programa.

Para la ejecución del programa debe prepararse un plan de trabajo que describa los objetivos y un resumen del trabajo de auditoría que se considera necesario, así como un documento detallado con las tareas concretas a realizar. El departamento de Auditoría Interna mantiene en todo momento un registro de las tareas realizadas y de los informes generados.

El cumplimiento del Plan Anual para el ejercicio 2018 ha sido del 100%.

El Comité Mixto de Auditoría debe asegurarse de que se atienden adecuadamente las preocupaciones expresadas por el departamento de Auditoría Interna. Ello requiere la definición de un procedimiento por dicho departamento a fin de asegurar el estudio y, si es apropiado, la ejecución a tiempo de las recomendaciones emitidas. El departamento de Auditoría Interna mantiene un seguimiento de sus recomendaciones para comprobar si han sido llevadas a efecto, informándose al Comité Mixto de Auditoría del estado en que se encuentra cada recomendación.



En el ámbito de riesgos, las principales tareas realizadas por el departamento de Auditoría Interna son las siguientes:

- » **Revisión de la aplicación y efectividad de los procedimientos de gestión de riesgos, con especial atención al cumplimiento de la política de atribuciones en el estudio y admisión de operaciones de riesgo y de la estructura de límites.**
- » **Revisión de los métodos y sistemas de evaluación de cada uno de los riesgos.**
- » **Revisión del sistema de cálculo de los requerimientos de capital.**

Todos los procedimientos de revisión se encuentran debidamente documentados en los respectivos manuales de la Unidad.

Las actuaciones y resultados del programa anual de gestión de auditorías 2018 han sido:

	Acciones realizadas	Recomendaciones / incidencias detectadas	Resueltas
Auditorías realizadas red de Oficinas	20	780	553
Auditorías realizadas de procesos, productos y centros:	11	54	41
Políticas de Riesgo de Crédito	3	18	13
Política de Remuneraciones	1	2	2
Información remitida a Banco de España	3	15	10
Protección Activos de Clientes	1	6	4
Prevención Blanqueo de Capitales	1	5	5
Prevención del Fraude	2	8	7
Alertas auditoría a distancia gestionadas	3.875	1.250	1.120
Actividades relacionadas con otros trabajos	10	17	10

Cumplimiento Normativo.

Las actividades de control interno y cumplimiento han adquirido en los últimos años un creciente protagonismo en las entidades financieras europeas, como consecuencia del incremento de la presión regulatoria. En 2018 han entrado en vigor normativas determinantes para el sector bancario como la nueva Directiva Europea de servicios de pago (PSD2, por sus siglas en inglés), la Directiva de Mercados de Instrumentos Financieros (MiFID II), el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) o la nueva Normativa contable (IFRS 9), entre otras.

Para hacer frente a este importante

volumen de cambios normativos, Caixa Popular cuenta con una unidad organizativa específica para su gestión, el Área de Cumplimiento Normativo y los sistemas de control interno y de riesgos. Ambos, para asegurar el cumplimiento de las normas y la identificación de buenas prácticas.

Esta unidad organizativa, integrada en la segunda línea de defensa, tiene encomendada, por el Consejo Rector, la función de promover y supervisar, con independencia y objetividad, que Caixa Popular actúa con integridad y rigor. Particularmente, en ámbitos tan relevantes como la prevención

del blanqueo de capitales, la conducta ética, con clientes y en el mercado de valores, la prevención de la corrupción (cuestiones de cumplimiento) y en otros, que puedan representar un riesgo de reputación para la entidad.

El objetivo de la misma es la mitigación del riesgo de sanciones legales o normativas, por pérdidas financieras o materiales o la creación de mala reputación, por posibles incumplimientos con los estándares que se le exigen. Para ello:

-
- » promueve internamente una cultura de cumplimiento y facilita el conocimiento en las personas implicadas sobre las normas y regulaciones aplicables a las anteriores materias, a través de acciones de asesoramiento, difusión, formación y concienciación y
-
- » define e impulsa la implantación y total adscripción de la organización en los marcos y medidas de gestión del riesgo relacionado con las cuestiones de cumplimiento.
-

La gestión estratégica se sustenta en una política de Cumplimiento Normativo que recoge las directrices y responsabilidades siguientes:

- » **Velar por que tanto el riesgo regulatorio, como el de reputación, derivado de un incumplimiento normativo se gestionen de forma efectiva.**
- » **Velar por que Caixa Popular cumpla con la normativa aplicable, los códigos de conducta y se prevengan posibles incumplimientos.**
- » **Promover una cultura de cumplimiento en la organización basada en impartir acciones de formación y el desarrollo de políticas y procedimientos internos.**
- » **Ayudar a la entidad a anticipar y planificar los cambios en las regulaciones.**
- » **Asesorar a las unidades de negocio con el objetivo de que los nuevos servicios y productos estén dentro de las normas de cumplimiento.**

Ésta política se desarrolla a través de una metodología denominada Cumplimiento 360° que contempla:



- » **El asesoramiento a la entidad sobre leyes, normas, códigos y procedimientos para minimizar el riesgo de incumplimientos normativos.**
- » **La identificación del marco de actuación centrado en áreas de cumplimiento y áreas de riesgo.**
- » **La evaluación de los riesgos para cada una de las áreas de cumplimiento.**
- » **El plan de monitorización y “testing” para asegurar que el diseño y funcionamiento de los controles es el adecuado.**
- » **La transparencia a través de los informes con riesgos y problemas críticos y las actuaciones para su solución y mitigación.**

En esta gestión se utilizará una herramienta llamada “Motor de cumplimiento 360°”

La función de Cumplimiento Normativo en Caixa Popular se presta con independencia frente al resto de áreas. Dicha independencia no impide que la misma se desarrolle en colaboración estrecha con las unidades organizativas de la cooperativa, ya que ello contribuye a una mejor gestión del riesgo de incumplimiento de la entidad.

La independencia se entiende como un principio orientado a asegurar que las responsabilidades de Cumplimiento son ejercidas de modo eficiente y de valor. Para ello la gestión es además llevada a cabo en Caixa Popular por varias unidades, que en mayor o menor medida participan en la gestión del riesgo de incumplimiento:

Consejo Rector

- » Aprobar la política de cumplimiento de la entidad y supervisar su correcta implantación.
- » Supervisar la gestión del riesgo de incumplimiento. Esta función se delega al Equipo de Dirección.
- » Promover la honestidad y la integridad como valores clave de Caixa Popular.
- » Asegurar la adecuada dotación de medios y recursos a la Función de Cumplimiento Normativo.

Equipo de Dirección

- » Supervisión de la gestión del riesgo de incumplimiento (por delegación del Consejo Rector).
- » Impulsar la implantación de la política de Cumplimiento y en consecuencia el control del riesgo de incumplimiento en la entidad.
- » Aprobar las normas internas y códigos internos exigidos por la legislación.
- » Aprobar los procedimientos y planes de acción para la gestión del riesgo de incumplimiento de la cooperativa.
- » Asegurar que se adoptan las medidas correctivas adecuadas cuando surjan incumplimientos de cualquier norma legal vigente.
- » Aprobar el Plan Anual de la Función de Cumplimiento Normativo (Plan de Cumplimiento).
- » Implantar la cultura de Cumplimiento Normativo entre todos los miembros de la entidad.

Una de las figuras clave en la gestión es el Responsable de Cumplimiento Normativo (“Compliance Officer”) que depende directamente del Comité Mixto de Auditoría, reportando al mismo y al Consejo Rector.

Caixa Popular asegura de esta manera la total independencia del área de Cumplimiento Normativo y de su responsable frente a otras funciones de control y negocio y, por tanto, la posibilidad de generarse conflicto de interés alguno en el correcto desempeño de sus funciones.

Cumplimiento Normativo tiene la misión de llevar a cabo las actuaciones y procedimientos necesarios para supervisar el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la normativa vigente. La gestión directa de las actividades para garantizar el cumplimiento es realizada por

unidades especializadas, con las cuales Cumplimiento Normativo coordina su actividad. Para ello diseña y mantiene sistemas para la identificación del grado de cumplimiento de las distintas normativas.

Para la adecuada y profesional de la gestión del cumplimiento se asegura de forma recurrente y sistemática:

- » El conocimiento de la normativa aplicable a las actividades de la entidad.
- » La identificación y evaluación de los riesgos de incumplimiento de la normativa legal que afecta a las distintas líneas de negocio de Caixa Popular.
- » La supervisión de las políticas y los procedimientos a seguir por las distintas unidades para la implementación apropiada de la normativa legal vigente en cada momento. Para ello es de especial relevancia la actualización de los Manuales de Procedimientos por cambios en las metodologías, herramientas o flujos de información de la propia gestión del riesgo de incumplimiento.
- » El seguimiento del cumplimiento de
 - » las normas mediante la evaluación regular de los riesgos de incumplimiento y
 - » de los diferentes códigos de conducta internos existentes, en concreto el relativo al ámbito de los Mercados de Valores, así como a todos aquellos códigos y reglamentos o normas de conducta que se instrumenten en el futuro en la Entidad.
- » Asesorar y asistir a los miembros de los Órganos de Gobierno sobre todas aquellas normas que les afecten en el desarrollo de sus funciones.

» La transparencia en la gestión mediante la Memoria Anual de actividades de la Función de Cumplimiento Normativo (Informe Anual de Cumplimiento Normativo) en base a los requerimientos establecidos de la Circular 1/2014, de 26 de febrero, de la CNMV.

» Mantener las relaciones necesarias con:

- » Auditoría interna y con los organismos supervisores para facilitar las tareas de inspección de la gestión de riesgo de incumplimiento.
 - » Departamentos y Áreas que puedan aportar información de valor para la gestión del cumplimiento normativo: Auditoría, Prevención de Blanqueo de Capitales, etc.
-

» Promover la formación y asesorar al colectivo de Caixa Popular en lo relativo al cumplimiento de las normas, tanto externas como internas, así como de su aplicación.

» Fomentar y potenciar la cultura de riesgo de incumplimiento a través de acciones formativas y de divulgación.

En el desarrollo de estas funciones, con carácter adicional a sus propios recursos y sin perjuicio de su responsabilidad plena, Caixa Popular mantiene una alianza estratégica con el socio Banco Cooperativo Español para la ejecución de las siguientes actividades:

» Definir el alcance y el perímetro de actuación de la función de Cumplimiento Normativo.

» Desarrollar los trabajos de análisis y estandarización para las normativas aplicables.

» Definir los cambios normativos objeto de su actuación y coordinar los planes de acción para todas las entidades adheridas.

» Coordinar las labores de formación en metodologías y cambios regulatorios.

» Asesorar en materia regulatoria y servir de medio de interlocución global ante reguladores.

Atención a las principales Normativas sujetas a cumplimiento

Prevención del riesgo penal

Caixa Popular dispone de un modelo de prevención de riesgo penal en línea con las mejores prácticas, que le permite identificar las actividades que deben ser objeto de prevención, así como los protocolos y los procedimientos necesarios para evitar comportamientos que puedan derivar en ilícitos penales y garantizar el cumplimiento de las normas de su Código Ético y de Conducta.

El modelo se basa en la implantación y ejecución periódica de controles, tanto generales como específicos, a través de aplicaciones informáticas que permiten sistematizar los riesgos y controles asociados con la finalidad de poder detectar cualquier circunstancia que pueda suponer un incremento del riesgo de comisión de ilícitos penales.

El número de empleados formados en prevención del riesgo penal fue de 365 personas. A finales del 2018 se inició un proyecto para la obtención de la certificación AENOR UNE-19601 del Sistema de Gestión del Compliance Penal.

Prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo

El 4 de septiembre de 2018 se publicó el Real Decreto-Ley que modifica la Ley 10/2010 de prevención de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo con el fin de incorporar la Cuarta Directiva. Una de las principales modificaciones incorporadas, es el incremento notable de las sanciones en infracciones graves y muy graves, tanto para el sujeto obligado como para los cargos de administración o dirección responsables de la infracción.

Caixa Popular cuenta para hacer frente a estos dos importantes retos con normas y procedimientos de obligado cumplimiento dirigidos a:

- » Cumplir con la normativa vigente en cada momento sobre prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo y seguir las recomendaciones de las autoridades nacionales e internacionales.
- » Evaluar la exposición al riesgo en materia de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo en relación con su actividad. 2018.
- » Implantar normas de actuación y sistemas de control y comunicación adecuados para impedir que la entidad sea utilizada para el blanqueo de capitales y/o la financiación del terrorismo.
- » Establecer políticas de aceptación de clientes y procedimientos sobre la identificación y conocimiento del cliente, garantizando que todos sus empleados las conozcan y observen.
- » Formar y capacitar a todos sus empleados en una cultura de cumplimiento enfocada a prestar un buen servicio a sus clientes.

El número de empleados formados en prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo fue de 58 personas.

Prevención de abuso de mercado

Con la entrada en vigor del Reglamento Europeo de Abuso de Mercado en verano de 2016, R y su normativa de desarrollo, se introdujeron modificaciones en las obligaciones y requisitos que motivaron la correcta adaptación de la entidad a dicha normativa con el objetivo de reforzar la integridad del mercado y así cumplir con los mecanismos de implementación y supervisión a nivel europeo.

Requisitos de especial relevancia en aspectos como: indicadores de manipulación de mercado, notificación de prácticas abusivas u órdenes u operaciones sospechosas, prácticas de mercado aceptadas, prospecciones de mercado, operaciones de directivos, listas de iniciados, programas de recompra y estabilización, recomendaciones de inversión, intereses particulares y conflictos de interés.

Caixa Popular tiene implantadas tecnologías en materia de prevención de abuso de mercado, a fin de tener una visión global y unificada que permita analizar comportamientos, e incrementar la cultura de cumplimiento en torno a la detección y la prevención de actividades sospechosas de abuso de mercado y a favor de la transparencia y normal funcionamiento de los mercados.

Ésta se materializa, además de con la debida formación programada a los empleados, en el desarrollo de políticas, manuales y procedimientos internos en la materia.

Prevención del soborno y la corrupción

De acuerdo con los principios del Código Ético (honestidad, responsabilidad e integridad) toda negociación, decisión o planteamiento en el que participe una persona de Caixa Popular debe estar regido por el inexcusable cumplimiento de la legislación y por el modelo de comportamiento individual esperado.

Desde el Consejo Rector se exige mantener una posición preventiva y proactiva en todas las actividades, implantando las medidas organizativas, técnicas y disciplinarias que demuestren un control interno eficaz en la lucha contra la corrupción, el soborno y el fraude, en todos los ámbitos de la actividad empresarial.

El planteamiento estratégico de toda actividad de la entidad se regula mediante políticas, principios y marcos que velan por el desarrollo de comportamientos responsables en todo lo que se hace o participa.

Los documentos sobre los que se asienta la estrategia de banca responsable son:

- » Código ético: Reúne los principios éticos y las normas de conducta que deben regir los actos de todos los empleados.
- » Principios de actuación para la prevención de la responsabilidad penal: Dentro de los posibles delitos incluidos en el modelo de prevención penal se encuentran los relacionados con la corrupción y el soborno. Entre dichos riesgos figuran, entre otros, los relacionados con actividades como el ofrecimiento, entrega y aceptación de regalos o beneficios personales, los eventos promocionales, los pagos de facilitación, las donaciones y patrocinios, los gastos, la contratación de personal, las relaciones con proveedores, agentes, intermediarios y socios comerciales, los procesos de fusiones, adquisiciones y "joint ventures" o la contabilización y registro de operaciones.

En 2018 el número de empleados formados en prevención del riesgo penal fue de 350 personas.

Atención a las principales Normativas sujetas a cumplimiento

- Código de conducta en los mercados de valores.
- Política de homologación de proveedores: Todas las acciones con proveedores de Caixa Popular deben estar regidas por los principios de transparencia y honradez y deben rechazar los actos vinculados a sobornos, tráfico de influencias o cualquier forma de corrupción. Caixa Popular también espera de sus proveedores que cuenten con políticas, normas o procedimientos éticos internos que recojan al menos el cumplimiento de la legislación local, medidas de lucha contra la corrupción e iniciativas para garantizar la integridad empresarial.
- Política de conflictos de interés.
- Manual sobre la Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del terrorismo.

En 2018 se ha formado al Consejo Rector en herramientas de prevención de Blanqueo de Capitales y financiación del terrorismo. También se ha formado a un total de 58 nuevas personas del colectivo de trabajo en esta materia.

Paralelamente, el canal de denuncias, es la vía para que cualquier persona tenga un vehículo para presentar posibles denuncias ante acciones u omisiones que puedan ser interpretadas como corrupción, soborno o fraude.

Consolidación de MiFID II

La entrada en vigor en 2018 de la segunda Directiva sobre Mercados de Instrumentos Financieros (MiFID) y su normativa de desarrollo, que está en fase de transposición al ordenamiento jurídico español, han supuesto un reto para la entidad.

Caixa Popular ha tenido que completar la adaptación de los procesos y procedimientos, así como del modelo de negocio. El objetivo de esta directiva es aumentar la calidad en la distribución de los diferentes servicios de inversión, ofrecer una mayor protección al inversor y obtener una ventaja competitiva derivada de su desarrollo.

Entre los aspectos regulados, destaca el refuerzo y consolidación de las normas de conducta, especialmente cuando se prestan servicios de inversión para ofrecer una mayor protección al inversor.

Entre las actuaciones llevadas a cabo en 2018 para la adaptación a MiFID II y que deben consolidarse a lo largo del 2019, destacan, entre las más significativas, las siguientes:

- Formación continua al colectivo de trabajo. Caixa Popular ha puesto en marcha planes de formación para la práctica totalidad de los empleados de la red comercial, con el objetivo de asegurar que tanto la información que se proporciona a los clientes sobre los instrumentos financieros como el asesoramiento redundan en un mejor servicio superando los estándares normativos.
- Gobernanza de productos. Se ha trabajado en reestructurar los procesos de diseño y distribución de servicios de inversión para adecuarlos a las mejores prácticas.

- Nuevos modelos de evaluación de la idoneidad y conveniencia. En 2018 se han reforzado las evaluaciones de la idoneidad y de la conveniencia adaptando los procesos de evaluación a los diferentes segmentos y productos comercializados, para la correcta adecuación al perfil de riesgo, conocimientos y necesidades de los clientes.

- Mayor transparencia en la información. Sin perder los objetivos y la adecuación a la digitalización en la que se encuentra inmersa el sector financiero, se han fortalecido los procedimientos de comunicación a clientes, buscando dar un paso más en aras de una mayor y mejor toma de decisión de inversión por nuestros clientes, trabajando asimismo en reforzar los sistemas de información en relación con el registro de comunicaciones vinculadas a las operaciones o a la prestación de servicios de inversión. Esto se traduce en mecanismos que garantizan una información relevante en todas sus fases (información precontractual, contractual y pos contractual) sobre las estrategias de inversión y los instrumentos financieros, así como un mayor desglose y transparencia sobre los costes y gastos asociados a los mismos y las comunicaciones con nuestros clientes.

Un total de 126 personas han recibido formación en MiFID (asesor financiero) durante 2018.

Las actuaciones y resultados del programa anual del cumplimiento normativo 2018 han sido:

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

El ejercicio 2018 ha sido un año de especial atención en el cumplimiento normativo debido a la instrumentación y entrada en vigor de muchas regulaciones y normas.

TIPO DE NORMATIVA	ACCIONES REALIZADAS	RECOMENDACIONES PLANTEADAS	MEJORAS IMPLEMENTADAS
Prevención del blanqueo de capitales	3	10	8
Protección de datos	3	25	20
MiFID y abusos de mercado	5	22	18
Responsabilidad penal	3	2	2
Transparencia y protección de los clientes	2	5	5

Gestión de la ética.

Caixa Popular reconoce como uno de los principios principales de su negocio la ética en el desarrollo de todos sus procesos, en la prestación de sus servicios y en las relaciones que mantiene con sus grupos de interés.

Actualmente la gestión de la ética se sustenta en un código ético y en un canal de denuncias para que cualquier grupo de interés pueda presentar cualquier tipo de incumplimiento ético (12 tipos diferentes).

En el caso de que lo presente un grupo de interés el canal no es anónimo, pero se asegura la confidencialidad de la persona que la emite. En el caso de una

persona del colectivo de trabajo la denuncia por posible incumplimiento, es anónima.

Para asegurar la confidencialidad de los datos y el objeto de denuncia, solo tiene acceso a esta información el responsable del Servicio de Atención al Cliente. Además, dicha documentación será incluida en un fichero especial, de acuerdo con la normativa de protección de datos y las pertinentes medidas para la seguridad de la información, y solo podrán ser facilitados por orden judicial. En el caso de disponer de documentación complementaria que pueda ayudar a aclarar la incidencia/denuncia el grupo de interés puede enviarlo

a una dirección de correo electrónico, bajo las mismas condiciones antes indicadas.

Durante los dos últimos ejercicios 2017 y 2018 no se ha presentado ninguna denuncia a pesar de ocupar una posición clara en la primera página de la “website”, apartado “Enlaces de interés: Canal Ético”.

Durante el ejercicio 2018 se evaluó la gestión de la ética de Caixa Popular a una muestra de 178 personas correspondientes a los 10 tipos de grupos de interés. Los resultados fueron:

SATISFACCIÓN GLOBAL EN EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES Y RELACIONES			Caixa Popular demuestra honestidad y ética en la prestación de servicios y en las relaciones con sus grupos de interés						9,09
Socios propietarios	Clientes	Colectivo trabajo	Proveedores	Organismos ARA	Agentes sociales	Medio ambiente	Organismos generadores opinión	Asociaciones Cooperativas	Socios Aliados
9,1	9,6	9,4	9,7	9,8	8,4	5,3	9,7	9,9	10

VALOR DE LA GESTIÓN DE LA ÉTICA EN LA CONSTRUCCIÓN DE SU REPUTACIÓN			Caixa Popular es una empresa con un comportamiento ético y responsable en su gestión.						9,09
Socios propietarios	Clientes	Colectivo trabajo	Proveedores	Organismos ARA	Agentes sociales	Medio ambiente	Organismos generadores opinión	Asociaciones Cooperativas	Socios Aliados
9,6	9,1	9,8	9,8	9,2	8,7	7,2	9,5	9,9	10

Los organismos ARA son las Administraciones, los Reguladores y los Ayuntamientos. Los organismos generadores de opinión y acción son los medios de comunicación, las redes sociales/influencers y los analistas financieros.

El cierto descenso en la puntuación de los agentes sociales (sociedad, ONG, etc.) se debe a que parte de las personas entrevistadas en Alicante y Castellón no conocían a Caixa Popular o la gestión realizada.

Las bajas puntuaciones del medio ambiente (organizaciones ambientalistas, principalmente) se deben a que este grupo de interés estima que Caixa Popular

ni se implica, ni comunica su gestión medioambiental al exterior. Entienden que es un comportamiento poco ético.

Durante el Plan Estratégico actual de la empresa Reinventar-se 2020 se realizará un estudio para el desarrollo de un sistema de gestión de la ética, mejorando y complementando el enfoque actual a varios niveles:

- » **Código ético y código de conducta.**
- » **Normativa.**
- » **Inclusión de sugerencias, consultas y reconocimientos a las denuncias.**
- » **Responsable y organización para la gestión de la ética.**
- » **Cumplimiento ético “Compliance” para elementos que no puedan estar suficientemente tratados.**
- » **Canales de comunicación.**
- » **Cuadro de mando.**



Asuntos relevantes y materialidad del negocio

La materialidad, último capítulo del gobierno y gestión estratégica del negocio, es una novedad reciente en la organización.

Como consecuencia del proyecto “Estudio estratégico de responsabilidad social corporativa y valor de la gestión de grupos de interés” la organización incorpora en su modelo estratégico la definición y cuantificación de los asuntos relevantes con especial atención a su sector, a sus estrategias, a la situación de los mercados y de la sociedad y a la singularidad que le corresponde por ser una empresa del tipo cooperativo.

La identificación y definición de los asuntos relevantes se obtuvo de analizar:

- » los retos y estrategias de la organización,

- » los resultados de este análisis en una muestra de las empresas del sector más adecuadas por su tamaño, condición de empresa y sostenibilidad del sector financiero (benchmarking con 5 empresas referentes en responsabilidad social),

- » de las propuestas aportadas por tres prescriptores de la mayor fiabilidad a nivel internacional (GRI, SASB y RobecoSAM) y

- » del conocimiento de expertos en gestión de grupos de interés y responsabilidad social

Como resultado se identificaron 35 asuntos relevantes que fueron validados por los grupos de interés de Caixa Popular.

Estos asuntos relevantes fueron estudiados externamente para precisar su madurez en el sector financiero y su inclusión en las empresas de comparación. Se estructuraron en cinco categorías principales:

1. Gestión del negocio (13).

2. Ética y buen gobierno (3).

3. Huella laboral (8).

4. Huella medioambiental (7).

5. Huella social (4).

El paso siguiente fue priorizar los asuntos relevantes a tres niveles:

-
- » Interno. La valoración interna de los grupos de interés se realizó a una muestra de directivos de Caixa Popular (25 personas), a una persona del Consejo Rector y a un miembro del colectivo de trabajo, con conocimiento de los principios asociados a la materialidad.
-
- » Grupos de interés. La evaluación de los asuntos relevantes se hizo a una muestra de 22 personas que cubrían las 10 categorías de grupos de interés de la organización.
-
- » Expertos en responsabilidad social y gestión de grupos de interés. La encuesta y entrevista se realizó a cinco expertos en esta materia con experiencia nacional e internacional.
-

A partir de esta información la organización estableció 5 alcances de materialidad, reflejados a través de las cinco matrices siguientes:

-
1. Matriz de materialidad de grupos de interés y evaluadores internos de la empresa.
-
2. Matriz de materialidad de grupos de interés y expertos en RSC.
-
3. Matriz de materialidad de grupos de interés e impacto en el negocio (interna+ expertos).
-
4. Matriz de madurez de asuntos relevantes (sector muestra VS expertos en RSC).
-
5. Matriz de riesgos de los asuntos relevantes por probabilidad e impacto.
-

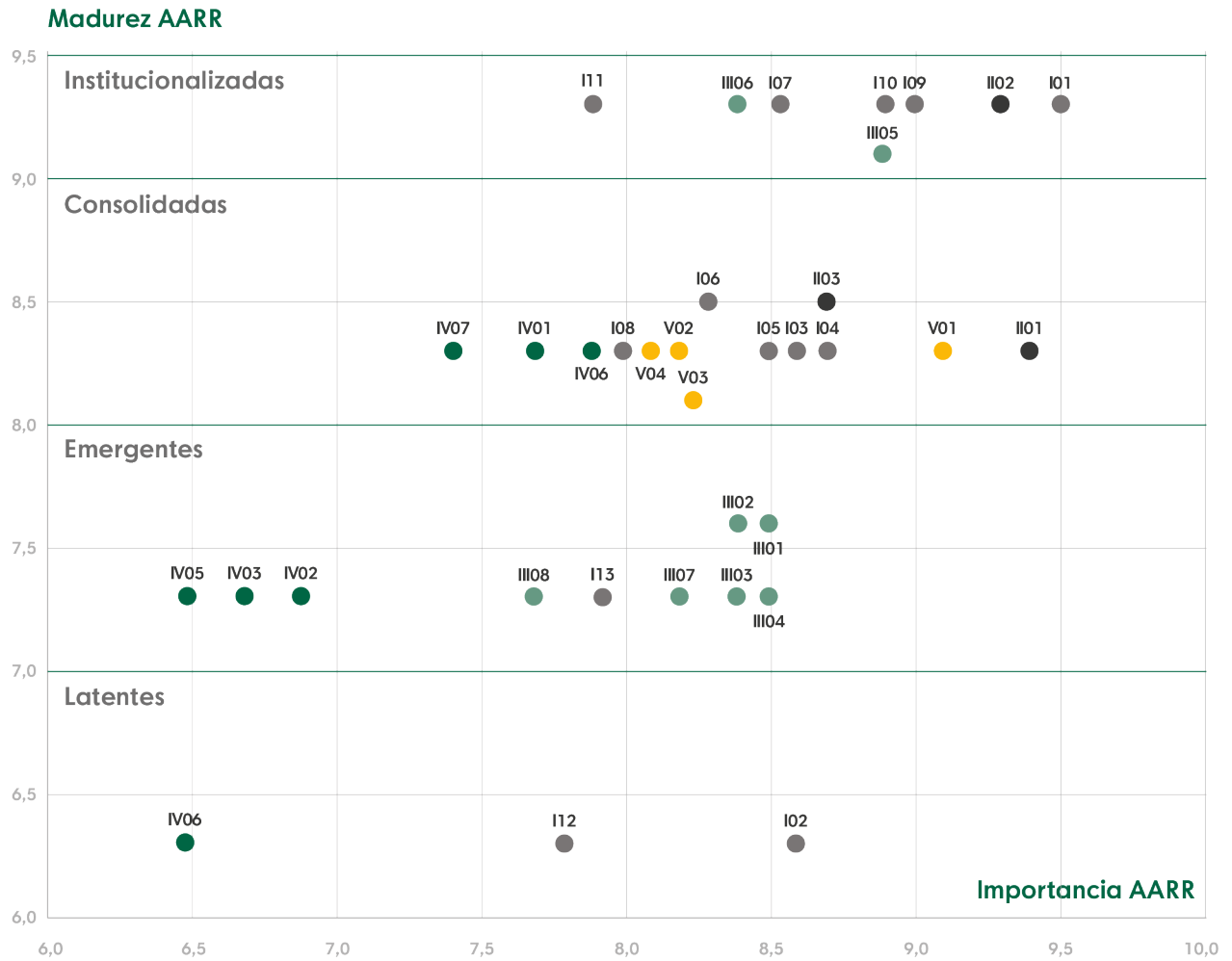
A continuación, se presentan la matriz de materialidad de grupos de interés e impacto en el negocio (interna+ expertos), la de madurez de asuntos relevantes y la de riesgos de los asuntos relevantes por probabilidad e impacto, por ser las más representativas.

Grupos de interés



Finalmente, la organización obtuvo el ranking priorizado de los asuntos relevantes con cuatro niveles de relevancia (crítica, alta, media y baja).

Matriz de madurez de asuntos relevantes



La empresa se compromete a seguir y evaluar todos los asuntos relevantes con independencia de la criticidad de los mismos.



5.2. Huella económica y del negocio

En éste capítulo de la memoria se presentan los procesos y actividades, cuya misión es la generación de ingresos del negocio, a través del diseño y comercialización de los productos y servicios de la organización, y la obtención de los recursos necesarios para la obtención de los mismos.

En su esencia, la organización sustenta su huella económica en el principio de auto financiación y en el del crecimiento progresivo y asumible para que la capacidad y continuidad del negocio no se vean comprometidos y el riesgo asumido sea el menor posible.

En toda su gestión la organización establece como base de sustentación, para la generación de la más valiosa huella económica, el respeto, la asunción y el cumplimiento de:

-
- » las declaraciones de derechos humanos en toda su cadena de valor,

 - » la legislación y obligaciones de la organización por su condición de empresa y por la ubicación geográfica de sus operaciones e instalaciones,

 - » la construcción de marcos de relacionamiento, participación y trato exquisito con todos los grupos de interés, de alto valor y transparencia,

 - » la eficiencia, productividad y retorno esperados, por el empeño de los procesos corporativos y por el interés y valor de los productos y servicios puestos en el mercado y por

 - » la autonomía, empoderamiento, capacitación, responsabilidad y profesionalidad del colectivo de trabajo.
-

La huella económica y del negocio queda explicada a través de:

- » la gestión económico financiera,
- » la gestión de los clientes,
- » el compromiso y desarrollo del cooperativismo y del asociacionismo,
- » la gestión de los proveedores,
- » las relaciones y marcos con organismos ARA (administraciones, reguladores y ayuntamientos) y
- » la gestión de la calidad y de la innovación



Gestión económico-financiera

La gestión económico financiera de Caixa Popular se realiza de acuerdo con el estricto cumplimiento del Plan general de contabilidad y del resto de regulaciones y compromisos de obligada asunción por las compañías del sector financiero y en su caso, por su condición de organización cooperativa enmarcada en la Comunidad Valenciana. Las previsiones finan-

cieras se realizan junto con la planificación estratégica y se fijan los hitos a los que se quiere llegar dentro de cada plan estratégico. A continuación, se valida que los objetivos cuantitativos que se quieren alcanzar, están en línea con todas las exigencias normativas del regulador, y se valida que los crecimientos del negocio y los resultados son alcanzables, teniendo en cuenta los ratios de

solvencia, liquidez y rentabilidad necesarios para cumplir con todos los requisitos normativos.

Anualmente se revisan las previsiones establecidas en los planes estratégicos para ajustarlas a la realidad del mercado.

Los resultados principales (datos e indicadores de resultado y posicionamiento) de los dos últimos ejercicios han sido:

CAPACIDAD BÁSICA PARA LA GENERACIÓN DE NEGOCIO Y DE VALOR

En 2018 ha continuado el crecimiento del número las personas del colectivo de trabajo y de las instalaciones comerciales de la organización, de acuerdo con los objetivos establecidos.

VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Colectivo de trabajo (nº)	350	344	+ 6 personas
Oficinas comerciales (nº)	71	69	+ 2 ud

INGRESOS TOTALES (datos en miles)

Una de las principales fortalezas de Caixa Popular es la generación de ingresos netos, teniendo en cuenta el entorno actual de tipos de interés, mínimos y en ocasiones negativos.

VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Ingresos brutos (€)	33.751	31.917	5,75 %
Ingresos netos (€)	32.209	29.937	7,60 %

GASTOS TOTALES (datos en miles)

El modelo de crecimiento de Caixa Popular, sustentado en la apertura de oficinas y personas y la vocación de mejora e innovación en estructuras, procesos, responsabilidad social e innovación en la gestión, implican el incremento de los gastos de explotación de un ejercicio a otro.

VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Operacionales (€)	12.320	10.623	15,97%
Salarios y beneficios (€)	17.447	15.649	11,49 %
Pagos a proveedores de capital (€)	1.512	1.511	0,07 %
Inversiones sociales y ambientales (€)	875	752	16,36 %
Otros gastos (€)	0	0	0 %

MARGENES (datos en miles)

El crecimiento responsable y sostenible, basado en un control racional de gastos útiles y de valor, ha generado notables incrementos en los resultados asociados a las operaciones.

VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
De intereses (€)	32.209	29.937	7,59 %
Brutos (€)	50.848	45.199	12,50 %
Resultado de explotación (€)	14.896	12.628	17,96 %

BENEFICIOS E IMPUESTOS (datos en miles)

La generación de beneficios, es una de las principales vías de capitalización de la entidad, ya que el 90% de ellos se capitalizan.

VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Brutos (€)	11.216	9.349	19,97%
Netos, antes de impuestos (€)	9.305	7.826	18,90 %
Impuestos (€)	1.911	1.523	25,48 %

RENTABILIDAD Y EFICIENCIA

La rentabilidad es una de las fortalezas financieras en el negocio, mientras que la eficiencia es un área de avance y evolución para próximos ejercicios.

VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Rentabilidad económica: activo total (ROI)	0,72	0,64	12,50 %
Rentabilidad financiera: fondos propios (ROE)	12,41	11,62	6,80 %
Ratio de eficiencia (%)	59,70	60,22	-0,86 %

CAPACIDAD FINANCIERA E INFORMACIÓN RELEVANTE DE LAS OPERACIONES			
A continuación se recogen los indicadores más importantes en la definición de la capacidad financiera de la entidad y su evolución en los dos ejercicios contemplados.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
CAPACIDAD DE PAGO			
Liquidez LCR (%)	830	1230	-32,52 %
Liquidez NSFR (%)	191	192	-0,52 %
Solvencia: Ratio	14,20	13,08	8,56 %
Solvencia: Ratio de capital CET1 “fully loaded”	13,42	12,32	8,93 %
Solvencia Ratio de capital CET1 “phase in”	14,20	13,08	8,56 %
RIESGO			
Morosidad financiera (%)	5,89	7,08	-16,81 %
Morosidad inmobiliaria (%)	1,30	1,60	-18,75 %
Activos dudosos (MM€)	61,00	64,00	-4,69 %
INFORMACIÓN DEL NEGOCIO Y MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO (datos en millones)			
Valor de los activos totales	1.850	1.735	6,63 %
Apalancamiento operativo (%)	6,44	5,26	22,43 %
Ahorro (€) (*)	1.682	1.567	7,34 %
Recursos gestionados (**)	243	217	11,98 %
Créditos a clientes brutos	1.052	928	13,36 %
Créditos a clientes sano	991	864	14,70 %
Activo irregular (dudosos + adjudicados netos)	75	88	-14,77%
Activos adjudicados brutos	14	24	-41,67 %
Activos adjudicados netos	10	16	-37,50 %
Cobertura activo irregular	50	48	4,17%

GENERACIÓN DE RIQUEZA (datos en millones)			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Valor económico directo generado (€) (***)	55	53	3,77 %
Valor económico distribuido (€) (****)	30	26	13,30 %
Valor económico retenido (€) (*****)	25	27	-5,59 %

(*) Fondos de inversión + seguros + planes de pensiones + depósitos a la vista + depósitos a plazo.

(**) Fondos de inversión + fondos de pensiones y gestión de patrimonios.

(***) Ventas netas + los ingresos obtenidos de inversiones financieras + ventas de activos.

(****) Gastos operacionales + salarios y beneficios al colectivo de trabajo + pagos proveedores capital + inversiones en la sociedad

(*****) Valor económico directo generado menos valor económico distribuido.

En este punto es importante destacar que los grupos de interés tienen una opinión muy favorable de como Caixa Popular gestiona el negocio para obtener resultados sostenidos y sostenibles.

VALOR DE LA GESTIÓN ECONÓMICA			Caixa Popular es una empresa con una muy buena gestión económica						9,2
Socios propietarios	Clientes	Colectivo trabajo	Proveedores	Organismos ARA	Agentes sociales	Medio ambiente	Organismos generadores opinión	Asociaciones Cooperativas	Socios Aliados
9,5	9,5	9,0	9,6	9,2	8,8	6,8	9,5	9,3	10,0

Información económica relevante relacionada con el desarrollo sostenible

Hasta no hace muchos años la gestión económica de una entidad bancaria se sustentaba, casi exclusivamente, en identificar y cuantificar el riesgo financiero de sus clientes y en incrementar los ingresos y las vías de negocio.

Hoy en día, los graves impactos ambientales existentes a nivel mundial, capitaneados por el calentamiento global, establecen un nuevo paradigma de la gestión económica de las organizaciones. Todas las empresas deben com-

prometerse en reducir sistemáticamente su impacto ambiental y en colaborar decididamente en favor del desarrollo sostenible.

El mejor cliente de todas las compañías, y desde luego en el sector financiero, es aquel que además de cumplir con sus obligaciones financieras sea un ciudadano implicado en colaborar en proteger y mejorar el medio ambiente y en especial la denominada huella de carbono.

El escrutinio ambiental y la existencia de vías sancionadoras y penalizaciones por incumplimientos o daños al entorno obligan a que aparezca una nueva palanca de medición del riesgo de los clientes, que es su gestión medioambiental.

El riesgo financiero de las compañías por motivos ambientales puede ser un factor de una posible desaparición por incumplimientos graves o la reducción de su valor por pérdidas de reputación, y por tanto, afectar a sus estados y resultados financieros.

Caixa Popular está perfeccionando un método de análisis que contemple varios factores relevantes antes de establecer una relación comercial con sus clientes. Este método se sustentará en la evaluación del:

-
- » origen de sus ingresos

 - » el cumplimiento de los derechos humanos

 - » su gestión y comportamiento ambiental

 - » el valor de su compromiso con la sociedad.

Caixa Popular, por el tipo de instalaciones y por sus operaciones no es una entidad que influya o pueda influir en gran medida en el cambio climático y tampoco son relevantes los riesgos y oportunidades del mismo. La gestión de su huella de carbono no supondrá un cambio sustancial en las operaciones, ingresos o gastos. Casi todos sus impactos provienen del uso de la energía eléctrica y en menor medida, por el uso de combustibles.

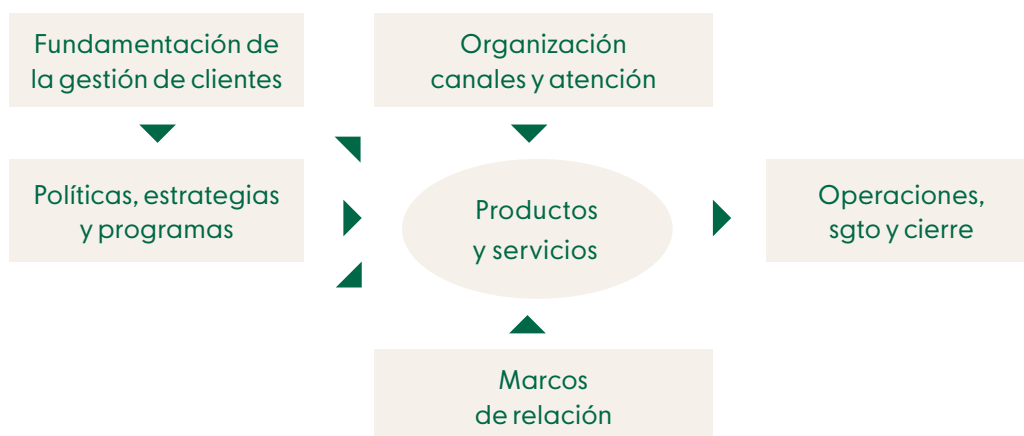
Sin embargo, Caixa Popular sabe que esto no la exime de la responsabilidad de minimizar esos consumos, compensarlos en la medida que sea posible y hacer más eficiente la gestión de la energía.

Subvenciones y Ayudas

Caixa Popular no recibe de los Gobiernos de la Comunidad Valenciana o de España, ninguna ayuda, ni subvención especial o diferente a la que tienen cualquiera de las compañías presentes en los territorios mencionados.

Marcos de relación con clientes

Caixa Popular diseña y mantiene sistemáticamente un marco completo de relaciones con sus clientes, estableciendo principios y compromisos, de acuerdo con el siguiente esquema de actividades y procesos:



El marco de relación antes mencionado queda explicado a través del siguiente esquema:

CATEGORÍA	SEGMENTO (tipo)	U.O. RESP.	Información			Prospecciones / análisis			Acciones Comerciales			Actividades post comercial			Acciones de desarrollo			Actuación Avanzada			
			Memorias / Informes / Web / intranet	Información específica / RSS / Publicidad / Promociones	Presentaciones / jornadas de puertas abiertas	Estudios de mercado y técnicos	Requerimientos y expectativas / Plataformas de diálogo	Intercambios de experiencias	Estudios comparativos	Ofertas / contratos	Solicitudes / adquisiciones	Licencias / autorizaciones	Prestación de servicios	Patrocinios / colaboraciones	Peticiones / consultas / sugerencias	Servicios de atención al GI	Gestión de reclamaciones de GI	Encuestas y métodos cuantitativos	Equipos de trabajo	Proyectos conjuntos	Proyectos de mejora
CLIENTES		Varios																			
	Particulares	Varios																			
	Empresas	Varios																			
	Cooperativas	Varios																			

El cliente, razón de ser de la continuidad y crecimiento del negocio, es la base de sustentación de Caixa Popular y el primer compromiso es la protección 100 % de los datos del mismo.

Como consecuencia de la entrada en vigor de cambios normativos relativos a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos

personales y a la libre circulación de estos datos, la entidad se ha adaptado mediante cambios en los procedimientos que afectan a los datos de clientes y proveedores y a los sistemas de información que los gestionan.

Para la adecuada y profesional respuesta a este compromiso se han especificado 18 actividades y obligaciones para el área de

Cumplimiento Normativo al respecto de la Protección de Datos y se ha nombrado un Delegado, con sus correspondientes funciones y responsabilidades.

Para responder de la mejor manera a estas nuevas exigencias durante 2018:

» se remitió a los clientes una comunicación informándolos sobre la nueva regulación de Protección de Datos, permitiéndoles la posibilidad de renovar sus decisiones sobre el tratamiento de sus datos y

» se realizó una formación sobre el nuevo Reglamento a casi todo el colectivo de trabajo con una participación 350 de personas.

A continuación, se informa de las reclamaciones por posibles incumplimientos en esta materia:

PROCESOS POR POSIBLE INCUMPLIMIENTO EN PROTECCIÓN DE DATOS DE CLIENTES Y PROVEEDORES			
Hasta la fecha la entidad no ha incurrido en un incumplimiento en la protección de los datos de terceras personas			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Nº Reclamaciones por protección de datos entradas	2	1	100 %
Nº Reclamaciones por protección de datos reales	1	1	0 %
Nº Reclamaciones por protección de datos con razón del interesado	0	0	0 %
Coste de las reclamaciones	0	0	0 %

Fundamentación de la Gestión de los Clientes

Caixa Popular tiene presencia y desarrolla sus actividades comerciales en el mercado financiero de la Comunidad Valenciana y principalmente en la provincia de Valencia (mayoría de oficinas) y norte de Alicante.

La empresa establece tres grandes categorías de clientes: particulares, cooperativas y empresas.

A causa de la especial gestión de cada categoría y a las diferentes condiciones, productos y servicios a prestar en los diferentes tipos de cada categoría, la segmentación técnica se realiza por líneas de negocio, con una unidad organizativa responsable de su gestión.

Las siete líneas de negocio y, por tanto, los tipos de clientes técnicos son:

1. Familias
2. Autónomos y Comercios
3. Banca Privada
4. Banca Empresa
5. Cooperativas
6. Asociaciones
7. AGRO Caixa Popular

El enfoque y responsabilidades de la gestión de clientes se pueden resumir mediante el siguiente esquema que relaciona actividades, líneas de negocio y unidades organizativas responsables:

	1. Familias	2. Autónomos Comercios	3. Banca Privada	4. Banca Empresas	5. Cooperativas	6. Asociaciones	7. Banca "Agro"
1. Estrategias, principios y planes	Comité de Negocio						
2. Presupuesto y seguimiento económico	Comité de Negocio						
3. Diseño y desarrollo de productos y servicios	Negocio	Negocio	Banca Privada	Riesgos / BE	Riesgos / BE	Negocio	Comité Agro
4. Canales, sistemas, CRM y "Big data"	Sistemas						
5. Campañas y promociones	Negocio						
6. Inteligencia relacional (Experiencia cliente/G. Emociones)	Experiencia de cliente y Comunicación						
7. Riesgos y recuperaciones	Gestión integral del riesgo						
8. Prestación de servicios y relaciones	Zonas - Oficinas comerciales - Unidades organizativas						
9. Comunicación y RRSS	Experiencia de cliente y comunicación						
10. Evaluación, mejoras e innovación	Comité de Negocio						

Políticas, Estrategias y Programas de Gestión del Negocio y de Clientes

Los compromisos y directrices de la gestión de clientes y de los procesos se establecen en los denominados “Principios y criterios de actuación” que son de aplicación para cada uno de los siete segmentos técnicos de clientes, antes enunciados.

En la siguiente planificación estratégica está previsto el diseño y desarrollo de la primera política integral de gestión de clientes de Caixa Popular.

Periódicamente, la organización diseña y publica una planificación plurianual para el desarrollo de las estrategias principales del negocio. En la actual, “Reinventar-se 2020”, tres de sus estrategias están referidas a la gestión de clientes y dan respuesta fundamental a los siguientes retos:

- » **Incorporar la “gestión de las emociones” en el modelo de experiencia del cliente, que actualmente rige y dirige las actividades y procesos comerciales con los mismos.**
- » **Mejorar la calidad y el valor de todas las líneas de negocio y productos.**
- » **Potenciar la multicanalidad.**

Cada una de ellas tiene metas y resultados objetivos que periódicamente se monitorizan para su control y seguimiento. El despliegue anual de las estrategias se realiza a través de los denominados “Planes de gestión”.

Productos y Servicios para los Clientes

La organización tiene dos líneas fundamentales de negocio. Una referida a los servicios y productos financieros y otra, referida a los diferentes tipos de seguros.

Los bloques principales del portfolio de servicios para cada una de las mismas son los siguientes:

PRODUCTOS FINANCIEROS

- Productos de ahorro

- Cuentas
- Depósitos

- Productos de inversión

- Fondos de inversión
- Planes de previsión

- Productos de financiación

- Préstamos Hipotecarios
- Préstamos Personales

- Medios de pago:
 - Tarjetas: débito, crédito, prepago y otras
 - Terminales portátiles de venta
- Banca Privada
- Gestión de carteras (bolsa y mercados)

SEGUROS:

- Seguros de protección personal y familiar
- Seguros de bienes y propiedades
- Seguros de ahorro
- Seguros de inversión
- Seguros agrarios
- Seguros de responsabilidad civil

Las decisiones para el diseño, mejora, evolución y fortalecimiento de los elementos del porfolio de servicios se concretan y aprueban en los denominados, ejercicios de reflexión estratégica.

Productos y Servicios Sostenibles y Responsables

Caixa Popular diseña y pone en el mercado productos y servicios sostenibles para siete grupos especiales, que por su consideración se definen como principales o vulnerables, tal y como se

indica en el epígrafe “5.7. Gestión de grupos de interés”.

A continuación, se detallan los productos sostenibles correspondientes al ejercicio y la monetización de algunos de los mismos:

- » **La Tarjeta de Compra Local, para fomentar y hacer competitivo el comercio local frente a las grandes superficies.**
- » **La iniciativa de tarjetas solidarias (crédito o débito) de la que el 0,7% de los ingresos de las compras que realice el cliente se destinan a un proyecto social que se selecciona anualmente.**
- » **La tarjeta “Compromís pel Valencià” de la que el 0,7% de los ingresos de las compras que realice el cliente se utilizan para subvencionar a Escola Valenciana – Federació d’Escoles per la Llengua.**
- » **El producto “Ahorro solidario” (cuenta y plazo fijo) en el que el 0,7% del saldo medio anual se ingresa en la cuenta de la Coordinadora Valenciana de ONG.**
- » **Supercuenta Cooperativas con condiciones económicas especiales y**

otras ventajas como la subvención de un 25% en la cuota de ingreso en la Asociación sectorial de cooperativas, las ayudas a la formación (25%) o el pago de 400€ en la realización de auditorías.

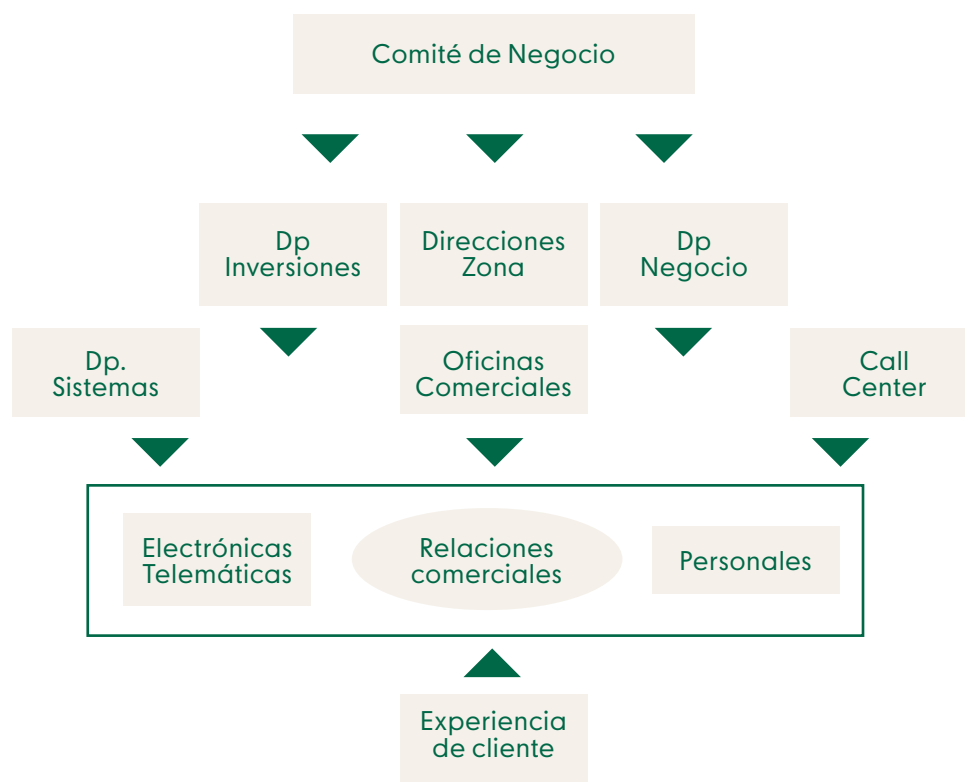
- » Línea Empren, Producto creado para la concesión de préstamos a emprendedores, con discriminación positiva a mujeres.
- » Cuentas bancarias para refugiados con condiciones especiales mediante la alianza con Cruz Roja Española.

El ejercicio de las relaciones sostenibles y responsables con clientes, cuya mejora y conceptualización se realizará en la siguiente planificación de la responsabilidad social, quedará concretada en una guía de actuación en la que se establecerán principios y directrices para:

- » **La privacidad y confidencialidad de la información. En la actualidad se cumple en un 100% la legislación vigente mediante el control y evaluaciones periódicas del Delegado de protección de datos de Caixa Popular, las auditorías independientes del Grupo, la evolución de las entradas en el canal de denuncias y en el canal de quejas y reclamaciones**
- » **El análisis de los negocios de posibles clientes e imposibilidad de establecer relaciones en los casos en que su actividad sea la producción y distribución de armas, la prostitución, la trata de personas o las tiendas “Grow shops”, por poner varios ejemplos.**
- » **la integración de factores ESG (ambientales, sociales y de gobierno corporativo) en el análisis de riesgos de clientes.**
- » **La educación financiera de clientes y de la sociedad. Actualmente la organización desarrolla este compromiso a través de cursos para segmentos de clientes del programa planteado por la UNACC (Unión Nacional de Cooperativas de Crédito), de la Cátedra Empresa y Humanismo de la Universidad de Valencia, de los seminarios sobre productos de ahorro y temas digitales y de los desayunos de la Asociación del Instituto valenciano de la empresa familiar.**
- » **la cobertura financiera mediante la apertura de oficinas comerciales a media jornada e instalación de cajeros en las localidades en las que no hay entidades bancarias, cerradas como consecuencia de la crisis del sector,**
- » **al asesoramiento justo y la venta consultiva para poner el foco principal en la honestidad, ética y necesidades reales de los clientes,**
- » **el compromiso ético en la relación y el respeto de acciones inadecuadas por conflictos de intereses.**

Organización, canales y atención a Clientes

La organización gestiona los procesos relacionados con clientes y los productos y servicios puestos en el mercado a través de un conjunto de unidades organizativas coordinadas mediante el siguiente esquema de relacionamiento:



Los canales principales para la atención a los clientes son:

- » **las oficinas comerciales,**
- » **el Call Center,**
- » **la web corporativa www.caixapopular.es**
- » **Ruralvía (web y app)**
- » **el correo electrónico corporativo,**
- » **los teléfonos generales de cada una de las oficinas comerciales y**
- » **redes sociales**

Operaciones, seguimiento y cierre

En la actualidad Caixa Popular desarrolla sus servicios en las oficinas comerciales y departamentos especializados de la sede central. Todos ellos son expertos, formados y cualificados en estos cometidos, de acuerdo con las siguientes directrices y principios:

-
- » MiFID I y II

 - » Gestión de la experiencia de cliente (customer experience management)

 - » Gestión de las emociones y venta consultiva

 - » Programa de actitud positiva

 - » Directrices éticas de la responsabilidad social (privacidad del cliente, asesoramiento justo, ético y consultivo, y prevención de conflictos de intereses)

Todas las personas de las oficinas están formadas y cualificadas técnicamente en:

- » **temas financieros,**
- » **el desarrollo de las responsabilidades y funciones de su puesto y**
- » **la prestación de los servicios bajo las herramientas y sistemas de la organización y el cumplimiento de las directrices y principios establecidos.**

La práctica totalidad de las operaciones comerciales con clientes se realizan en las oficinas comerciales, en los cajeros y a través de la banca digital.

El seguimiento y cierre de las operaciones se realiza a través del CRM de la organización integrado en el apli-

cativo corporativo y bajo el apoyo de otras herramientas de soporte. En esta fase es donde se atienden las quejas, reclamaciones, sugerencias y consultas a través del Call center, las oficinas comerciales, las funcionalidades de la banca digital o las redes sociales.

Atención al Cliente

Caixa Popular presta el servicio de atención al cliente a través de las siguientes vías:

- » **Oficinas comerciales.**
- » **Departamentos y áreas con responsabilidades en la gestión de clientes de la sede central**
- » **Servicio de Atención al Cliente para Ruralvía y Tarjetas, externalizado con el Banco Cooperativo.**

En el caso de quejas o reclamaciones la atención se realiza a través del Departamento de Atención al Cliente de Caixa Popular o del Defensor del Cliente de la Unión Nacional de Cooperativas de Crédito, cumpliéndose la legislación específica según sea en soporte papel o por medios electrónicos o telemáticos.

En las oficinas de la entidad están disponibles los reglamentos que regulan estos servicios (Departamento de atención al cliente, Defensor del cliente UNACC y Transparencia y protección al cliente) y la documentación para poder ejercer el derecho de reclamación o queja. También, puede formularse a través de la página web corporativa.

De conformidad con lo establecido en el artículo 17 de la Orden ECO/734/2004 de 11 de marzo sobre los departamentos y servicios de atención al cliente y defensor del cliente de las entidades financieras los resultados del ejercicio 2018 fueron:

QUEJAS Y RECLAMACIONES			
La casi totalidad de las reclamaciones recibidas se deben a gastos y cláusulas suelo, de hipotecas. No se han producido casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Reclamaciones entradas (Ser. Atención al Cliente)	213	991	-78,51 %
Reclamaciones admitidas a trámite (SAC)	213	991	-78,51 %
Reclamaciones a favor del reclamante (SAC)	51	753	-93,23 %
Reclamaciones entrada (Defensor del cliente)	22	19	15,79 %
Reclamaciones admitidas a trámite (DC)	4	4	0 %
Reclamaciones a favor del reclamante (DC)	1	1	0 %
Reclamaciones entrada (Banco de España)	53	35	51,43 %
Reclamaciones admitidas a trámite (BE)	53	35	51,43 %
Reclamaciones a favor del reclamante (BE)	20	15	33 %
Coste de las reclamaciones (€)	822.184,26	(*)	N/A

(*) dato no disponible para 2017.

CURSOS A CLIENTES

Durante el 2018 se impartieron cursos-seminarios a clientes cuyo objetivo era mejorar su capacidad económico financiera y de gestión. Las materias impartidas principales fueron financiación a corto y largo plazo, comercio internacional, análisis de proyectos de inversión, tesorería,

14/02/2018, perspectivas económicas y de los Mercados Financieros, retos actuales en la inversión financiera del patrimonio, inversor racional ante la situación actual de los mercados

Los resultados fueron:

- » **Número de cursos: 9.**
- » **Participantes: 628 personas.**

Modelos de Inteligencia Relacional con los Clientes

Caixa Popular incorporó la evaluación de la satisfacción de los clientes en sus procesos comerciales, de una forma sistemática, a mediados de los años 90's del siglo pasado.

Básicamente, la misión y objetivo principal del enfoque de gestión era el cumplimiento de las especificaciones de los productos y la seguridad de los servicios puestos en el mercado.

El principal "feedback" de la gestión se obtenía de conocer su satisfacción general y las reclamaciones presentadas.

Desde principios de este siglo se ha comprobado que el interés del cliente en las relaciones comerciales, ya no está basado fundamentalmente en el producto. En la actualidad, la forma en que se le atiende y las percepciones que tiene de la relación comercial y el valor añadido recibido son vías o no de confianza y, por tanto, de la decisión de compra y continuidad de la relación.

Esta circunstancia motivó la evolución en la gestión comercial hacia la "gestión de la experiencia de cliente (CEM)".

En el ejercicio 2015 Caixa Popular evoluciona su sistema de relaciones y de evaluación de la satisfacción y fidelización de clientes a un nuevo sistema denominado "Modelo de inteligencia relacional con clientes" que empieza a integrar en sus oficinas comerciales y en los departamentos que desarrollan estas funciones desde la sede central.

Básicamente consiste en un modelo de relación comercial, para los productos, canales y procesos establecidos, basado en un excelente trato (personal, respetuoso, basado en las necesidades y empático), en la venta ética consultiva y en la mejor experiencia de los clientes en las relaciones mantenidas.

En 2016 se evalúa la "Experiencia de Cliente" en las relaciones comerciales mediante un

estudio donde se obtienen conclusiones del análisis y revisión de documentación y protocolos internos, de entrevistas individuales a directivos de la entidad, de un taller con directores de oficinas, de un "focus group" con clientes, de cuarenta "mystery shopping" en oficinas de la entidad y de la competencia y de cien encuestas telefónicas.

Se evalúa el nivel de bondad de las variables de atención al cliente, en las "sorpresas gratas" en la relación, del valor de los "momentos" que vive el cliente y de muchas otras variables asociadas a la "curva de experiencia".

Las conclusiones recogidas y especialmente, las áreas de mejora, se incorporan en los planes operativos de las unidades responsables de las líneas de negocio y en las oficinas comerciales.

En el año 2018 Caixa Popular participa en el 6º Estudio de emociones EMO Insight en el Sector Banca y obtiene la distinción de segunda entidad financiera

mejor valorada por sus clientes en la gestión emocional en todo el territorio nacional.

En 2018 se incorpora al modelo de inteligencia relacional con los

clientes, la gestión de las emociones.

Se diseña una metodología de aplicación en las relaciones para oficinas comerciales y técnicos con relación con clientes, basada

en las ocho emociones principales del sector banca.

La metodología se implementa mediante:

- » **la creación de la figura de los “Gestores de emociones”, adecuadamente cualificados, y**
- » **la formación del 100 % de las personas que participan en las relaciones comerciales con los clientes.**

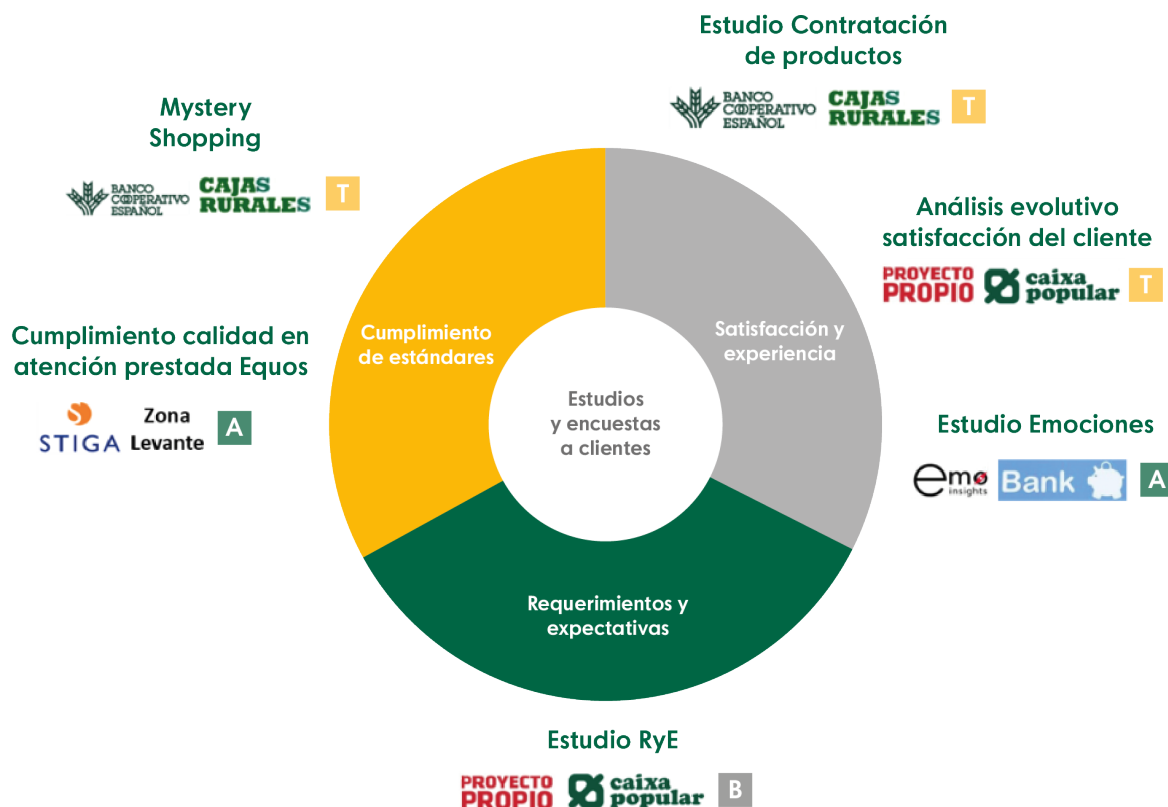
En 2019 se pondrá en marcha el primer Plan de gestión de las emociones.

Resultados de Satisfacción y de Experiencia de Clientes

Caixa Popular considera que el elemento clave en la gestión emocional de sus clientes son las necesidades, gustos, tendencias, experiencias en la relación, adecuación y funcionalidad de los canales y la certera actuación en los denominados “momentos de la verdad”.

La “Voz del cliente” es el elemento crítico y su conceptualización y escucha activa son esenciales. Para ello, la entidad puso en marcha el proyecto de “Escucha al cliente” cuya estructura se refleja en el siguiente cuadro.

Canales Digitales	Opinión Actividades	Estudios Generalistas	Estudios concretos	Proyecto Escucha al cliente.
<ul style="list-style-type: none"> » Buzón de sugerencias (web). » Redes Sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> » Banca Privada. » Banca Empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> » Estudio Cliente Digital. » Estudio la RSC en el Negocio y grupos de Interés. » Estudio Emociones. 	<ul style="list-style-type: none"> » Newsletter. » Targeta Compromís pel Valencià. 	<ul style="list-style-type: none"> » Encuestas en contratación de producto. » Cliente misterioso. » Encuestas 1 y 3 años.



1. Cumplimiento de estándares: Estudio de contratación de productos “Mystery Shopping”

Desde el 2018 Caixa Popular participa en un estudio liderado por el Banco Cooperativo Español (puesto en marcha en ese mismo año y con afán de continuidad a largo plazo) en el que se evalúa la calidad y el cumplimiento de los procedimientos y estándares en la atención a no clientes en oficinas de Caixa Popular.

El método utilizado es el “cliente misterioso” (Mystery Shopping). En este proceso las personas responsables del análisis se presentan como posibles clientes comunes para realizar la contratación de un producto o servicio. Al final, presentan un informe sobre la calidad de la atención recibida y cumplimiento de los estándares de las oficinas visitadas.

Este método con planteamiento continuo en el tiempo se realiza junto con otras Cajas Rurales y tiene una evaluación trimestral.

Variables de satisfacción	Mystery Shopping Caixa Popular
Aspectos físicos	8,60
Rapidez	9,18
Trato dispensado	8,18
Actuación comercial	4,46
Explicación del producto	7,07
Media ponderada	7,15

Resultados de Satisfacción y Experiencia de Clientes.

En general, los resultados son muy satisfactorios salvo el correspondiente a la actuación comercial que será objeto de análisis para identificar aspectos de mejora y liderazgo frente a la muestra de Cajas Rurales participantes (protocolo, integración de la gestión de las emociones, información técnica de apoyo, etc). La puntuación de Caixa Popular como media ponderada es ligeramente superior a la del grupo de comparación.

2. Cumplimiento de la calidad: satisfacción de clientes: Estudio sobre la calidad en la prestación de servicios a nivel general EQUOS

Caixa Popular participa regularmente en el estudio EQUOS RCB. Un estudio anual multicliente realizado por STIGA para evaluar la atención a potenciales clientes en oficinas bancarias mediante la técnica del cliente misterioso.

El estudio se adecua para comparar los resultados de Caixa Popular el resto entidades financieras que operan en la zona de Levante y sus resultados obtenidos en esta área de influencia. La entidad lleva participando en estos estudios desde 2005.

Las variables estudiadas de satisfacción tras las relaciones comerciales mantenidas son:

- » Aspectos físicos
- » Rapidez
- » Trato
- » Actuación Comercial
- » Explicación de productos

Variables de satisfacción	2017 Caixa Popular	2018 Caixa Popular
Aspectos físicos	8,36	8,59
Rapidez	7,63	9,61
Trato dispensado	8,43	8,08
Actuación comercial	4,30	4,07
Explicación del producto	7,48	6,90
Media ponderada	6,61	6,50

En relación a los datos presentados hay similitud en muchos de ellos siendo destacables desde el punto de vista positivo los aspectos físicos, la rapidez, el trato dispensado y la explicación del producto.

El área donde hay mayor potencial de mejora es la actuación comercial. En 2018, aparece por primera vez, un descenso significativo frente a los datos del ejercicio anterior que será estudiado. La aplicación del nuevo modelo de gestión de las emociones a implantar en 2019 probablemente será una medida de valor en este punto.

3. Estudio de satisfacción de clientes: Contratación de productos por encuesta automática on-line

En el mismo año se participa en la segunda iniciativa del Banco Cooperativo Español (con afán de continuidad a largo plazo) para identificar aspectos de mejora y liderazgo, frente a la muestra de Cajas rurales participantes, sobre la satisfacción y valoración emocional de los clientes que hayan contratado un producto.

El sistema envía a posteriori y de forma automática un correo electrónico para que evalúen su satisfacción.

En este estudio se evalúan los siguientes aspectos:

- » Satisfacción general
- » Valor emocional de la relación
- » Calidad de la atención recibida
- » Claridad y valor de la explicación
- » Adecuación de la documentación facilitada
- » Nivel de recomendación expresada por el Valor Neto de Recomendación NPS (“Net Promotor Score”)

Los resultados obtenidos son:

a) Resultados medios globales de la contratación de servicios

ENTIDAD	Valor emocional (sobre 100)	Atención recibida (sobre 10)	Explicación producto (sobre 10)	Documentación facilitada (sobre 10)	Net Promoter Score (*) (sobre 100)
Caixa Popular	84,20	9,30	9,20	9,00	72,90

En la satisfacción general frente a la contratación de cualquier producto existe un liderazgo frente a las otras cajas rurales. A nivel desglosado es muy destacable que en el Net promotor score o índice de promoción/recomendación por parte de los clientes casi hay una distancia de dos puntos.

b) Resultados medios globales de las cuentas a la vista

ENTIDAD	Valor emocional (sobre 100)	Atención recibida (sobre 10)	Explicación producto (sobre 10)	Documentación facilitada (sobre 10)	Net Promoter Score (*) (sobre 100)
Caixa Popular	81,00	9,20	9,10	8,9	66,40

En la contratación de cuentas a la vista los resultados son muy meritorios y con resultados muy elevados, incluido el NPS

c) Resultados medios globales de fondos de inversión

ENTIDAD	Valor emocional (sobre 100)	Atención recibida (sobre 10)	Explicación producto (sobre 10)	Documentación facilitada (sobre 10)	Net Promoter Score (*) (sobre 100)
Caixa Popular	80,02	8,80	9,00	8,80	67,50

A pesar de obtener resultados muy satisfactorios, Caixa Popular está por debajo en este producto frente a la muestra comparativa.

d) Resultados medios globales de la contratación de planes de pensiones

ENTIDAD	Valor emocional (sobre 100)	Atención recibida (sobre 10)	Explicación producto (sobre 10)	Documentación facilitada (sobre 10)	Net Promoter Score (*) (sobre 100)
Caixa Popular	86,20	9,50	9,20	9,10	76,50

En la contratación de cuentas a la vista los resultados son muy meritorios y con resultados muy elevados, incluido el NPS

e) Resultados medios globales de la contratación de préstamos personales

ENTIDAD	Valor emocional (sobre 100)	Atención recibida (sobre 10)	Explicación producto (sobre 10)	Documentación facilitada (sobre 10)	Net Promoter Score (*) (sobre 100)
Caixa Popular	88,60	9,50	9,40	9,20	81,30

En la contratación de préstamos personales los resultados son muy meritorios y con resultados muy elevados, incluido el NPS.

f) Resultados medios globales de la contratación de seguros de hogar

ENTIDAD	Valor emocional (sobre 100)	Atención recibida (sobre 10)	Explicación producto (sobre 10)	Documentación facilitada (sobre 10)	Net Promoter Score (*) (sobre 100)
Caixa Popular	87,40	9,40	9,20	9,10	79,80

En la contratación de seguros de hogar los resultados son muy meritorios y con resultados elevados, incluido el NPS.

g) Resultados medios globales de la contratación de gestión de carteras

ENTIDAD	Valor emocional (sobre 100)	Atención recibida (sobre 10)	Explicación producto (sobre 10)	Documentación facilitada (sobre 10)	Net Promoter Score (*) (sobre 100)
Caixa Popular	75,70	9,20	8,20	8,10	61,50

(*) El Índice neto de recomendación NPS, obtenido de la resta entre el porcentaje de clientes que puntúa entre 9 y 10 ("recomendadores") y el de los que los hacen entre 0 y 6 (detractores), es una medida muy exigente; valores por encima del 50% ya se consideran excelentes por los expertos en esta materia.

El estudio también informa de la bondad de todas las oficinas de la empresa. Las tres mejor valoradas son la de Paterna, la de Foios y la de Aldaia, situada en el Barrio del Cristo.

En este proceso también se obtienen propuestas de mejora. Las más relevantes fueron: incrementar el número de cajeros y oficinas, mejoras de funcionalidad de Ruralvía, reducir las comisiones y mejorar la información sobre ellas, mejorar la agilidad en atender y gestiones, reducir el tipo de interés en préstamos, enviar la encuesta en valenciano, informar a los clientes proponiéndoles los productos más interesantes y rentables, avisar con antelación de la renovación del seguro y de su coste y agilizar la resolución de siniestros en el Seguro Hogar.

4. Análisis evolutivo en la satisfacción de clientes: a 1 y 3 años desde su alta en la compañía

A partir de 2016 la entidad diseña y construye internamente un estudio de satisfacción para los clientes que llevan en la empresa 1 y 3 años respectivamente.

Se evalúan varios aspectos, aunque los más relevantes son:

- » Evolución de la satisfacción con la relación mantenida.
- » Evaluación de la experiencia en las relaciones.
- » Cumplimiento de expectativas
- » Valoración y uso de los canales
- » Recomendaciones a terceros

Este método tiene el objetivo de comprobar cómo evoluciona la satisfacción de los clientes con la empresa en los primeros años de relación. En concreto tras el primer año y después del tercero.

Los resultados de los aspectos más significativos encuestados han sido:

a) En los 12 meses que llevas siendo cliente de Caixa Popular ¿Cómo ha evolucionado tu relación con nuestra entidad?

Resultados de Satisfacción y Experiencia de Clientes.

	1 año	1 año		3 años	3 años
EVOLUCIÓN	2018	2017		2018	2017
Ha mejorado	51,1 %	61,0		54,3 %	61,0 %
Sigue igual	44,4 %	35,7		40,6 %	35,2 %
Ha empeorado	4,5 %	3,2%		5,1 %	3,8 %

Los resultados son muy satisfactorios y crecientes, aunque se detecta un ligero descenso frente a las cifras de 2017.

b) ¿Cómo evaluarías tu experiencia con nosotros? Pon las estrellas que consideres.

	1 año	1 año		3 años	3 años
EXPERIENCIA	2018	2017		2018	2017
5 Estrellas	41,8 %	36,4		36,7 %	39,0 %
4 Estrellas	38,1 %	45,8		41,5 %	25,2 %
3 Estrellas	15,3 %	12,7%		17,9 %	25,2 %
2 Estrellas	2,5 %	3,2 %		3,0 %	1,9 %
1 Estrella	2,3 %	1,9 %		0,9 %	1,9 %

Los resultados son muy satisfactorios y crecientes, destacándose una mejora de los resultados frente a 2017 para los clientes que entienden que la experiencia con Caixa Popular es sobresaliente (5 estrellas).

c) ¿Consideras que durante este tiempo hemos cumplido las expectativas que tenías con nosotros?

	1 año	1 año		3 años	3 años
EXPECTATIVAS	2018	2017		2018	2017
Sí, completamente	37,6 %	37,0 %		31,9 %	25,2 %
Sí bastante	45,2 %	43,0 %		44,2%	52,2 %
Más o menos	13,3 %	14,7%		18,5 %	20,8 %
Muy poco	2,3 %	3,3 %		3,6 %	0,6 %
En absoluto	1,7 %	2,0 %		1,8 %	1,3 %

Los resultados son muy satisfactorios y crecientes y en muchos casos con avance en 2018 frente a 2017

d) Durante los últimos meses ¿Cómo valorarías el servicio que te hemos prestado en estos diferentes canales?

Datos expresados como porcentajes	Muy malo	Muy malo	Malo	Malo	Regular	Regular
CANALES 1 AÑO	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Atención oficina	1,4	1,0	0,3	0,6	2,5	2,3
Cajeros	0,8	1,6	2,5	1,6	5,9	8,4
Banca distancia	1,1	1,3	1,7	1,3	6,2	4,2
CANALES 3 AÑOS	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Atención oficina	0,9	1,9	0,6	0,0	6,3	4,4
Cajeros	1,8	0,6	1,2	0,6	14,3	17,6
Banca distancia	0,6	0,6	0,6	1,9	6,6	1,9

Datos expresados como porcentajes	Bueno	Bueno	Muy bueno	Muy bueno	No uso	No uso
CANALES 1 AÑO	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Atención oficina	33,9	35,1	52,8	56,2	9,0	4,9
Cajeros	44,4	44,5	36,7	28,2	9,6	15,6
Banca distancia	37,6	36,2	42,4	41,7	11,0	15,3
CANALES 3 AÑOS	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Atención oficina	30,7	32,1	54,6	54,1	6,9	7,5
Cajeros	47,2	45,9	23,6	25,8	11,9	9,4
Banca distancia	39,4	41,5	39,4	42,8	13,4	11,3

Resultados de Satisfacción y Experiencia de Clientes.

Los resultados son muy satisfactorios y crecientes. En especial son muy destacables los resultados obtenidos en la atención en oficinas.

e) ¿Has recomendado a Caixa Popular a algún conocido o familiar?

	1 año		3 años	
RECOMENDACIÓN	2018	2017	2018	2017
Sí, he recomendado	70,3 %	71,8 %	72,2 %	75,5 %
No, pero seguramente lo haré	20,1 %	19,8 %	17,0 %	17,0 %
No y no sé si lo haré	6,5 %	6,2 %	8,1 %	6,3 %
No, y creo que no lo haré	3,1 %	2,3 %	2,7 %	1,3 %

Muy altas cifras de recomendación que demuestran los excelentes resultados en el NPS (Net promoter score) o índice neto de recomendación obtenidos en otros estudios realizados y presentados en esta memoria.

5. Estudio emociones en el sector bancario: EMO Insights

En 2018 la entidad participó por primera vez en el estudio desarrollado por EMO insights para el sector banca que estudia y cuantifica la vivencia del vínculo emocional de los clientes particulares, relacionando su nivel de satisfacción con las emociones que viven en las relaciones mantenidas con el banco o caja.

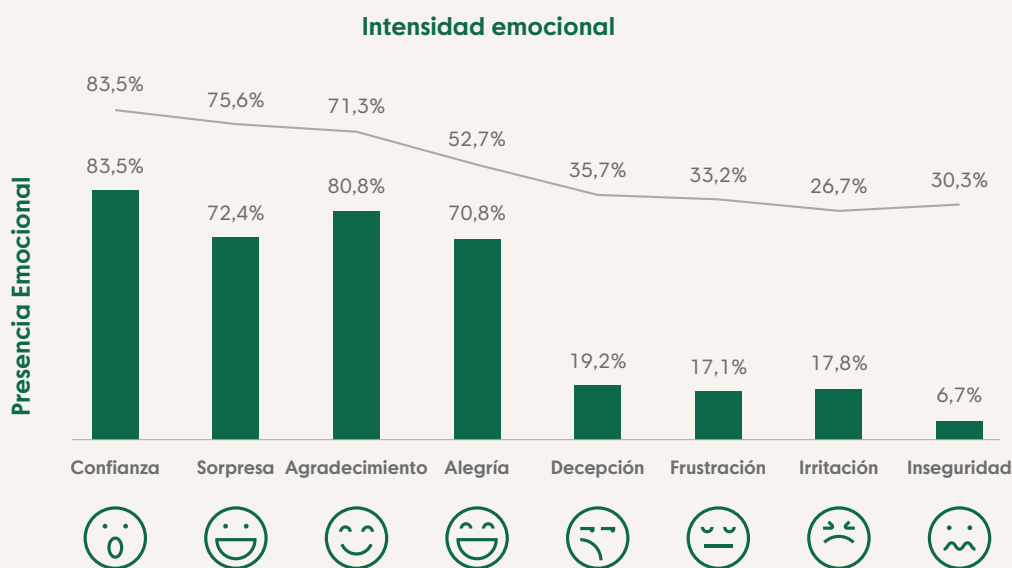
En el estudio se evalúan las ocho emociones grupales del sector banca:



El resultado final es un índice emocional (Emoindex) que resume la vinculación emocional del cliente con la marca o con la entidad estableciendo un índice que va de -100 a + 100.

La media del sector (todos los bancos nacionales de mayor tamaño) para este ejercicio se situó en 36,7 y el mejor evaluado obtuvo una puntuación de 66,5. Caixa Popular con 59,3, en segundo lugar, por encima de las empresas consideradas "benchmark".

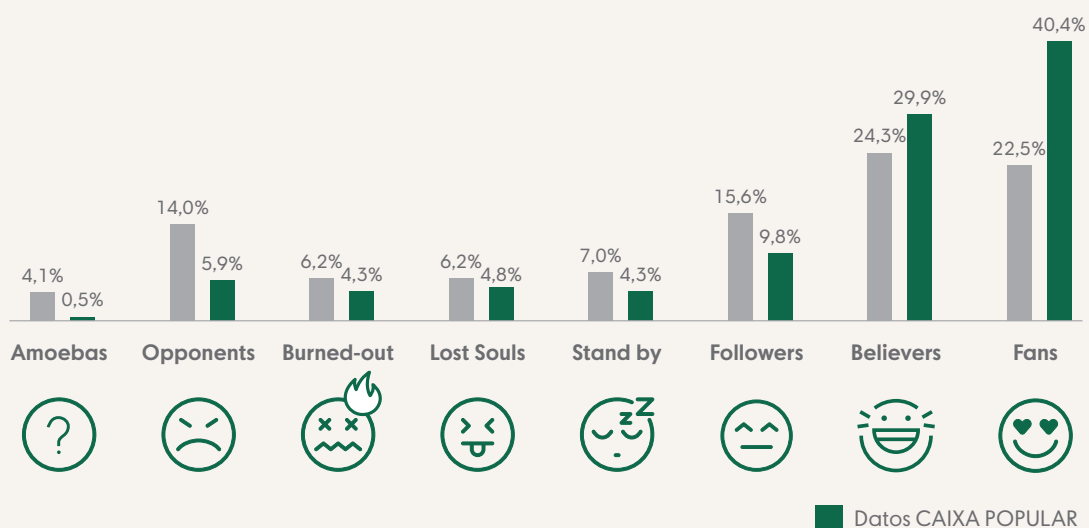
A continuación, se presentan los resultados de Caixa Popular frente a la media del sector banca nacional:



En relación a las emociones Caixa Popular está por encima del mercado en cuanto presencia emocional de las 4 emociones positivas, siendo líder del sector en Confianza y Agradecimiento.

Por lo que respecta a la intensidad emocional, destaca especialmente en Confianza, aunque en Alegría está por debajo de la media del sector.

El estudio también realiza una segmentación de los clientes según su EMO Index en 7 tramos que determinan sus actitudes y comportamientos hacia la marca. En este aspecto Caixa Popular obtiene una posición ventajosa, doblando prácticamente el número de "fans" sobre la media del mercado.



En relación a la valoración de los puntos de contacto la empresa se sitúa como líder del sector en tres de ellos (sucursal, personal de oficina y atención telefónica), en segunda posición en otros tres (operaciones, página web y publicidad) y el resto entre las posiciones 3,4 y 5, de las 17 entidades que participaron en el estudio.

Resultados de Satisfacción y Experiencia de Clientes.

6. Estudio de satisfacción, requerimientos y expectativas con los servicios y relaciones mantenidas con los clientes

A partir de 2018 la entidad puso en marcha un proyecto para el diseño de un sistema de gestión integral de grupos de interés que se implantó en ese mismo año.

Durante ese ejercicio se realizó una evaluación de la satisfacción del grupo de interés “clientes” mediante entrevistas a 27 personas de los tres segmentos (particulares, empresas, cooperativas) evaluándose los siguientes campos de actuación:

- » Satisfacción global con los procesos comerciales.
- » Satisfacción con las variables del proceso de gestión de clientes.
- » Satisfacción con las cinco etapas del proceso
- » Identificación de los requerimientos, expectativas y puntos que supondrían una mejora de las relaciones comerciales con Caixa Popular.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

SATISFACCIÓN GLOBAL	Caixa Popular realiza las actividades de prestación de servicios y las relaciones con sus clientes de una manera eficiente, fiable y satisfactoria.		9,2
SATISFACCIÓN CON LAS VARIABLES DEL PROCESO DE GESTIÓN DE CLIENTES			
Caixa Popular dispone de los medios e instalaciones que garantizan el correcto desarrollo del proceso.	9,3	Caixa Popular realiza las actividades comerciales de una forma fiable y cuidadosa	9,0
Caixa Popular atiende las consultas, peticiones e incidencias de sus clientes en plazo y forma	9,0	Caixa Popular aporta un personal adecuadamente cualificado y con elevado grado de profesionalidad.	9,3
Caixa Popular ofrece por medio de su personal la consideración, el respeto y la cortesía que requieren sus clientes.	9,7	Caixa Popular demuestra honestidad y ética en la relación con sus clientes	9,6
Caixa Popular ofrece seguridad ante impagos o retrasos y garantiza el cobro de los servicios adquiridos	9,3	Caixa Popular proporciona los canales de comunicación para poder resolver las necesidades de información, documentación, incidencias, etc.	9,0
Caixa Popular la comunicación con los clientes es clara y fluida.	9,1	Caixa Popular se esfuerza en conocer los requerimientos y expectativas de sus clientes.	9,0

SATISFACCIÓN CON LAS ETAPAS DEL PROCESO DE GESTIÓN DE CLIENTES			
Caixa Popular realiza las actividades comerciales de una forma fiable y cuidadosa	8,6	Caixa Popular realiza el análisis de las solicitudes de clientes de una manera eficiente y generando valor	9,0
Caixa Popular la contratación de un servicio y su prestación se hace de una forma eficiente y satisfactoria.	9,0	El servicio de atención al cliente es eficiente, profesional, cordial y satisfactorio.	9,2
Caixa Popular informa periódicamente o facilita el acceso a toda la información de las operaciones de sus clientes..	9,2		

REQUERIMIENTOS Y EXPECTATIVAS DEL GRUPO DE INTERÉS

También se recogieron los requerimientos y expectativas generales y concretas en referencia a la gestión comercial de la entidad robteniéndose 27 propuestas

Las de mayor impacto y prioridad fueron:

- » Mejorar la funcionalidad y la capacidad para obtener información seleccionada de las operaciones realizadas en la pasarela Rural vía.
- » Establecer métodos y herramientas para minimizar el impacto por retrasos y errores de las personas de atención a los clientes que están en prácticas o como becarios. Aunque para los clientes fuera comprensible, existía una cierta insatisfacción y la creencia generalizada de que la imagen se reforzaría si el servicio prestado por ellos fuera cercano al de las personas cualificadas y con experiencia.
- » Cuando hay solicitudes para el estudio y atención por parte de la empresa existe una cierta lentitud en la ejecución. Si tienen que participar los servicios centrales esta lentitud se agrava y en ocasiones los clientes tienen que llamar para preguntar cómo va o en qué situación está su demanda.
- » Tiempos de espera importantes en algunas oficinas comerciales. Analizar la conveniencia de tener un sistema de gestión de colas.

Valor de la reputación para el Grupo de Interés

El último elemento de evaluación en relación a los clientes fue la reputación de Caixa Popular en la Comunidad Valenciana.

Resultados de Satisfacción y Experiencia de Clientes.

Los clientes de la entidad tienen la siguiente percepción:

REPUTACIÓN GLOBAL	Caixa Popular cuenta con muy buena reputación en la Comunidad Valenciana.		9,1
SATISFACCIÓN CON LAS PALANCAS DE LA REPUTACIÓN			
Comportamiento ético y responsable en su gestión	9,8	Creativa, innovadora y tecnológica en su negocio	7,9
Comunica información veraz, en plazo y suficiente.	9,1	Apoya el desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad corporativa	8,5
Apoya y fomenta el cooperativismo y el asociacionismo	9,0	Modelo por la opinión, valores y satisfacción que transmiten sus empleados.	9,3
Bien gestionada económicamente y perdurable en el tiempo	9,5	Apoya la acción social mediante proyectos de RS.	9,0
Prioriza la calidad de sus servicios a sus clientes.	8,7	Busca la diferenciación (gestión y servicios) para asegurar el futuro y su crecimiento	8,9

Los valores de la reputación y de las palancas son muy notables para los clientes de Caixa Popular, estando siete de las once mediciones en el rango entre 9 y 10 (entorno óptimo Net Promotor Score NPS). Tan solo precisa de un análisis la creatividad e innovación en el negocio.



Desarrollo del cooperativismo y del asociacionismo

Caixa Popular refleja, entre sus principios fundacionales y estrategias corporativas, el apoyo al desarrollo y consolidación del cooperativismo y del asociacionismo en la Comunidad Valenciana.

En el primer caso, y por su propia condición y convicción, se apoya especialmente la creación, la

consolidación y la difusión del modelo de cooperativismo, por el valor y el poder de la colaboración entre todas las personas integrantes en la consecución de los mejores resultados económicos y sociales.

Se valora y promueve por las siguientes razones:

- » Democracia en la toma de decisiones y en la estrategia y desarrollo del negocio.
- » Responsabilidad individual y compartida del colectivo de trabajo
- » Distribución racional de la riqueza entre los socios.
- » Educación y formación continua de sus integrantes.
- » Apoyo mutuo e igualdad.

La organización, por sus principios e idiosincrasia territorial apoya especialmente el desarrollo de los sectores:

- » Empresarial.
- » Comercio local.
- » Familiar.
- » Cooperativismo y asociacionismo.

La gestión general de este grupo de interés es responsabilidad del Área de Negocio, colaborando en su desarrollo todas las oficinas comerciales y muchos de los departamentos de Caixa Popular.

Los datos e indicadores principales de esta gestión son:

COOPERATIVISMO			
Se ha continuado incrementando el número de cooperativas asociadas, los socios de las mismas y la facturación entre los dos ejercicios.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Nº cooperativas socias de Caixa Popular	157	143	9,79%
Nº socios de las cooperativas asociadas	69.446	48.734	42,50 %
Facturación de las cooperativas asociadas	2.929.545.111	2.687.195.174	10,89 %

En el segundo caso, se apoya la creación, la consolidación y el papel del asociacionismo por ser el mejor vehículo para que voluntaria y libremente grupos de personas físicas o jurídicas puedan alcanzar o lograr objetivos compartidos comunes.

Caixa Popular apoya el diálogo y el análisis participativo como vehículo para alcanzar una sociedad y unos mercados más solidarios, más capaces, más concienciados en la atención y solución de los retos y problemas mundiales, más éticos y con una

menor asimetría en la distribución de la riqueza.

Las asociaciones son un vehículo de gran valor para:

- » Representar los intereses de un determinado colectivo a través de la creación de opiniones y criterios fundados.
- » Alcanzar y facilitar el aprendizaje conjunto y la formación de sus miembros.
- » Crear un espacio de encuentro y oportunidades entre sus participantes.
- » Fomentar la participación, la colaboración y el consenso ante diferentes problemas o situaciones
- » Facilitar la atención y escucha activa de determinados estamentos.
- » Satisfacer determinadas necesidades de tipo social, empresarial, etc.



Los datos e indicadores principales de esta gestión son:

ASOCIACIONISMO			
Se ha continuado incrementando el número de asociaciones cliente de la entidad.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Nº asociaciones clientes de Caixa Popular	4.289	3.683	16,45%

Satisfacción, requerimientos y expectativas con las relaciones mantenida con las Cooperativas y Asociaciones

Durante el ejercicio 2018 se realizó una evaluación de la satisfacción del grupo de interés “sectores profesionales y asociaciones” mediante entrevistas a 14 personas de los segmentos evaluándose los siguientes campos de actuación:

- » Satisfacción global con el proceso de relacionamiento y participación.
- » Satisfacción con las variables del proceso.
- » Satisfacción con las cuatro etapas del proceso.
- » Identificación de los requerimientos, expectativas y puntos que supondrían una mejora de las relaciones y de las actividades con Caixa Popular.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

SATISFACCIÓN GLOBAL	Caixa Popular desarrolla las actividades de compra y la gestión de sus proveedores de una manera eficiente, fiable y satisfactoria.	9,0
----------------------------	--	------------

SATISFACCIÓN CON LAS VARIABLES DEL PROCESO DE RELACIONAMIENTO CON EL GRUPO DE INTERÉS			
Caixa Popular dispone de los medios e instalaciones que garantizan la correcta participación en el proceso de relaciones y participación.	8,7	Caixa Popular participa en las actividades de una forma fiable y cuidadosa	9,6
Caixa Popular atiende las consultas, peticiones y requerimientos de los sectores empresariales y asociaciones profesionales en plazo y forma.	9,4	Caixa Popular aporta un personal adecuadamente cualificado y con elevado grado de profesionalidad.	9,4
Caixa Popular ofrece por medio de su personal la consideración, el respeto y la cortesía que requieren las relaciones con los sectores empresariales y asociaciones profesionales.	9,9	Caixa Popular demuestra honestidad y ética en la relación con los sectores empresariales y asociaciones profesionales	9,9
Caixa Popular ofrece seguridad ante impagos o retrasos y garantiza el cobro de las cuotas, si éstas existieran	9,3	Caixa Popular proporciona los canales de comunicación para poder resolver las necesidades de información, documentación, incidencias, etc.	9,1
Caixa Popular la comunicación con los sectores empresariales y asociaciones profesionales es clara y fluida	9,6	Caixa Popular se esfuerza en conocer y atender los requerimientos y expectativas de los sectores empresariales y de las asociaciones profesionales.	9,1

SATISFACCIÓN CON LAS ETAPAS DEL PROCESO DE RELACIÓN Y PARTICIPACIÓN			
La incorporación de Caixa Popular en el sector o en la asociación se ha realizado de la manera prevista	9,7	Caixa Popular participa activamente en el diseño y desarrollo de productos y servicios	8,7
Caixa Popular participa de una manera implicada y de valor en el desarrollo de estudios y documentación.	8,9	Caixa Popular colabora de forma activa e implicada en el diseño, desarrollo e implantación de proyectos y negocios.	8,6
Caixa Popular está involucrada en el desarrollo, consolidación y éxito a largo plazo de los sectores y asociaciones.	9,1		

Requerimientos y expectativas del grupo de interés

En relación a los requerimientos y expectativas principales del grupo de interés, éstos hicieron las siguientes dos propuestas:

- » Mayor involucración en las acciones de la asociación y en la generación de ideas. Organización de proyectos propios o en alianza con las asociaciones y entidades.
- » Continuar creciendo en la Comunidad Valenciana y generando valor financiero y desarrollo social en las provincias de Alicante y Castellón
- » Dotarse de una sala propia para conferencias, ponencias y cursos para vincular las acciones con la marca.
- » Copatrocinar o financiar proyectos y actuaciones de asociaciones. Ser una antena de repetición o un promotor de las actuaciones de las asociaciones en redes u otros medios.
- » Mejorar la información y difusión de lo que realiza Caixa Popular para identificar buenas prácticas o espacios de encuentro. Conocimiento exiguo de lo que hace Caixa Popular en medio ambiente
- » Visión de la gestión de la empresa muy tradicional y no adaptada a las nuevas tendencias y gustos de los nuevos "milenial". Mejorar la creatividad en la gestión.

Valor de la reputación para el grupo de interés

En relación a la reputación de Caixa popular en la Comunidad Valenciana, este grupo de interés tiene la siguiente percepción:

4 REPUTACIÓN GLOBAL	Caixa Popular es una compañía con muy buena reputación en la Comunidad Valenciana.	9,4
----------------------------	---	------------

SATISFACCIÓN CON LAS PALANCAS DE LA REPUTACIÓN			
Comportamiento ético y responsable en su gestión	9,9	Creativa, innovadora y tecnológica en su negocio	7,4
Comunica información veraz, en plazo y suficiente.	9,1	Apoya el desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad corporativa	9,4
Apoya y fomenta el cooperativismo y el asociacionismo	9,9	Modelo por la opinión, valores y satisfacción que transmiten sus empleados.	9,7
Bien gestionada económicamente y perdurable en el tiempo	9,3	Apoya la acción social mediante proyectos de RS.	9,6
Prioriza la calidad de sus servicios a sus clientes.	9,1	Busca la diferenciación (gestión y servicios) para asegurar el futuro y su crecimiento	9,7

Los valores de la reputación y de las palancas son muy notables para los sectores empresariales y asociaciones profesionales, estando diez de las once mediciones en el rango entre 9 y 10 (entorno óptimo Net Promotor Score- NPS). Tan sólo precisa de un análisis la creatividad e innovación en el negocio.



Marcos de relación con proveedores

Por el tipo de negocio y por el tamaño de Caixa Popular no existe un volumen relevante de proveedores de bienes y servicios relacionados con el desarrollo de sus operaciones (producción), ni tampoco

operaciones significativas, por la cuantía económica o el riesgo, de las mismas.

La empresa establece cuatro tipos de proveedores:

1. bienes y servicios
2. recursos financieros
3. conocimiento y
4. cooperativas

Para los segmentos antes indicados los gastos por compras y adquisiciones se enmarcan en dos grandes capítulos:

- » Gastos por intereses y comisiones financieras
- » Gastos generales de administración: inmuebles, informática, comunicaciones, publicidad, propaganda y servicios de gestión empresarial (formación, asesorías, informes, auditorías, cuotas de asociaciones y otros).

Por el volumen reducido de gastos y el bajo número de procesos de compra que se realizan anualmente, la responsabilidad de los mismos recae directamente en las unidades que requieren de los bienes o servicios, de acuerdo con un presupuesto anual.

Para el desarrollo del marco comercial con los proveedores existe la “Guía de relaciones con proveedores” que establece como se deben gestionar las relaciones comerciales y los principios de actuación.

Las prácticas de adquisición se realizan a través de procesos de solicitud de oferta a un mínimo de tres proveedores, asignando el pedido a aquel que genera mayor valor en su propuesta, de acuerdo con:

- » **la adecuación de su oferta a la especificación del bien o servicio demandado,**
- » **el precio ofertado,**
- » **el tipo de empresa, general o cooperativa y**
- » **el valor y funcionalidad ofertada**

Como consecuencia de uno de sus principios y valores fundacionales la mayoría de las compras se realizan a empresas y entidades de la Comunidad Valenciana (entendidas como provee-

dores locales) y se busca obtener un relacionamiento a medio largo plazo, mediante alianzas con los proveedores que muestran una mayor calidad y compatibilidad en los valores entre las dos entidades.

Los datos e indicadores más representativos de la gestión de proveedores y adquisiciones son:

PROVEEDORES Y VOLUMEN DE LAS ADQUISICIONES (datos en miles)			
La gestión de compras y aprovisionamientos continúa dentro de los niveles y resultados previstos en relación a los presupuestos y planes anuales aprobados.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Impacto generado por intereses y comisiones (BCC) (€)	266	126	111 %
Impacto generado por servicios de administración (€)	11.799	10.348	14 %
Ratio de adquisiciones a proveedores locales (%)	76	77	-1,3 %
Índice de adquisiciones bajo alianza (continuidad LP)(%)	94	93	1 %
Nº de quejas y reclamaciones	0	0	0 %

Cadena de suministro

En la actualidad Caixa Popular no tiene diseñado un sistema para la evaluación de la responsabilidad social de su cadena de suministro, ya que por los bienes y servicios demandados y por la ubicación geográfica de sus

proveedores no existen circunstancias relevantes de comportamientos o prácticas que puedan causar o contribuir a generar impactos negativos significativos.

Caixa Popular analizará la posibilidad de incorporar en la Pla-

nificación actual de la entidad, “Reinventar-se 2020”, la elaboración de una política, un procedimiento y el desarrollo de una guía para:

- » **regular el proceso de adquisiciones y las etapas constitutivas del mismo: solicitud de ofertas, generación de pedidos, cambios y cancelaciones de pedidos, condiciones de pago, estabilidad y duración de las relaciones, etc.,**
- » **definir las directrices y proveedores prioritarios preferentes en la adjudicación de pedidos por su condición, vulnerabilidad o marginalidad (proveedores: locales, cooperativas, mujeres emprendedoras y otros),**

- » **establecer un método para evaluar la calidad y eficiencia de la responsabilidad social de la cadena de suministro. Especialmente, en relación a:**
 - » el cumplimiento de los marcos institucionales y jurídicos que apliquen,
 - » las medidas a aplicar cuando las personas del proveedor o contratadas no tengan la protección social y laboral que les correspondiera, las condiciones laborales de la cadena de suministro no cumplan con los estándares que correspondan en materia de empleo, no se retribuya el trabajo en la forma adecuada, los trabajadores se consideren autónomos sin serlo o si no existe un empleador reconocido jurídicamente o cuándo el trabajo se realice desde casa y no esté sujeto a contratos reconocidos jurídicamente.

A partir de 2019, el control global de la gestión y la supervisión de las operaciones será responsabilidad del futuro Comité de Compras. Este enlace lateral se encargará de diseñar los proyectos, normativas y sistemas para la gestión socialmente responsable de los aprovisionamientos.



Satisfacción, requerimientos y expectativas con las relaciones mantenidas con los proveedores

Durante el ejercicio 2018 se realizó una evaluación de la satisfacción del grupo de interés “proveedores” mediante entrevistas a 18 personas de los cuatro segmentos evaluándose los siguientes campos de actuación:

- » **Satisfacción global con el proceso de compras.**
- » **Satisfacción con las variables del proceso.**
- » **Satisfacción con las cuatro etapas del proceso**
- » **Identificación de los requerimientos, expectativas y puntos que supondrían una mejora de las relaciones comerciales con Caixa Popular**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

SATISFACCIÓN GLOBAL	Caixa Popular desarrolla las actividades de compra y la gestión de sus proveedores de una manera eficiente, fiable y satisfactoria.		9.0
SATISFACCIÓN CON LAS VARIABLES DEL PROCESO DE COMPRAS Y ADQUISICIONES			
Caixa Popular dispone de los medios e instalaciones que garantizan el correcto desarrollo del proceso.	9,0	Caixa Popular realiza las actividades de una forma fiable y cuidadosa	9,1
Caixa Popular atiende las consultas, peticiones e incidencias de sus proveedores en plazo y forma	9,1	Caixa Popular aporta un personal adecuadamente cualificado y con elevado grado de profesionalidad.	9,3
Caixa Popular ofrece por medio de su personal la consideración, el respeto y la cortesía que requieren sus proveedores.	9,7	Caixa Popular demuestra honestidad y ética en la relación con sus proveedores	9,7
Caixa Popular ofrece seguridad ante impagos o retrasos y garantiza el cobro de los servicios adquiridos	9,7	Caixa Popular proporciona los canales de comunicación para poder resolver las necesidades de información, documentación, incidencias, etc.	9,3
Caixa Popular la comunicación con los proveedores es clara y fluida.	9,6	Caixa Popular se esfuerza en conocer los requerimientos y expectativas de sus proveedores.	8,9

SATISFACCIÓN CON LAS ETAPAS DEL PROCESO DE COMPRAS Y ADQUISICIONES			
El proceso de calificación, homologación y seguimiento de proveedores se realiza de forma fiable y adecuada	8,7	Caixa Popular realiza la gestión de las ofertas de forma eficiente y ética.	8,9
Las revisiones y seguimiento realizado durante el desarrollo y recepción del servicio, son idóneas y ajustadas al tipo de suministro realizado.	9,1	La aceptación y pago de los suministros se lleva a cabo en el plazo y forma establecidos.	9,7

Requerimientos y expectativas del grupo de interés

En relación a los requerimientos y expectativas principales del grupo de interés proveedores, éstos hicieron las siguientes dos propuestas:

- » Gestión de las adquisiciones muy tradicional, sin innovación y diferenciadora. Mejorar la creatividad en el relacionamiento y en el diseño de productos o servicios a solicitar.
- » Establecer protocolos y procedimientos asociados a las compras que faciliten las relaciones con la empresa.

Valor de la reputación para el grupo de interés

En relación a la reputación de Caixa popular en la Comunidad Valenciana, este grupo de interés tiene la siguiente percepción:

REPUTACIÓN GLOBAL	Caixa Popular es una compañía con muy buena reputación en la C. Valenciana.		9.3
SATISFACCIÓN CON LAS PALANCAS DE LA REPUTACIÓN			
Comportamiento ético y responsable en su gestión	9,8	Creativa, innovadora y tecnológica en su negocio	7,8
Comunica información veraz, en plazo y suficiente.	9,1	Apoya el desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad corporativa	9,4
Apoya y fomenta el cooperativismo y el asociacionismo	9,9	Modelo por la opinión, valores y satisfacción que transmiten sus empleados.	9,3
Bien gestionada económicamente y perdurable en el tiempo	9,6	Apoya la acción social mediante proyectos de RS.	9,6
Prioriza la calidad de sus servicios a sus clientes.	8,7	Busca la diferenciación (gestión y servicios) para asegurar el futuro y su crecimiento	9,4

Los valores de la reputación y de las palancas son muy notables para los proveedores de Caixa Popular, estando nueve de las once mediciones en el rango entre 9 y 10 (entorno óptimo Net Promotor Score- NPS). Tan sólo precisa de un análisis la creatividad e innovación en el negocio.

Marcos de relación con Administraciones, Reguladores y Ayuntamientos

Caixa Popular sabe de la importancia crítica que tiene colaborar en los retos y necesidades de los organismos ARA (Administraciones, Reguladores y Ayuntamientos) y para ello diseña y despliega modelos sistemáticos de relacionamiento.

La unidad organizativa encargada de la coordinación y seguimiento es el área de relaciones institucionales de Caixa Popular. Los responsables principales de la participación y relaciones son:

- » el departamento de asesoría jurídica y el departamento financiero para las administraciones y reguladores,
- » las oficinas comerciales y las direcciones de zona para los ayuntamientos y
- » un elevado número de unidades organizativas para las relaciones con los órganos concretos de las administraciones que les corresponden.

Los campos principales en estos marcos de relación son:

- » las respuestas a solicitudes, necesidades, comentarios o informes provenientes de reguladores,
- » las respuestas a solicitudes, necesidades o participación en eventos, jornadas o congresos provenientes de administraciones y
- » la colaboración en proyectos, reuniones o aspectos sociales de los ayuntamientos.

Satisfacción, requerimientos y expectativas con las relaciones mantenida con los organismos ARA

Durante el ejercicio 2018 se realizó una evaluación de la satisfacción del grupo de interés “administraciones, reguladores y ayuntamientos” mediante entrevistas a 20 personas de los tres segmentos, evaluándose los siguientes campos de actuación:

- » **Satisfacción global con las actividades, obligaciones y relaciones mantenidas.**
- » **Satisfacción con las variables de calidad de las actividades o relaciones mantenidas.**
- » **Satisfacción con la calidad, valor prestado y desarrollo de los tres tipos principales de colaboración y relación.**
- » **Identificación de los requerimientos, expectativas y puntos que supondrían una mejora de las relaciones y de las actividades con Caixa Popular.**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

SATISFACCIÓN GLOBAL	Caixa Popular realiza una gestión profesional y de valor en sus relaciones con los organismos reguladores, administraciones y ayuntamientos.		9.4
SATISFACCIÓN CON LAS VARIABLES DE LAS ACTIVIDADES Y RELACIONES CON EL GRUPO DE INTERÉS			
Caixa Popular dispone de los medios e instalaciones que garantizan el correcto desarrollo de las actividades y relaciones con el grupo de interés.	8,9	Caixa Popular realiza las actividades de una forma fiable y cuidadosa	9,3
Caixa Popular atiende las consultas, peticiones e incidencias de los organismos ARA en plazo y forma	9,8	Caixa Popular aporta un personal adecuadamente cualificado y con elevado grado de profesionalidad.	9,5
Caixa Popular ofrece por medio de su personal la consideración, el respeto y la cortesía que requieren los organismos ARA	9,9	Caixa Popular demuestra honestidad y ética en la relación con los organismos ARA	9,8
Caixa Popular ofrece seguridad ante las obligaciones, información y colaboraciones prestadas.	9,6	Caixa Popular proporciona los canales de comunicación para poder resolver las necesidades de colaboración o información	9,3
Caixa Popular la comunicación con los organismos ARA es clara y fluida.	9,3	Caixa Popular se esfuerza en conocer los requerimientos y expectativas de los organismos ARA	8,7

SATISFACCIÓN CON LAS ACTIVIDADES Y RELACIONES MANTENIDAS			
Caixa Popular participa normalmente en las actividades y grupos de trabajo que le proponen los organismos implicados en el proceso	9,0	Caixa Popular presta atención y da respuesta en fondo y forma a las solicitudes de información de los organismos implicados en el proceso	9,2
Caixa Popular participa y da una respuesta adecuada en fondo y forma a las solicitudes de colaboración y obligaciones de los organismos implicados en el proceso	9,1		

Requerimientos y expectativas del grupo de interés

En relación a los requerimientos y expectativas de los organismos ARA, las principales propuestas fueron:

Facilitar el contacto directo con los responsables específicos de cada área de Caixa Popular en los que vaya impactar la regu-

lación. En el caso de que la patronal traslade una petición de participación o análisis del regulador, en ocasiones no se obtiene la suficiente respuesta en plazo o en forma, dificultándose la obtención de conclusiones relevantes y de valor, consensuadas por todos los participantes.

Por ejemplo, observaciones para normativas, comentarios a posicionamientos globales, etc. Sería oportuno identificar, para los distintos temas, a las personas responsables de obtener o analizar la información en Caixa Popular.

- » **Incrementar la comunicación y las relaciones mantenidas para lograr mejores y más fiables resultados en el tiempo. Informar de las notas de prensa y comunicaciones que hace la entidad a los medios de comunicación, con copia al regulador.**
- » **Elaborar y editar información corporativa de valor acerca de la gestión anual, no solamente relacionada con las obligaciones mercantiles. Por ejemplo, publicar una memoria de responsabilidad social o similar en la que se refieran las prioridades, proyectos y principales retos de la compañía, ya sean éstos logrados o futuros en todos los campos de la gestión corporativa.**
- » **Mejora de la creatividad y de la innovación en varios aspectos asociados al negocio:**
 - » Mejora del diseño y del desarrollo de productos comerciales
 - » Captación de futuros clientes (por ejemplo, oferta a universitarios de ingreso en cuenta corriente de 50 € por cada matrícula obtenida en la carrera).
 - » Cuadro de mando con indicadores que permita comparar la situación de la compañía con otras empresas similares y conocer el grado de excelencia corporativo.
 - » Información, contenidos y tono utilizado en las redes sociales y foros

- » **Colaborar en difundir el desarrollo sostenible y la responsabilidad social en la Comunidad Valenciana. Especialmente en la sociedad y en sus clientes.**
- » **Convertirse en un catalizador de la mejora de la gestión e internacionalización de cooperativas y asociaciones con las que tenga vinculación. Especialmente en aspectos asociados a la gestión económica y a la conservación del entorno y responsabilidad social.**
- » **Organizar jornadas de valor y aprendizaje de mejores prácticas, lideradas por la empresa, para cooperativas y asociaciones de la Comunidad Valenciana con la participación de organismos de la administración.**
- » **Mejorar la información y comunicación en las redes sociales y publicar contenidos que ayuden a la difusión y concienciación de la Comunidad Valenciana en acción social y conservación del medio ambiente. No utilizar las redes sociales directamente para "vender". Posicionarse como una entidad difusora, de valor divulgativo, y de generación de aprendizaje, opinión y espacios de encuentro (buenas prácticas, modelos de valor, metodologías, etc.).**
- » **Diseñar y desarrollar proyectos propios de acción social, creativos e innovadores, liderados por la propia empresa donde se perciba el nuevo posicionamiento como líder creador de acción y mejora social. Analizar el interés de realizar una campaña en "mupis".**
- » **Continuar la expansión del negocio en Alicante y Castellón, convirtiéndose en la caja de referencia de la comunidad. Convertirse en un foco de vertebración territorial cuyo eje sea el desarrollo de la Comunidad Valenciana y la generación de valores.**
- » **Cambiar el modelo actual de marca y de posicionamiento gráfico (logo, infografía, web, etc.) a uno más actual e impactante que sirva de vehículo para el cambio y para el logro del liderazgo. Sustentar el cambio en la creatividad, la singularidad y la cercanía a los retos de la sociedad, basándose en los nuevos gustos, formas de comunicación y tendencias. El modelo actuales tradicional y anticuado (años 80 y 90).**
- » **Diseñar e implantar un método formal para solicitar colaboraciones de acción social, disponible a través de Internet.**

En lo que resta del plan estratégico está previsto analizar el marco de relacionamiento y establecer acciones e indicadores que midan el valor aportado del mismo para los organismos ARA.

Valor de la reputación para el grupo de interés

En relación a la reputación de Caixa popular en la Comunidad Valenciana, este grupo de interés tiene la siguiente percepción:

REPUTACIÓN GLOBAL	Caixa Popular es una compañía con muy buena reputación en la C. Valenciana.		8,7
SATISFACCIÓN CON LAS PALANCAS DE LA REPUTACIÓN			
Comportamiento ético y responsable en su gestión	9,2	Creativa, innovadora y tecnológica en su negocio	7,0
Comunica información veraz, en plazo y suficiente.	8,0	Apoya el desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad corporativa	8,6
Apoya y fomenta el cooperativismo y el asociacionismo	9,3	Modelo por la opinión, valores y satisfacción que transmiten sus empleados.	8,8
Bien gestionada económicamente y perdurable en el tiempo	9,2	Apoya la acción social mediante proyectos de RS.	9,1
Prioriza la calidad de sus servicios a sus clientes.	8,6	Busca la diferenciación (gestión y servicios) para asegurar el futuro y su crecimiento	8,1

Los valores de la reputación y de las palancas son muy notables para los organismos ARA, estando cuatro de las once mediciones en el rango entre 9 y 10 (entorno óptimo Net Promotor Score- NPS).

Tan sólo precisa de un análisis la creatividad e innovación en el negocio.



Marcos de relación con socios aliados

Caixa Popular sabe de la importancia que tiene el establecer relaciones de alianza con socios que aporten valor y consoliden el modelo de gestión y resultados obtenidos.

La entidad establece dos segmentos en la categoría de grupo de interés "aliados socios":

- » Desarrollo de estructuras y servicios para el negocio.
- » Otros aliados socios y campos de colaboración.

Los aliados principales en el primer segmento son la Asociación Española de Cajas Rurales, el Banco Cooperativo Español, la Sociedad Rural Servicios Informáticos y la Compañía de Seguros RGA.

Básicamente las alianzas se establecen por las siguientes razones:

- » Establecimiento, coordinación y representación ante reguladores y otras entidades de las cajas del Grupo y debate sobre aspectos de interés.
- » Diseño de productos y servicios comunes (seguros, pensiones, etc.).
- » Servicios de central bancaria a las cajas accionistas.
- » Centro de explotación de datos, soporte operativo y desarrollo de sistemas de información

Satisfacción, requerimientos y expectativas con las relaciones mantenida con los Aliados Socios

Durante el ejercicio 2018 se realizó una evaluación de la satisfacción del grupo de interés "Socios aliados" mediante entrevistas a 13 personas de los dos segmentos, evaluándose los siguientes campos de actuación:

- » **Satisfacción global con la colaboración y participación en la alianza.**
- » **Satisfacción concreta con las diez variables del valor generado en la participación en la alianza.**
- » **Satisfacción sobre la calidad, valor prestado y satisfacción con las cinco etapas principales de la alianza.**
- » **Identificación de los requerimientos, expectativas y puntos que supondrían una mejora en el valor de la alianza por la colaboración y participación de Caixa Popular.**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

SATISFACCIÓN GLOBAL	Caixa Popular genera valor y participa en los procesos de la alianza de una manera implicada, eficiente y fiable		9,8
SATISFACCIÓN CON LAS VARIABLES DE LA CALIDAD DE LA PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA			
Caixa Popular dispone de los medios e instalaciones que garantizan el correcto desarrollo de la alianza.	9,5	Caixa Popular realiza las actividades de una forma fiable y cuidadosa	9,7
Caixa Popular atiende las consultas, peticiones e incidencias de sus aliados socios en plazo y forma	9,7	Caixa Popular aporta un personal adecuadamente cualificado y con elevado grado de profesionalidad.	9,7
Caixa Popular ofrece por medio de su personal la consideración, el respeto y la cortesía que requieren los aliados socios	9,9	6 Caixa Popular demuestra honestidad y ética en la relación con sus aliados socios	10
7 Caixa Popular ofrece seguridad ante impagos o retrasos y garantiza el cobro de los servicios / cuotas implícitas.	10	8 Caixa Popular proporciona los canales de comunicación necesarios para poder resolver con eficacia las necesidades de información o documentación, etc.	9,4
9 Caixa Popular la comunicación con los aliados socios es clara y fluida.	9,8	10 Caixa Popular se esfuerza en conocer los requerimientos y expectativas de los aliados socios	9,8

SATISFACCIÓN CON LAS ETAPAS DEL PROCESO DE GESTIÓN DE ALIADOS SOCIOS			
La incorporación de Caixa Popular en la alianza o sociedad se ha realizado de la manera prevista y sin problemas.	9,7	Caixa Popular participa activamente en el diseño y desarrollo de productos y servicios de la alianza.	9,2
La incorporación de Caixa Popular en la alianza o sociedad se ha realizado de la manera prevista y sin problemas.	9,7	Caixa Popular participa activamente en el diseño y desarrollo de productos y servicios de la alianza.	9,2
Caixa Popular está involucrada en la consolidación y éxito a largo plazo de la alianza.	9,8		

Requerimientos y expectativas del grupo de interés

En relación a los requerimientos y expectativas de los aliados socios, las principales propuestas fueron:

- » **Establecer vías y reuniones periódicas cada 4-6 meses para conocer qué es lo que se está haciendo y no perder oportunidades de negocio. Una continuidad en la comunicación bidireccional puede generar ventajas económicas y de mejorar la gestión. Aumentar el número de puntos de colaboración y de reunión periódica para diseñar nuevos productos, conocer tendencias y gustos de consumidores, y mejorar los existentes en el portafolio de servicios.**
- » **Abaratar costes o intentar reducirlos en el desarrollo de proyectos y acciones I+D no son compatibles con incrementos notables de la funcionalidad y de la fiabilidad de los productos.**
- » **Mejorar la difusión de información acerca de lo que se está realizando en la empresa (por ejemplo, en materia de gestión ambiental no existe prácticamente ninguna información al respecto). Caixa Popular tiene un perfil bajo de comunicación y difusión hacia el exterior que minimiza las posibilidades de crecimiento como empresa referente principal de la Comunidad Valenciana en el sector financiero.**
- » **Liderar y proponer proyectos o acciones de valor. Caixa Popular es “el mejor” participante de la alianza y posee el conocimiento y experiencia para ocupar otra posición de mayor liderazgo (quizá sea por el escaso tiempo disponible de las personas de la empresa).**

Valor de la reputación para el grupo de interés

En relación a la reputación de Caixa Popular en la Comunidad Valenciana, este grupo de interés tiene la siguiente percepción:

REPUTACIÓN GLOBAL	Caixa Popular es una compañía con muy buena reputación en la C. Valenciana.		9,5
SATISFACCIÓN CON LAS PALANCAS DE LA REPUTACIÓN			
Comportamiento ético y responsable en su gestión	10	Creativa, innovadora y tecnológica en su negocio	9,1
Comunica información veraz, en plazo y suficiente.	9,4	Apoya el desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad corporativa	9,4
Apoya y fomenta el cooperativismo y el asociacionismo	9,8	Modelo por la opinión, valores y satisfacción que transmiten sus empleados.	9,7
Bien gestionada económicamente y perdurable en el tiempo	9,8	Apoya la acción social mediante proyectos de RS.	9,5
Prioriza la calidad de sus servicios a sus clientes.	10	Busca la diferenciación (gestión y servicios) para asegurar el futuro y su crecimiento	9,8

Los valores de la reputación y de las palancas son excelentes para los aliados socios.

Todos ellos están en el rango entre 9 y 10 (entorno óptimo Net Promotor Score- NPS).



Calidad e innovación

La gestión de los procesos, de los productos resultantes de los mismos y de los servicios prestados a clientes y resto de grupos de interés tiene como objetivo fundamental la mejora de la eficiencia, de la rentabilidad y del valor de Caixa Popular.

El análisis y la implantación de mejoras y avances disruptivos son las principales vías para gobernar

mejor el negocio y para conocer el grado de utilidad e impacto de las operaciones realizadas y del valor de los gastos incurridos en la gestión a corto y largo plazo.

Las dos vías principales para articular todo ello son la “Calidad” y la “Innovación”.

Calidad

La gestión de la calidad tiene dos objetivos fundamentales. Por un lado, la obtención de resultados excelentes en los procesos y servicios de la cooperativa y por otro, la minimización de gastos y costes de los mismos.

La responsabilidad de la gestión de la calidad descansa desde el segundo semestre de 2018 en el área de productividad, que fundamentalmente pone su foco en:

-
- » analizar y seguir las actividades y resultados de la compañía,
 - » gestionar las incidencias producidas y
 - » fomentar la mejora, a través de las aportaciones de todas las personas de la entidad
-

Para esta gestión se contaba principalmente con las Notas Q (ideas de calidad e innovación) y con las Notas para la mejora (incidencias y mejoras en procesos y sistemas).

Desde el 2018, la entrada de incidencias también se realiza a través de la herramienta “Botiquín”.

Esta herramienta, para recoger incidencias en temas informáticos,

también está siendo usada por todas las unidades organizativas para incluir incidencias en procesos y productos, por su utilidad y sencillez.

Para articular una nueva vía entrada de propuestas e ideas, más eficiente y sencilla, en abril de 2018 se puso en marcha la aplicación “Junts innovem” que sirvió de vehículo para que todo

el colectivo de trabajo pudiese aportar ideas relevantes para mejorar la calidad, la creatividad y la innovación en la entidad.

Este canal supuso la substitución de las tres vías de entrada existentes de ideas y propuestas en relación a la calidad y la innovación (Notas Q-ideas-, Blog de la innovación y Notas para la mejora-incidencias-).

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la gestión de la calidad en los dos últimos ejercicios:

CALIDAD E INCIDENCIAS			
No es relevante hacer una comparativa entre los dos años por el cambio sustancial de enfoque producido y por la dificultad actual en segmentar temas de calidad y temas de innovación.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Notas Q (ideas de innovación y calidad)	207 (I+Q)	728 (I+Q)	
Entradas al blog de innovación	63 (I+Q)	160 (I+Q)	
“Junts Innovem” Calidad (abril-diciembre de 2018)	548	N/A	
Notas para la mejora (hasta abril 2018)	205	663	
Botiquín (incidencias): Entradas	17.076	N/A	
Botiquín (incidencias): en curso	3	N/A	
Botiquín (incidencias): cerradas	17052	N/A	
Botiquín (incidencias): pendientes	21	N/A	

Como complemento a lo referido anteriormente existe un método que permite conocer el nivel de satisfacción de las oficinas comerciales en relación a la calidad de los servicios prestados por todas las unidades organizativas (departamentos y áreas) de los servicios centrales.

En este método se evalúan tres variables del servicio: eficacia, rapidez y empatía, obteniéndose una valoración media de las mismas.

Los mejores puntuados obtienen una retribución variable enmarcada en el bloque de “Inno-

vación y creatividad” para los servicios centrales.

Durante 2018 se desarrolló un proyecto entre cuyos objetivos estaba el conocer la percepción que tenían los grupos de interés en relación a la calidad de los procesos y servicios que realizan las unidades organizativas de Caixa Popular.

La puntuación de los distintos grupos de interés fue:

VALOR DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD			Caixa Popular realiza sus procesos y actividades de una forma fiable y cuidadosa.						8,8
Socios propietarios	Clientes	Colectivo de trabajo	Proveedores	Organismos ARA	Agentes sociales	Medio ambiente	Organismos generadores opinión	Asociaciones Cooperativas	Socios Aliados
9,1	9,0	8,4	9,1	9,3	9,4	5,7	8,9	9,6	9,7

Sin duda, este es uno de los puntos en que los grupos de interés tienen mejor percepción y especialmente por la implicación y valor generado de las relaciones mantenidas en el desarrollo de las actividades de las diferentes unidades organizativas de Caixa Popular.

En relación a la mejora de la calidad, la organización tiene previsto realizar un análisis e identificación de posibles acciones para consolidar el enfoque de gestión, en los dos años pendientes de la planificación estratégica “Reinventar-se 2020”.

Posibles temas a analizar son:

- » **Diseñar una política de calidad.**
- » **Definición de una estrategia a largo plazo con tipologías y metodologías.**
- » **Diseño y desarrollo de un sistema simple de la calidad.**
- » **Diseño y desarrollo de un sistema simple de gestión de procesos.**
- » **Analizar la puesta en marcha de proyectos corporativos anuales de mejora de la gestión de procesos.**
- » **Plan de formación en técnicas de mejora de la calidad.**
- » **Detección de mejores prácticas en la gestión y proyectos en las empresas “benchmark” de organizaciones pares.**
- » **Construir un cuadro de mando de la calidad.**
- » **Mejorar la gestión del fallo interno y obtener propuestas de productividad y eficiencia.**
- » **Analizar la posible separación en las herramientas que actualmente gestionan las ideas y posibles proyectos de innovación y calidad para independizar con total claridad estos aspectos de la gestión interna y de la productividad.**

Innovación

La gestión actual de la creatividad y de la innovación es responsabilidad del Área de Innovación constituida en el segundo semestre de 2018. Para este cometido el área se sustenta en el Comité de innovación, constituido por 7 personas integrantes del equipo directivo que se reúnen con periodicidad bimensual.

Fundamentalmente los resultados de la innovación se circunscriben a las ideas y propuestas en relación a procesos y actividades de Caixa Popular, ya que la correspondiente a la tecnología está delegada en la empresa colaboradora RSI. Las propuestas de innovación y mejora de la entidad se proponen en los diferentes grupos de trabajo de RSI.

La primera actividad del área fue diseñar las líneas de actuación correspondientes a 2019 y establecer vías para la gestión de ideas y proyectos.

La estrategia inicial de innovación 2019 consta de tres ejes:

- » **Promoción de la creatividad individual del colectivo de trabajo, a través de ideas que contarán con premios y procesos de implementación de las ideas de mayor impacto.**
 - » Profesionalizar la creatividad. Para ello se constituirá:
 - » Un equipo de creatividad corporativo con cinco o seis personas que se reunirán mensualmente para generar ideas y planear proyectos para aquellas que se aprueben finalmente.
 - » Un equipo de creatividad de zonas, que con el mismo planeamiento trabajarán
 - » principalmente en la innovación de productos y servicios comerciales.
 - » Promover la creatividad e innovación de los clientes mediante la creación de un canal para que entren acciones o ideas de innovación.

Los resultados de la gestión realizada fueron:

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN			
Debido al cambio tan importante en la gestión no es relevante hacer una comparativa entre los dos años. Sin embargo, se presentan los datos que han supuesto entradas, participación de personas y mejoras e innovaciones en la entidad.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Notas Q (ideas de innovación y calidad hasta abril 2018)	207 (I+Q)	728 (I+Q)	
Entradas al blog de innovación (hasta abril 2018)	63 (I+Q)	160 (I+Q)	
“Junts Innovem”: Innovación (abril-diciembre de 2018)	548	N/A	

En 2018 se pusieron en marcha dos premios:

- » **Premio a la aportación de ideas en “Junts Innovem”. Puede participar todo el Colectivo de Trabajo y con una importante dotación económica.**

» Premio a la innovación. Este premio es exclusivo para personas de servicios centrales. Semestralmente cada persona envía un documento con las innovaciones que ha llevado a cabo durante el semestre. Se realiza una valoración de las innovaciones reportadas, puntuándolas de 0 a 3 puntos. Posteriormente, en función del número de innovaciones y de la suma de valoraciones de cada persona, se retribuye también con una cantidad importante.

Para la difusión del nuevo posicionamiento en innovación se han implementados las siguientes vías en

- » **Publicación de artículos internos acerca de técnicas de creatividad, casos de éxito y metodologías para empezar a crear el nuevo espíritu innovador de Caixa Popular,**
- » **Puesta en marcha las “Sentadas Creativas” en las que todas las personas de cada oficina se reúnen para identificar ideas novedosas en temas de negocio y productividad.**
- » **En 2018 se pusieron en marcha las “Sentadas Creativas” en las que todas las personas de cada oficina tenían la propuesta de reunirse para identificar ideas novedosas (mejora y creatividad) en temas de negocio y productividad, con carácter mensual.**

Los resultados de las “sentadas creativas” en el ejercicio fueron:

» Porcentaje de oficinas que participaron al menos 4 meses del año: 100 %

» % de cumplimiento de las sentadas (todas las oficinas y todos los meses): 83%

» N° de sentadas realizadas: 450

» N° de ideas Implantadas 1824

Durante 2018 se desarrolló un proyecto entre cuyos objetivos estaba la evaluación de la percepción de los grupos de interés en relación a la reputación de Caixa Popular. Entre las palancas de su reputación estaba, la creatividad y la innovación.

La puntuación de los distintos grupos de interés fue:

VALOR DE LA INNOVACIÓN			Caixa Popular es una empresa creativa, innovadora y tecnológica en su negocio						7,5
Socios propietarios	Clientes	Colectivo de trabajo	Proveedores	Organismos ARA	Agentes sociales	Medio ambiente	Organismos generadores opinión	Asociaciones Cooperativas	Socios Aliados
7,8	7,9	8,6	7,8	7,0	7,4	5,6	6,6	7,4	9,1

Sin duda, este es uno de los tres puntos del estudio en los que los grupos de interés puntúan en menor medida a Caixa Popular.

Como consecuencia de ello, en lo que resta de planificación estratégica está previsto rea-

lizar un análisis e identificación de posibles acciones para consolidar el enfoque de gestión y el valor y resultados de la innovación en Caixa Popular.

Posibles temas a tratar son:

- » **Diseñar una política de innovación.**
- » **Definición de una estrategia a largo plazo con tipologías y metodologías.**
- » **Identificar “think tanks”, webs, blogs y centros de conocimiento para el sector financiero.**
- » **Plan de formación en técnicas de creatividad y desarrollo de proyectos de innovación.**
- » **Detección de mejores prácticas en la gestión y proyectos en las empresas “benchmark” de organizaciones pares.**
- » **Diseñar un posible premio a la creatividad para clientes de la entidad.**
- » **Construir un cuadro de mando de la innovación.**
- » **Analizar la posible separación en las herramientas que actualmente gestionan las ideas y posibles proyectos de innovación y calidad para independizar con total claridad estos aspectos de la gestión interna y productividad.**



5.3 Huella laboral

La gestión del colectivo de trabajo se realiza bajo un esquema de procesos en el que la base de sustentación es el estricto cumplimiento de las convenciones de derechos humanos y la legislación laboral vigente.

La plantilla de Caixa Popular está compuesta principalmente por los socios propietarios de la cooperativa que obtuvieron la condición de “persona socia de trabajo” tras un proceso de selección, evaluación y prácticas que confirmó que las actitudes, aptitudes, rendimiento y valores eran compatibles con los de la entidad.

El enfoque estratégico y la realización de las actividades de la gestión de personas se realiza a través del círculo secuencial de procesos que se resume en el siguiente esquema:



Todos estos procesos son responsabilidad del departamento de Personas y de las áreas que lo constituyen (área laboral y de gestión de plantillas, área de talento y área de desarrollo directivo).

Gestión Estratégica y Táctica

La gestión estratégica es fruto del análisis y diseño de un DAFO de gestión de personas que se realiza al inicio de cada periodo del Plan estratégico de la empresa.

Internamente se analizan las fortalezas y debilidades y se decide en qué procesos y campos de la gestión hay que mejorar o reforzar.

Externamente se analizan amenazas (regulatorias, competitivas, etc.) y oportunidades como consecuencia de la detección de nuevos modelos de gestión de personas o sistemas y mejores prácticas en las empresas consideradas “benchmark”.

La gestión estratégica se despliega en los Planes de gestión anuales que contienen los proyectos y actividades a desarrollar en cada ejercicio.

Los principios y compromisos en la gestión de las personas quedan recogidos en diferentes circulares que actúan a modo de políticas.

El desarrollo y seguimiento de la política social y sus diferentes aspectos integrantes se realiza a través de los siguientes enlaces laterales (en los que esencialmente participan socios de cooperativas y personas socias del colectivo de trabajo):

Consejo social

Comité de igualdad

Comité de seguridad e higiene

Comisión de recursos

GESTIÓN ESTRATÉGICA Y TÁCTICA

Durante estos dos años los proyectos principales (7 y 13, respectivamente) se puso el foco en la implantación de planes de desarrollo, en el Manual del directivo, en las herramientas tecnológicas para la formación del cumplimiento de normativa (MiFID, etc.), en la digitalización de procesos de formación, en la formación en seguridad y salud, en la mejora de los procesos del sistema de retribución, en la mejora de la marca de la cooperativa como “empleadora”, en la gestión de plantillas, en la mejora de informes SAP, en la formación y habilidades en venta consultiva y en el proyecto de actitudes positivas.

VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Cumplimiento del plan anual	100 %	100 %	0 %

Organización y compensación

La entidad se estructura en base a un organigrama jerárquico funcional cuyo liderazgo recae en el Director General.

Las unidades organizativas y sus cometidos quedan explícitos en la Circular: “Estructura de Caixa Popular” donde se definen los departamentos y áreas (nombre, misión y funciones) y las estructuras existentes en la “Oficina de servicios (servicios centrales)” y en las “Oficinas comerciales”.

Para el adecuado control y seguimiento de los procesos y funciones clave de la organización existen equipos técnicos y de negocio que aseguran su buena gestión compartida. Éstos enlaces laterales aseguran la participación y voz de las posibles unidades organizativas que interaccionan en un determinado campo de la gestión empresarial. En el “anexo 7.1. Datos de la empresa” se detallan las comisiones y comités principales.

La política retributiva, basada en la meritocracia, se construye en base a la responsabilidad, el desempeño y los resultados de las distintas unidades organizativas, puestos y personas que las ocupan.

El sistema retributivo de la “entidad” descansa en tres tipos de retribución:

Retribución fija (ligada a funciones y desempeño de las mismas).

Retribución variable (ligada a resultados de equipo e individuales).

Retribución como beneficios sociales (iguales para todas las personas de la empresa, incluyendo los temporales).

Por la especial condición de las personas socias de la cooperativa existen dos retribuciones complementarias:

Intereses al capital (determinados cada año por los órganos sociales de la cooperativa).

Retornos anuales (en el caso de personas socias de trabajo en forma proporcional a la suma de su retribución fija y variable).

La retribución fija se construye mediante el “baremo 1.0” aprobado por el Consejo Rector en cada ejercicio. Cada persona socia de trabajo recibe un “anticipo laboral bruto fijo” que es el resultado de multiplicar su baremo por el baremo 1.0, que se cobra en los doce meses del año.

-
1. Dirección General

 2. Equipo de dirección.

 3. Direcciones de oficina, con cuatro niveles (según el volumen de negocio de cada una) y Direcciones de departamento, con dos niveles (según si son negocio directo o de servicios).

 4. Gestores de oficinas y técnicos/as de la oficina de servicios.

En cada función hay tres baremos: base, función y desempeño.

La retribución variable se compone de diferentes elementos que premian el desempeño, la minimización de riesgos en el negocio, el liderazgo, el crecimiento y la creatividad:

- Incentivos de negocio. (se premian avances en solvencia, rentabilidad, eficiencia, productividad, calidad del negocio, satisfacción de clientes, aportación de mejoras e innovaciones con baremos de cantidad y calidad).
- Incentivos por venta de bienes adjudicados (según como y quienes vendan o compren los bienes adjudicados).
- Champions de zonas y áreas (competición entre las zonas en base a seis indicadores y en servicios centrales por ocho parámetros. Los premios son vacaciones y viajes).
- Oficinas A (según resultados de beneficio, ratio de activos dañados e índice de calidad de servicio).
- Premio comercial por zona (según el crecimiento trimestral de nº de tarjetas de crédito y nº de contrataciones por seguros, operaciones financieras, operaciones imagina, fondos de inversión, y productos de inversión).
- Premio de productividad (trimestrales, consistente en cuatro tardes de viernes sin trabajo al año, como máximo, por incremento del negocio o por dedicación de valor).
- Premio a la creatividad (mejores ideas a través del “Junts innovem”).

La retribución como beneficios sociales sólo es el seguro de vida de las personas que están en proceso de selección (máximo uno o dos años) y el seguro de vida y accidentes para las personas socias de trabajo. La cooperativa establece acuerdos con terceras partes para que el colectivo de trabajo tenga descuentos en guarderías, seguros de vida, compañías médicas, etc.



La cooperativa no ha entendido necesario constituir un plan de pensiones. Cada persona del colectivo de trabajo acumula año tras año las retribuciones complementarias como socio, que recibe en el momento de su jubilación.

Los indicadores correspondientes a esta parte son:

RETRIBUCIÓN			
Tanto en 2018, como en 2017 se han cumplido las directrices y presupuestos asociados a la retribución del colectivo de trabajo. También se ha mejorado el proceso y bases del sistema de retribución.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Salario medio entrada (persona sin funciones directivas)	24.279	23.768	2,15 %
Peso medio R Fija en la retribución total	88,17 %	84,18 %	4,74%
Peso medio R Variable en la retribución total	10,83 %	14,81 %	-26,87 %
Peso medio Beneficios sociales en la retribución total	1 %	1 %	0 %
Salario medio por persona del colectivo de trabajo	35.288	35.802	-1,43 %
Salario medio Equipo de dirección	88.010	89.425	-1,58 %
Salario medio D Oficina	51.156	51.129	0,05 %
Salario medio D Departamento	44.150	44.231	-0,18 %
Salario medio Gestor Oficina	30.739	31.101	-1,16 %
Salario medio Gestor Técnico of de servicios	32.898	33.755	-2,54 %

Empleo, Derechos Humanos y Valores Corporativos

La contratación de personas se realiza de acuerdo con los planes de plantilla anuales y a un esquema de incorporación que prioriza principalmente el acceso de personas recién tituladas (universitarios, ciclos).

El reclutamiento inicial se realiza a través de convenios de cooperación con universidades de la Comunidad Valenciana (plazas para prácticas curriculares, plazas para becas y prácticas voluntarias), anuncios a través de

redes sociales, propuestas en los tablones o webs de empleo de universidades, centros de formación y en foros de empleo.

El proceso de reclutamiento y selección consta de tres fases:

- » Prácticas formativas en la entidad. En esta fase se detectan los mejores candidatos por actitudes, desarrollo e implicación según su tutor en la oficina. Las pruebas finales son una entrevista en profundidad y una dinámica de grupo.
- » Plan de acogida. Es el proceso de selección propiamente dicho. Las personas asisten al “Curso básico”, que si aprueban pasan a formar parte de la bolsa de trabajo. Son llamadas cuando aparecen vacantes de trabajo, válidas para su perfil, residencia y puntuación de la selección. en profundidad en el desarrollo de las funciones del negocio y
- » Proceso de aspirante a socio. Los participantes trabajan en la entidad y reciben formación específica de su puesto. Tras un periodo de contratación y prueba, aproximadamente de dos años, pasan a persona socia de la cooperativa. En este proceso están con contrato temporal, que se convierte en fijo, tras su finalización.

En el caso de plazas que no se pueden cubrir por el proceso estándar se captan a través de procesos en webs de empleo (infojobs, etc).

Como consecuencia de que la mayoría de personas de la entidad son socios propietarios de la misma, con idéntica condición,

el análisis del cumplimiento de los derechos humanos en el colectivo de trabajo no tiene prácticamente ninguna incidencia o riesgo implícito.

La legislación laboral española asegura el cumplimiento de todos ellos, si la empresa la respeta y cumple.

En la entidad, los cambios operacionales se asocian principalmente a cambios de centro de trabajo o de función. El aviso estándar es casi inmediato, porque los cambios son casi siempre dentro de la provincia de Valencia o próximos al domicilio de la persona, en la mayor parte de las veces.

EMPLEO y DIVERSIDAD

En estos dos años se han cumplido prácticamente la planificación de plantillas y la cobertura de las necesidades por incidencias dentro de la organización.

VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Nº personas con contrato a 1 de enero	350	344	1,7 %
Nº personas con contrato a 31 de diciembre	350	350	0 %
Nº personas y % que no son socios de la cooperativa	27 (7'71%)	38 (10'86%)	-28,94 %
Nº personas y porcentaje con contrato fijo (no socios)	5	5	0%
Nº personas y porcentaje con contrato temporal	27 (7'71%)	38 (10'86%)	-28,94 %
Nº personas en prácticas (becarios, etc.)	53	63	-15,87 %
Nº y % de mujeres en colectivo de trabajo	206 (58,9)	205 (58,6)	0,48 %
Nº y % de hombres en el colectivo de trabajo	144 (41,1)	145 (41,4)	-0,69 %
Nº personas con responsabilidades directivas	97	97	0 %
Nº personas sin responsabilidades directivas	253	247	2,43 %
Nº contratos, rango de edad 16 y 30	14	29	N/A
Nº nuevos contratos rango de edad 31 y 50	2	1	N/A
Nº nuevos contratos mayores 50 años	0	0	N/A
Nº nuevos contratos de mujeres	9	22	N/A
Nº nuevos contratos de hombres	5	8	N/A
Nº personas contratadas por necesidades (bajas, IT)	1	8	N/A
Nº cambios de centro de trabajo	61	52	17,30 %
Nº cambios de función	32	13	146,15 %
Nº de bajas no deseadas	1	0	N/A
Nº bajas en el rango de edad entre 16 y 30	10	7	N/A
Nº bajas en el rango de edad entre 31 y 50	2	3	N/A
Nº bajas mayores de 50 años	5	2	N/A

Administración

La administración contempla todo lo relacionado con la contratación, gestión de las incapacidades temporales, nóminas, IRPF, seguros sociales, planificaci-

ón y control de gastos de personal y todo lo que normalmente es responsabilidad de este tipo de unidad.

También es responsabilidad de este campo la gestión de solicitudes, consultas, peticiones y quejas del colectivo de trabajo.

ADMINISTRACIÓN			
Tanto en 2018, como en 2017 se han cumplido los presupuestos asociados a la retribución y resto de los gastos asociados al colectivo de trabajo.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Gastos totales de personas (en miles)	17.447	15.649	11 %
Edad media	38,55	38	1,44 %
Antigüedad media	11,38	11	3,35 %

Relaciones Laborales

Por ser una empresa cooperativa el convenio colectivo del sector solo afecta a las personas que aún no son socias de Trabajo. Por su bajo número, la representación sindical es mínima.

Tan sólo existe la figura de los trabajadores, bajo contrato, para aquellas personas de la entidad que están en proceso de conver-

tirse en socias propietarias (aproximadamente 2 años), que se regulan por la regulación de sociedades cooperativas de crédito, vigente y por la legislación de cooperativas. En este caso, el órgano de representación de este colectivo es el Consejo Social.

Los marcos de relacionamiento son responsabilidad del Conse-

jo social, de las comisiones de apoyo y de las propuestas del departamento de personas de Caixa Popular.

Por su especial condición y planteamiento empresarial, Caixa Popular nunca ha presentado un ERE.

Gestión del Talento

La gestión del talento se inicia con entrada en prácticas o becas y finaliza en el momento de la desvinculación de la persona de la entidad.

La primera etapa del proceso es la selección de las personas que van a formar parte del colectivo de trabajo de la cooperativa. Fruto de la misma se evalúan las actitudes, aptitudes, espíritu como cooperativista y valores

de la persona para comprobar si son coincidentes o compatibles con los de la entidad.

El objetivo principal es aplicar la capacidad de la entidad para captar y contratar talento. El secundario, que los aspirantes a socio comprendan la propuesta de valor ofrecida (socio propietario de la entidad, cultura y valores, desarrollo, retribución, clima laboral, etc.).

La segunda etapa la constituye el desarrollo profesional. Forman parte de la misma, el aprendizaje en el puesto, el desarrollo de las competencias necesarias para el dominio esperado del mismo, la formación y la participación de las personas en la gestión del negocio y en los proyectos transversales (responsabilidad social, por ejemplo).

En esta etapa es muy importante resaltar, entre otras, la posibilidad que tienen las personas de la cooperativa de:

- » Participar e implicarse como Socio de trabajo de la Cooperativa, por ejemplo, en las jornadas que se realizan cada tres años de reflexión estratégica donde se elabora el DAFO corporativo de la siguiente planificación estratégica y se proponen ideas y proyectos.
- » Conocer sistemáticamente los resultados de la gestión y las modificaciones en las estrategias de la entidad.

La tercera etapa está compuesta por la evaluación del rendimiento y los programas de reconocimiento. Todo el colectivo es analizado anualmente para ajustar puesto y persona para obtener el mayor equilibrio, productividad, eficiencia, valor y satisfacción por formar parte de la organización. El reconocimiento se muestra a través de la retribución variable y la calidad de la relación directiva establecida.

La cuarta son los programas de desarrollo directivo que alcanzan a todos los responsables directivos de la cooperativa. En esta etapa se pone el foco en preparar y fortalecer los conocimientos de estrategia y gestión y en desarrollar las habilidades de liderazgo, sociales y de manejo de equipos de las personas que se integran en los mismos.

La última etapa de retención es la basada en la construcción de un modelo de socio trabajador con un perfil concreto y compartiendo una cultura organizativa de esfuerzo, recompensa, trabajo en equipo, complicidad con todos los grupos de interés y colaboración en la gestión de la entidad.

Competencias

El desarrollo de las competencias objetivo de cada puesto de trabajo y en las personas se realiza a través de un modelo que alcanza al 100% de la plantilla, cuya evaluación es anual.

Se establecen a través de dos tipos, que se despliegan hasta alcanzar los campos constitutivos de los mismos:

Comunes:

- Generación de confianza
- Integración de valores corporativos
- Iniciativa
- Innovación y creatividad
- Habilidades interpersonales
- Eficacia en el puesto

Específicas para los perfiles de:

- Oficinas comerciales
- Oficina de servicios
- Directivos

El desarrollo y fortalecimiento de las mismas sirve para mejorar la eficacia, resultados y valor de las funciones y responsabilidades de las personas en su puesto de trabajo.

Formación

La formación en Caixa Popular se estructura en base a un “Plan de formación anual” que durante su desarrollo se complementa con posibles nuevas acciones de formación por necesidades concretas.

Forman parte del mismo, los siguientes tipos de formación:

técnica de

- aspirantes a socio,
- gestores comerciales,
- dirección de oficinas,
- oficina de servicios centrales,

habilidades/desarrollo personal/redes sociales

autoformación

En 2018 los programas de formación normativa (on-line) principales fueron:

La prevención de riesgos penales.

La ley oficial de protección de datos.

Certificación MIFID.

Certificación Seguros.

Toda la formación realizada es evaluada con el objetivo de conocer su eficiencia, valor y percepción de su utilidad para las personas.

La comunicación con el colectivo de trabajo se sustenta en las presentaciones metodológicas de la formación y en el boletín de formación y desarrollo “Créixer

junts”. Una de las herramientas disponibles para el colectivo de trabajo es la autoformación.

Al final de cada ejercicio se elabora un informe final de resultados donde se detallan:

- » las horas totales y media de formación por persona,
- » el porcentaje de formación interna vs externa, y el de presencial vs e-learning,
- » las horas y porcentajes según los tipos de formación,
- » la comparativa frente al sector,
- » la situación de las certificaciones (Fundesem, EFA European financial advisor, MiFID y EFP European financial planner),
- » la propuesta de formación del siguiente ejercicio.



FORMACIÓN, DESARROLLO Y EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO

Durante 2018 se han cumplido los objetivos de formación establecidos. Muy relevantes son el número de horas de formación impartidas y las horas de formación presenciales

VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Nº total de horas de formación impartidas	35.346	33.235	6,35 %
Nº personas en prácticas y horas de formación	160 p 1.920 h	190 p 2.280 h	N/A
Nº personas y horas formación en plan de acogida	17 p 1.156 h	23 p 1.564 h	N/A
Nº personas y horas formación en proceso aspirante a socio	42 p 836 h	30 p 745 h	N/A
Nº Horas de formación asociada al puesto de trabajo	14.193	(*)	
Nº Horas de formación asociada a la mejora personal	5.652	(*)	
Nº Horas de formación presenciales	6.987	1364	N/A
Nº Horas de formación on-line	28.358	33218	-14,63%
Nº Horas de formación interna	3.087	2.571	20,07%
Nº Horas de formación externa	32.259	30.647	5,26 %
Nº acciones de autoformación realizadas (lecturas)	422	57	+ 740 %
Media de horas de formación por persona	101	100	1 %
Media de horas formación por mujer	80	-	(*)
Media horas formación por hombre	70	-	(*)
Nº de horas de formación: prog. prevención riesgos penales	1.132	0	N/A
Nº de personas formadas: prog. prevención riesgos penales	350	0	N/A
Nº de horas de formación: prog. LOPD	666	12	N/A
Nº de personas formadas: prog. LOPD	350	6	N/A
Nº de horas de formación en el prog. Asesor Financiero	18.900	6.000	N/A
Nº de personas formadas en el prog. Asesor financiero	126	40	N/A
Créditos concedidos FUNDAE (bonificaciones)	38.041	34.931	8.90 %
Créditos utilizados FUNDAE	38.041	34.931	8.90 %
Nº acciones formativas subvencionadas	38	4	N/A

(*) No disponible por el cambio del portal de formación.

Desarrollo directivo profesional

El área con el mismo nombre es la encargada del desarrollo del potencial y de las capacidades de las personas que ocupan puestos con responsabilidades directivas en Caixa Popular.

Los planes de desarrollo profesional individuales se diseñan con el objetivo de preparar y fortalecer los conocimientos de estrategia y gestión y en desarrollar las habilidades de liderazgo, sociales y de manejo de equipos.

El proceso de desarrollo directivo tiene tres fases:

- » Diagnóstico de los participantes, que se realiza a través de tres vías:
 - Evaluación 360°, basada en los 7 hábitos de personas altamente efectivas (por el responsable directo, por pares horizontales, por las personas supervisadas y por una autoevaluación) medida por el liderazgo y las destrezas personales e interpersonales.
 - Evaluaciones del desempeño.
 - Análisis de cada participante, realizado por el Equipo de dirección.
- » Diseño de proyectos de mejora individuales. En estos momentos el cumplimiento de los planes es tarea exclusiva de los responsables de los implicados. A partir de 2019, mediante la herramienta informática “Success factors”, está previsto que el cumplimiento de los objetivos marcados y la mejora de las competencias, individuales y globales sea conocida por el Área de desarrollo directivo.
- » Seguimiento del proceso. Cada proceso de seguimiento tiene de 8 a 10 sesiones individuales en función de los resultados obtenidos y de las necesidades del participante.



Proyectos especiales

Otro aspecto complementario de la gestión del área son los proyectos corporativos cuyo fin es el desarrollo de las personas de la organización en un campo específico.

En 2018 se desarrolló el proyecto de “Actitud positiva Caixa Popular” basado en la lectura de un libro “Vivir la vida con sentido”, las píldoras formativas de apoyo, los trabajos de desarrollo, las notas informativas (4) y los artículos de apoyo “caminos para la felicidad” (34). No hubo proyecto especial en 2017.

El objetivo era fortalecer la posición y el relacionamiento entre personas del colectivo de trabajo a través de actitudes positivas y colaborar en la mejora de la gestión de las emociones en la construcción de la experiencia del cliente de Caixa Popular.

Los resultados de la gestión realizada son:

DESARROLLO DIRECTIVO			
Los planes de desarrollo profesionales, establecidos para un colectivo aproximado de 100 directivos, tienen una continuidad a largo plazo y sus variaciones están sujetas a necesidades o exigencias de la gestión del negocio.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	COMENTARIOS
Nº directivos participantes	30	30	0%
Nº Incidencias	2 (*)	0	
Planes realizados	28	30	-6,67 %
Cumplimiento de los Planes de acción individuales	85 %	95 %	-10,53 %
Proyectos especiales: “Actitudes positivas Caixa Popular”			
Participantes	270	N/A	
Satisfacción global de los participantes	96 %	N/A	
Percepción de la aplicabilidad en el puesto	99,98 %	N/A	

(*) Un participante lo pospone y otro lo interrumpe por una baja por enfermedad.

Evaluación del desempeño

La evaluación del desempeño del colectivo de trabajo se realiza en base a una metodología contenida en una circular cuyo objetivo fundamental es comprobar el rendimiento de la persona en cada una de las competencias asociadas al puesto y diseñar planes de mejora para alcanzar la situación ideal demandada por el mismo (objetivos del directivo y del colaborador).

La metodología explica el proceso, sus objetivos, el cronograma de actividades, el cierre del proceso y los objetivos individuales para el siguiente ejercicio.

En la aplicación hay la información del colaborador datos básicos, experiencia en CAIXA POPULAR, formación reglada, formación certificaciones, idiomas, expectativas profesionales e insignias (fortalezas propuestas por otros).

El método actual se sustenta en una herramienta llamada “success factors” y en la Guía de los buenos directivos.

La hoja de ruta se compone de la autoevaluación, la evaluación del responsable, la calibración, la reunión final de firma y el seguimiento.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Nº de personas sujetas evaluación del rendimiento	369	365	1,1 %
Nº mujeres sujetas a evaluación del rendimiento	219	214	2,33 %
Nº hombres sujetos a evaluación del rendimiento	150	151	-0,66 %
Nº Equipo dirección sujetos evaluación rendimiento	11	11	0 %
Nº D. Oficina/Área/Dpto. sujetos eval. rendimiento	84	82	2,44 %
Nº Gestor Of. y Técnico of sujetos eval. rendimiento	285	283	0,7 %

Responsabilidad Social Interna

Caixa Popular ha integrado dentro de ésta categoría los siguientes aspectos:

- » Igualdad de oportunidades
- » Conciliación de la vida personal y profesional
- » Discapacidad
- » Accesibilidad

A continuación, se detalla como Caixa Popular acomete cada uno de estos temas y los resultados de su gestión.

Igualdad

En todos y cada uno de los ámbitos en que se desarrolla la actividad de Caixa Popular con sus personas: selección, promoción, política salarial, formación, condiciones de trabajo y empleo, salud laboral, ordenación del tiempo de trabajo y conciliación se asume el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, atendiendo de forma especial a la discriminación indirecta (situación en que una disposición, criterio o práctica aparentemente neutros, ponen a una persona de un sexo en desventaja particular respecto a personas del otro sexo).

La entidad establece entre sus principios corporativos la igualdad de oportunidades y el Equipo de dirección, a través de su Director General, declara su compromiso de la siguiente ma-

nera “Caixa Popular se compromete a establecer y desarrollar políticas que integren la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, sin discriminar directa o indirectamente por razón de sexo, así como impulsar y fomentar de medidas para conseguir la igualdad real en el seno de la misma, estableciendo la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres como un principio estratégico de nuestra Política Corporativa de Recursos Humanos.

La primera prueba es que el número de mujeres en Caixa Popular es superior al de hombres en este momento.

Externamente la cooperativa también se compromete en fomentar a todos los niveles la igualdad de género en la sociedad. Para ello, la comunicación

interna y externa promoverá este principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

La entidad tiene un Plan de Igualdad, vigente desde 2015, cuyo objetivo es la mejora continua en la igualdad (contratación, retribución, ascensos y la disminución de la brecha de género), arbitrándose los correspondientes sistemas de seguimiento y análisis (Coité de igualdad), con la finalidad de avanzar en la consecución de la igualdad real entre mujeres y hombres.

Conciliación

La conciliación de la vida personal y profesional ha sido un aspecto que siempre ha tenido un especial relevancia en Caixa Popular.

Tanto en el caso de la Ley 31/1999 de conciliación de vida familiar y laboral, como en la Ley 3/2007 de igualdad efectiva entre hombres y mujeres la entidad ha cumplido y cumple con todos

los requisitos marcados, adelantándose a la entrada de las exigencias propuestas en las mismas en materias tan relevantes como los permisos parentales o la flexibilidad de horarios.

Ejemplos en los que la cooperativa, a día de hoy, supera el marco legal son:

El permiso por lactancia

Los permisos retribuidos por nacimiento de un hijo

La reducción de jornada por guarda legal

Flexibilidad de horarios de entrada y salida

Fraccionamiento de las vacaciones

Accesibilidad

A día de hoy la accesibilidad está asegurada en la Sede Central y en en la mayoría de las oficinas comerciales de la entidad.

Es directriz inexcusable la eliminación de todas las barreras arquitectónicas en la oficina en que se vaya a realizar una reforma.

Discapacidad

Por legislación los socios trabajadores de Caixa Popular no computan en el cumplimiento de la Ley general de discapacidad.

El número de personas con contrato laboral sin ser socias, está en el entorno de 40. Por lo tanto, la entidad no tendría la obligación de cumplir con lo especificado en la legislación.

A pesar de ello durante 2017 y 2018 había dos personas con una discapacidad superior al 33% y está previsto incrementar esta cantidad en el futuro.

Seguridad y Salud Laboral

La seguridad y salud laboral (SSL) de Caixa Popular se centra fundamentalmente en dos grandes categorías de riesgos principales:

- » **los asociados al trabajo en oficinas y**
- » **los relativos a los desplazamientos en coche.**

trabajo (principalmente posturales), la disposición del equipo informático, los de caídas a distinto nivel y los psicosociales. En el segundo, los denominados “in misión” e “in itinere”.

Debido al bajo riesgo en todos ellos, la gestión de la seguridad y salud laboral se gestiona a través de un servicio de prevención ajeno y de la actividad del Comité de Seguridad e Higiene en el trabajo.

Los principios para su gestión se sustentan en:

- » **el Marco Estratégico Europeo de SST 2014-2020.**
- » **La Ley 31/1995 de prevención de Riesgos Laborales.**
- » **La Estrategia española de seguridad y salud en el trabajo 2015-2020.**
- » **Las Directrices del Instituto valenciano de seguridad y salud en el trabajo.**

Este servicio analiza todos los riesgos asociados a puestos e instalaciones y elabora planes de prevención de riesgos laborales.

En el ámbito de actuación de la memoria sólo es relevante el accidente con muerte de un empleado por accidente de tráfico “in misión”.

Un elemento relevante en la gestión de la seguridad y salud laboral es la prevención del acoso laboral. Para ello se ha elaborado un Protocolo de Prevención de Acoso Laboral.

Otros aspectos relevantes de la gestión, en este caso, relativos a la salud laboral son:

- » **las revisiones médicas con pruebas especiales,**
- » **las campañas preventivas, vacunaciones etc. y**
- » **la formación y divulgación en Seguridad y salud laboral**

SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

La seguridad y salud laboral de la entidad responde al cumplimiento estricto de la legislación y a la formación continuada en aspectos de seguridad y salud. La más importante y grave incidencia fue la muerte de una persona del colectivo de trabajo por un accidente de tráfico “in misión”.

VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Evaluación de riesgos en todas las oficinas de la entidad	100 %	100%	0
Cumplimiento de los planes de prevención de riesgos	100 %	100 %	0
Accidentes	3	4	-25 %
Tasa de absentismo por accidentes	0,06	0,06	0
Nº muertes por accidente	1	0	N/A
Denuncias por acoso laboral	0	0	
Absentismo contingencias comunes (%)	1,17	2,17	N/A
Nº empleados con permiso por nacimiento (Ma/Pa)	12/4	11/6	N/A
% Personas que regresan al puesto tras el permiso	100	100	N/A
% Personas que continúan en el puesto tras 12 meses	100	100	N/A
Nº reconocimientos médicos	261	242	7,85 %
Nº Campañas de salud	1	1	0
Personas formadas en el plan de formación de SSL de cada puesto (%)	100	100	0%

En este campo de actuación y como medida preventiva divulgativa, está previsto analizar y difundir internamente recomendaciones y buenas prácticas en la prevención de accidentes de tráfico laborales.

Los documentos de base a utilizar serán:

- » **El Manual de buenas prácticas en la prevención de accidentes de tráfico laborales (Fesvial).**
- » **La norma ISO 39001 Gestión de la seguridad vial.**

Finalmente, y como medida de respuesta a las propuestas de los prescriptores principales en sostenibilidad y responsabilidad social está prevista la formación y designación de una persona, dentro del departamento de personas o del área de responsabilidad social, en derechos humanos.

Transparencia e integración

En Caixa Popular por la especial condición del Colectivo de trabajo, que es además Socio propietario de la cooperativa la transparencia e integración es un aspecto vital en la gestión

La transparencia en la gestión se construye en base a la comunicación interna y a los numerosos mecanismos de participación que establece Caixa Popular.

La comunicación se establece en base a cuatro vías principales:

- » **Las noticias diarias más relevantes sobre la cooperativa. Cada jornada se publican 3-4 noticias relevantes. Una de las características más relevantes es la capacidad de publicar información y eventos relevantes de los departamentos y áreas de Caixa Popular. En cada ejercicio se publican más de 500 noticias.**
- » **El “Blog de Caixa Popular” donde pueden participar tanto los empleados, como la sociedad en general o los clientes. Es una excelente vía de presentación de las unidades organizativas, de las acciones sociales y de aspectos de actualidad relevantes.**
- » **La carátula de la intranet DELFOS donde se publican los mensajes, ¿Sabías qué? que buscan transmitir ideas fuerza relativas a emociones, productos y servicios e innovación.**
- » **Mensajes estratégicos y divulgativos, en correos electrónicos, del Director general.**

Análisis y Evolución

Al final de cada ejercicio se realiza una evaluación de los procesos de gestión de personas y de sus resultados. Fruto de ello se detectan acciones de mejora e innovación que se incluyen en el plan del siguiente ejercicio.

Un aspecto relevante de la evaluación es la productividad del colectivo de trabajo. A continuación, se muestran los datos más relevantes:

PRODUCTIVIDAD			
Las tasas principales de productividad por empleado de la cooperativa han mejorado de forma sustancial en 2018 frente al ejercicio anterior y siguen mostrando cifras notables.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Ingresos netos por colectivo de trabajo (persona)	92.025,71	87.026,16	5,74 %
Beneficios antes de impuestos por colectivo de trabajo	26.585,71	22.750,00	16,86 %
Recursos de clientes por colectivo de trabajo (en miles)	5.090	4.870	4,51 %
Inversión crediticia por colectivo de trabajo (en miles)	3.230	2.880	12,15 %

Durante lo que resta de planificación estratégica se analizará la conveniencia de diseñar un nuevo cuadro de mando estratégico de gestión de personas y un informe de gestión anual.

Satisfacción, requerimientos y expectativas con las relaciones mantenidas con el Colectivo de Trabajo

Durante el ejercicio 2018 se realizó una evaluación de la satisfacción del grupo de interés “colectivo de trabajo” mediante entrevistas a 20 personas de los tres segmentos (personas del colectivo de trabajo con responsabilidades directivas, personas del colectivo de trabajo sin responsabilidades directivas y aspirantes a socios), evaluándose los siguientes campos de actuación:

- » **Satisfacción global con el macro proceso de gestión de personas**
- » **Satisfacción con las variables de satisfacción en la prestación de los servicios del macro proceso.**
- » **Satisfacción sobre la calidad, valor prestado y satisfacción con los nueve procesos fundamentales del sistema de gestión de personas de la empresa.**
- » **Identificación de los requerimientos, expectativas y puntos que supondrían una mejora de las relaciones y de la satisfacción del colectivo de trabajo con los servicios/relaciones prestadas.**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

SATISFACCIÓN GLOBAL	Caixa Popular establece un macro proceso de gestión del colectivo de trabajo muy eficiente y adaptado a las necesidades de los mismos.		7,7
SATISFACCIÓN CON LAS VARIABLES DEL PROCESO Y RELACIONES CON LAS PERSONAS			
Caixa Popular dispone de los medios e instalaciones que garantizan el correcto desempeño del puesto de trabajo	8,4	Caixa Popular realiza las actividades de recursos humanos de una forma fiable y cuidados	8,4
Caixa Popular atiende las consultas, peticiones e incidencias de sus personas en plazo y forma	7,7	Caixa Popular dispone de un personal adecuadamente cualificado y con un elevado grado de profesionalidad	8,9
Caixa Popular ofrece por medio de su personal la consideración, el respeto y la cortesía que requieren las personas	9,7	Caixa Popular demuestra honestidad y ética en la relación con las personas	9,4
Caixa Popular ofrece seguridad en la confidencialidad de la información personal y garantiza el pago de la nómina y otros gastos o beneficios.	9,7	Caixa Popular proporciona los canales de comunicación necesarios para poder resolver con eficacia las necesidades de información o documentación.	8,0
En Caixa Popular la comunicación con el colectivo de trabajo es clara y fluida	8,7	Caixa Popular se esfuerza en conocer y atender los requerimientos y expectativas de las personas	8,0

La percepción del colectivo de trabajo con las variables de la calidad del macro proceso de gestión de personas es notable. Dos de ellas están en el entorno de excelencia (valor en rango NPS) y seis en el de notable alto.

Tan sólo requiere un análisis el relativo al tratamiento de consultas, peticiones e incidencias de sus personas en plazo y forma.

SATISFACCIÓN CON LOS PROCESOS DE GESTIÓN DEL COLECTIVO DE TRABAJO			
El proceso de selección, acogida y confirmación del aspirante a socio se realiza de forma fiable y adecuada.	8,2	El proceso de administración de personas se realiza de forma fiable y adecuada	9,5
El proceso de organización de puestos (adecuación persona-puesto), funciones y responsabilidades se realiza de forma fiable y adecuada	7,6	El proceso de formación y gestión del talento se realiza de forma fiable y adecuada.	8,5
El proceso de evaluación del potencial y del rendimiento se realiza de forma fiable y adecuada.	8,5	El proceso de igualdad de oportunidades se realiza de forma fiable y adecuada.	9,0
El proceso de conciliación de la vida personal y profesional se realiza de forma fiable y adecuada.	9,1	El proceso de retribución y beneficios para el colectivo se realiza de forma fiable y adecuada.	8,8
El proceso de atención de consultas y peticiones del colectivo se realiza de forma fiable y adecuada.	8,7		



En relación a los requerimientos y expectativas principales del grupo de interés “Colectivo de trabajo”, éstos hicieron las principales propuestas:

-
- » En relación al proceso de selección y acceso de los aspirantes a socios:
- Profundizar y mejorar la explicación del método para el aspirante a socio resaltando el valor e importancia de las pruebas y de las decisiones (criterios de selección, aspectos a evaluar, evaluadores, etc.).
 - Mejorar el método actual de tal manera que permita tener un mayor nivel de acierto con las personas en proceso de selección y con las elegidas. Conviene reflexionar sobre los métodos de reclutamiento (universidad, etc.), la idoneidad de las pruebas, los formularios y herramientas utilizadas para la valoración objetiva de la selección y la capacidad de decisión final (recursos humanos vs unidad de destino/oficina). Evitar iniquidades.
 - Analizar y construir un método que permita asociar a la persona al puesto por competencias funcionales, competencias sociales, competencias técnicas y por los valores demostrados.
-
- » Minimizar la formación de personas de reciente incorporación o sustituciones a través del “mentoring” de personas de la propia oficina. Asegurar la competencia avanzada en materias básicas como valores, riesgos, hipotecas, etc. desde un punto de vista teórico y específico a la empresa mediante cursos propios. No delegar en estos campos (competencia entre personas, volumen de trabajo, concepto de que no es de su incumbencia, etc.).
-
- » Asegurar que las personas de sustitución tienen la competencia y el conocimiento necesario para resolver los problemas por bajas o sustituciones, sin generar mayor trabajo interno por errores en la calidad, imprecisiones en el servicio prestado o continuas dudas solicitando el apoyo de otros compañeros. Poner en marcha procesos anticipativos ante sustituciones o bajas que puedan requerir la adecuación persona vs puesto de una forma preventiva.
-
- » Evitar situaciones en las que una persona dé cobertura a dos o tres oficinas en su jornada de trabajo diaria.
-
- » Mejora de la rapidez en la atención de solicitudes, necesidades, peticiones o consultas, muy especialmente cuando estas provienen de oficinas comerciales. Establecer niveles de calidad de servicio NCS para la atención de solicitudes en este campo y evitar que algunas de ellas “caigan en el olvido” o se atiendan cuando ya es tarde.
-

- » Conciliación sin miedo. Focalizar la importancia del adecuado balance entre la vida personal y profesional, fomentando el trabajo efectivo en la jornada diaria y no valorando que se trabaje más tiempo de la jornada, si no hay una causa clara que lo motive. Ampliación de períodos de reducción de jornada superando lo marcado por la legislación de conciliación.
- » Crear una jornada de 08,00 a 17,00 h permitiendo la autogestión en oficinas o sucursales (un 30% de los entrevistados). Evaluar la posibilidad de incluir una nueva jornada el viernes de 07,00 a 15,00 h o similar.
- » Asegurar que las adjudicaciones de cambios de puestos o de oficinas se realizan de tal manera que se cuantifica de una manera clara y racional la valía y preparación de las distintas personas que optan por los mismos (mesas de análisis).
- » Incorporar el Teletrabajo en una cierta medida para facilitar la conciliación.

Valor de la reputación para el grupo de interés

En relación a la reputación de Caixa Popular en la Comunidad Valenciana, este grupo de interés tiene la siguiente percepción:

REPUTACIÓN GLOBAL	Caixa Popular es una compañía con muy buena reputación en la C. Valenciana.		8,8
SATISFACCIÓN CON LAS PALANCAS DE LA REPUTACIÓN			
Comportamiento ético y responsable en su gestión	9,8	Creativa, innovadora y tecnológica en su negocio	8,6
Comunica información veraz, en plazo y suficiente.	8,2	Apoya el desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad corporativa	9,2
Apoya y fomenta el cooperativismo y el asociacionismo	9,8	Modelo por la opinión, valores y satisfacción que transmiten sus empleados.	9,2
Bien gestionada económicamente y perdurable en el tiempo	9,0	Apoya la acción social mediante proyectos de RS.	9,4
Prioriza la calidad de sus servicios a sus clientes.	8,4	Busca la diferenciación (gestión y servicios) para asegurar el futuro y su crecimiento	9,4

Los valores de la reputación y de las palancas son muy notables para el colectivo de trabajo, estando siete de las once mediciones en el rango entre 9 y 10 (entorno óptimo Net Promotor Score- NPS).

Cómo máxima expresión de qué la gestión y resultados del colectivo de trabajo sea un ejemplo de mejora e innovación está previsto analizar y, en su caso, incluir en los

años que restan de la Planificación actual, Reinventar-se 2020, un proyecto que incluya las siguientes posibles líneas de acción:

-
- » Diseñar una política de recursos humanos, otra de derechos humanos y las que por propuesta de organismos regulatorios o mejores prácticas (conciliación, igualdad de derechos, oportunidades y no discriminación, etc.) puedan ser de valor para la entidad.
-
- » Analizar el interés de obtener el distintivo “igualdad en la empresa” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales.
-
- » Evaluar la conveniencia de implantar un sistema de evaluación del potencial
-
- » Establecer un cuadro de mando de gestión de recursos humanos que permita controlar los resultados de los procesos y servicios prestados y su evolución en el tiempo.
-
- » Diseñar y publicar un informe anual completo de la gestión de las personas.
-
- » Analizar la posibilidad de establecer estudios de clima periódicos para evaluar el clima organizativo y los posibles problemas inherentes en la gestión de las personas.
-
- » Estudiar el interés de crear un marco de formación en varios niveles (inicial, avanzado, experto) en aspectos financieros (ahorro, financiación) como medida de motivación y perfeccionamiento para los técnicos de las oficinas comerciales y de servicios centrales relacionados con clientes).
-

5.4 Huella social

Caixa Popular, como banca cooperativa, entiende la acción social como una de las estrategias clave del negocio y despliega su gestión en la organización a través de sus principios y valores, corporativos.

Su fundamentación y desarrollo se sustenta en la “Metodología de gestión de iniciativas sociales

de Caixa Popular” obtenida como uno de los productos fundamentales del proyecto de mejora “Estudio estratégico de responsabilidad social corporativa y valor de la gestión de grupos de interés” desarrollado en 2018.

Esta metodología establece los métodos y herramientas para realizar:

- » los análisis DAFO y de tendencias en esta materia (conocimiento completo fundado),
- » la identificación y priorización de los distintos tipos de iniciativas sociales a desarrollar,
- » la planificación y programación de los proyectos y actividades a corto y medio plazo,
- » la evaluación del valor teórico de las iniciativas solicitadas por los agentes sociales,
- » la preparación, el desarrollo y el cierre de los proyectos y acciones sociales,
- » la evaluación y difusión de resultados,
- » los proyectos de evaluación de la satisfacción, requerimientos y las expectativas de los agentes sociales y
- » la identificación y el desarrollo de mejoras e innovaciones sociales.

Como resultado del proyecto antes citado se establece un cambio muy importante en la gestión de la acción social, modificando esta visión (iniciativas sociales realizadas, colectivos a los que va dirigida e inversión económica) por la de huella social (impactos directos e indirectos

generados, valor económico y no económico transmitido, satisfacción de los agentes sociales y rentabilidad de la acción social). La aplicación de esta nueva forma de medición empezará a realizarse en varias pruebas piloto en 2019.

Caixa Popular diseña su huella social para dar respuesta a las necesidades del grupo de interés, "Agentes Sociales".

Los segmentos iniciales de esta categoría, que fueron objeto de estudio, de análisis y de identificación de requerimientos y expectativas, fueron los siguientes:

tercer sector,

entidades educativas,

sociedad en general,

redes sociales y foros,

entidades con posible impacto en el negocio

En la actualidad el enfoque de gestión de la huella social se sustenta en:

la estrategia de huella social 2018-2020,

la política de Huella social 2018

la organización (funciones y responsabilidades) para el desarrollo de la huella social, compuesta principalmente por la Comisión de huella social y el equipo de voluntariado,

la planificación de la gestión de la huella social del periodo 2018-2020.

El cuadro de mando estratégico e indicadores de la gestión de la huella social y

el procedimiento de gestión de las iniciativas sociales.

La organización ha obtenido con la participación y opiniones de los grupos de interés:

- » un análisis de la calidad, utilidad y valor de la acción social desarrollada entre 2015-2017 (DAFO),
- » un benchmarking competitivo social con las 5 compañías “benchmark” identificadas,
- » una nueva tipología de desarrollo de iniciativas de acción social, basadas en dos grandes grupos (generación de empleo y desarrollo social y mercantil y apoyo y valor social) que se segmentan en 11 tipos de proyectos e iniciativas concretas,
- » la priorización de las categorías y tipos antes mencionadas,
- » el diseño de un nuevo acceso y canal de entrada de las solicitudes de iniciativas sociales de los agentes sociales,
- » la evaluación y valor generado de la huella social,
- » la satisfacción actual con la gestión de la acción social de la compañía,
- » los requerimientos y expectativas para próximos ejercicios y
- » la reputación obtenida por la compañía del desarrollo de iniciativas sociales y de la integración en comarcas, ayuntamientos y barrios de la Comunidad Valenciana

Proyectos e iniciativas de Acción Social desarrolladas en la Comunidad Valenciana y resultados

Por su condición y sector Caixa Popular no produce impactos negativos en las comunidades y sociedad, salvo los relativos a una posible mala praxis en el desarrollo de sus operaciones con clientes.

Los mecanismos para su prevención se explican en el capítulo de “Huella económica y del negocio” y la identificación de posibles incumplimientos se detecta a través del canal ético y de las reclamaciones de los clientes.

En su campo de actuación (Comunidad Valenciana) no existen colectivos sociales que pueden entenderse como “Pueblos indígenas y tribales”, de acuerdo con el convenio número 169 de la organización internacional del trabajo (OIT).

Del análisis y participación de los grupos de interés se entienden como partes interesadas, principales o vulnerables, de Caixa Popular en el campo social, las siguientes:

- » **Ayuntamientos y barrios**
- » **Cooperativas.**
- » **Tejido asociativo empresarial y comercial.**
- » **Sociedad concreta, en el caso de desastres o catástrofes.**
- » **Personas con discapacidad.**
- » **Personas con riesgo de exclusión**
- » **Empoderamiento de la mujer.**

En relación a la planificación plurianual de 2018-2020 se han cumplido el 100% los proyectos e iniciativas del ejercicio (12 de 20)

y está a un nivel de cumplimiento de un 60% tras el primer ejercicio del mismo (correspondientes a los 8 restantes).

El resumen de las iniciativas sociales desarrolladas en 2018 se resume en el siguiente cuadro:

INICIATIVAS DE HUELLA SOCIAL EMPRENDIDAS EN 2018		
1.- Generación de empleo y desarrollo/mejora de la capacidad y valor de las organizaciones, sociedades e individuos		
Iniciativa social	Número	Impacto social (€)
Creación de empleo local, emprendimiento y apoyo “start up”	123	198.928,78
Apoyo a la innovación.	34	73.340,12
2.- Apoyo y valor a las sociedades, a las comunidades y a las personas desfavorecidas		
Iniciativa social	Número	Impacto social (€)
Cultura y valores	320	680.123,77
Infancia y juventud	4	2.650,00
Dependencia (tercera edad y otros)	14	2.173,09
Salud y deporte	202	530.883,68
Apoyo a la discapacidad y desfavorecidos	29	15.902,45
Otros sociales	197	153.238,78

Los resultados de la gestión realizada se presentan en el siguiente cuadro:

ACCION SOCIAL			
Como elemento estratégico de la gestión responsable de Caixa Popular en la Comunidad Valenciana se ha continuado incrementando el número de iniciativas y la inversión social realizada.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Número de iniciativas sociales	923	753	22,58 %
Inversión directa en acción social	1.657.240,58	1.532.345,42	8,15 %
Nº participaciones de voluntariado internacional	5	2	N/A

Voluntariado y Acciones de Cooperación Internacional

En Caixa Popular el voluntariado formal comienza a principios del siglo XX, a través de Grupo de cooperación, a través de tres vías de participación:

- » Participación en iniciativas de acción social de la entidad. Los voluntarios participan de forma libre en acciones sociales en las que participa la cooperativa,
- » Programa de voluntariado internacional. Todos los años entre 2 y 3 personas de la entidad viajan a Nicaragua (por problemas políticos no se viajó en 2017), bajo el apoyo de la ONG Pau i solidaritat, teniendo como socio local la ONG CIPRES. El objetivo es crear e impulsar cooperativas en las zonas campesinas más desfavorecidas de ese país.
- » El desarrollo del proyecto supone el desarrollo de talleres para la formación en todo tipo de materias de la gestión de organizaciones (crédito, ahorro, cooperativismo, autoestima, planificación, fijación de objetivos, plantillas, cálculos de costes, fijación de precios, comercialización, etc.)
- » Campaña un “día del salario”. De acuerdo con las bases y la hoja de inscripción las personas de la entidad donan el equivalente de un día de su salario para financiar iniciativas sociales. En 2018 sirvió para financiar seis proyectos de solidaridad y cooperación al desarrollo.

Las bases y gestión del voluntariado se establecen en la “Guía del Proyecto de Voluntariado”.

En relación al voluntariado internacional en 2018 participaron 5 voluntarios. Desde su inicio se ha colaborado en crear y desarrollar

6 cooperativas, de las cuáles en la actualidad están activas las 6.

Evaluación Social de Proveedores

En la actualidad no existe ninguna metodología o procedimiento que sirva para la evaluación y selección de los proveedores de la compañía por motivos sociales. La definición del método de obtención de información y de evaluación, así como el análisis de los

impactos sociales significativos, tanto potenciales como reales, en la cadena de suministro se realizará entre 2019 y 2020.

En 2019 está previsto desarrollar una metodología que permita asegurar el cumplimiento de las

convenciones de derechos humanos en los proveedores y cadena de suministro, así como la evaluación y la selección de los nuevos proveedores de acuerdo con una lista de criterios sociales.

Satisfacción, requerimientos y expectativas con las relaciones mantenidas con los Agentes Sociales

Durante el ejercicio 2018 se realizó una evaluación de la satisfacción del grupo de interés “agentes sociales” mediante entrevistas a 32

personas de los cinco segmentos del grupo de interés. Se evaluaron los siguientes campos de actuación:

- » **Satisfacción global con la acción social desarrollada.**
- » **Satisfacción con las variables del proceso de “Desarrollo de iniciativas de acción social”.**
- » **Satisfacción con los distintos tipos de desarrollo de las iniciativas sociales**
- » **Requerimientos y expectativas**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

SATISFACCIÓN GLOBAL	Caixa Popular desarrolla acciones sociales de alto valor e impacto en la Comunidad Valenciana.		8,5
SATISFACCIÓN CON LAS VARIABLES DEL PROCESO DE ACCIÓN SOCIAL			
Caixa Popular dispone de los medios e instalaciones que garantizan el correcto desarrollo de las acciones sociales	7,8	Caixa Popular realiza las actividades de acción social de una forma fiable y cuidadosa	9,4
Caixa Popular atiende las consultas, peticiones e incidencias de las personas u organizaciones de la sociedad en plazo y forma.	8,4	Caixa Popular aporta un personal adecuadamente cualificado y con elevado grado de profesionalidad.	8,5
Caixa Popular ofrece por medio de su personal la consideración, el respeto y la cortesía que requieren las organizaciones y la sociedad.	9,1	Caixa Popular demuestra honestidad y ética en la gestión de la huella social.	8,4
Caixa Popular ofrece seguridad ante la gestión realizada de la huella social.	8,4	Caixa Popular proporciona los canales de comunicación para poder resolver las necesidades de información/ solicitudes de acción social.	8,2
Caixa Popular la comunicación con las organizaciones y la sociedad es clara y fluida.	8,5	Caixa Popular se esfuerza en conocer los requerimientos y expectativas de org. y personas en materia de huella social	7,8
SATISFACCIÓN CON LOS DIFERENTES TIPOS DE MÉTODOS DE ACCIÓN SOCIAL			
Desarrollo de proyectos de acción social propios de una forma implicada, eficiente y fortaleciendo el valor de su huella social	6,8	Participa en proyectos de acción social en alianza de una forma implicada, eficiente y fortaleciendo el valor de su huella social	7,1
Participación en proyectos de acción social de otras organizaciones o ayuntamientos de una forma implicada, eficiente y fortaleciendo el valor de su huella social.	8,0	Participación en proyectos sociales mediante voluntariado de una forma implicada, eficiente y fortaleciendo el valor de su huella social.	7,8
Patrocinios de actividades o colectivos, propuestos por entidades y ayuntamientos, para reforzar su huella social	7,9	Colaboraciones en temas sociales, propuestos por entidades y ayuntamientos de forma eficiente, para reforzar su huella social	8,3

Requerimientos y expectativas del grupo de interés

Los requerimientos principales del grupo de interés “agentes sociales” se pueden resumir de la siguiente forma:

-
- » Analizar y definir colectivos, temas concretos (niños, discapacidad o personas desfavorecidas: autismo, enfermedades raras, etc.) y prioridades en el desarrollo y colaboración en iniciativas sociales y crear etiquetas o marchamos de valor social (entre 2 y 4).
-
- » Informar más y de una manera más moderna acerca de las acciones sociales a realizar y desarrolladas, así como de los impactos generados. Utilizar las redes sociales y el blog para aportar experiencias y testimonios de las acciones realizadas. Realizar al menos 8 -10 publicaciones o participaciones por día en redes como poco.
-
- » Elaborar una memoria de responsabilidad social.
-
- » Incrementar la involucración y participación de las personas de la empresa en el desarrollo de las iniciativas sociales: voluntarios, padrinos, jubilados, colaboradores y directivos.
-
- » Implementar un método para solicitar a la empresa formalmente (a través de la web corporativa) su participación en el desarrollo de acciones sociales con las adecuadas directrices y puntos de valor.
-
- » Crear una nueva línea de huella social con proyectos propios o en alianza, diseñados y dirigidos por la empresa de una forma creativa o innovadora.
-
- » Crear un logo social y una frase que defina la prioridad de Caixa Social en la generación de huella social “pasión por generar huella social en la Comunidad Valenciana” o parecido.
-
- » Crear “vips sociales” para que en las oficinas se los trate como a reyes (tercera edad, discapacitados, etc.).
-

-
- » Convertirse en un referente en voluntariado y en los diferentes perfiles de los colaboradores y participantes.
-
- » Crear un carnet de aliado social y/o un premio para la mejor ONG del año.
-
- » Apoyar más a las pequeñas organizaciones del tercer sector, aunque tengan menos nombre y relevancia.
-
- » Dinamizar una cultura de cooperativas y asociaciones responsables creando una Cátedra de RSC e invitando a asociaciones y cooperativas socias de Caixa Popular.
-
- » Desarrollar guías o documentos que difundan aspectos singulares de la Comunidad Valenciana: senderismo, cocina, fiestas, etc.
-
- » Cesión o alquiler barato de locales para organizaciones de valor social (ONG de pequeño tamaño, scouts, etc.).
-
- » Crear una línea de acciones sociales, combinando acción social interna con acción social externa. Por ejemplo, becas para hijos de empleados en campamentos de verano con orientación hacia temas asociados a la sostenibilidad.
-
- » Crear una línea de ayudas a la investigación tecnológica.
-
- » Separar con claridad la acción social de lo que es mera promoción comercial.
-
- » Concentrar las iniciativas sociales realizadas para trabajar en una menor cantidad, pero de mayor calidad, conveniencia, impacto y visibilidad. Existe la creencia de que la cooperativa tiene la directriz de atender muchas de las peticiones que se le proponen sin discriminar suficientemente, en función de donde estén sus prioridades en la generación de huella social.
-

Valor de la reputación para el grupo de interés

En relación a la reputación de Caixa Popular en la Comunidad Valenciana, este grupo de interés tiene la siguiente percepción:

REPUTACIÓN GLOBAL	Caixa Popular es una compañía con muy buena reputación en la Comunidad Valenciana.		8,5
SATISFACCIÓN CON LAS PALANCAS DE LA REPUTACIÓN			
Comportamiento ético y responsable en su gestión	8,7	Creativa, innovadora y tecnológica en su negocio	7,4
Comunica información veraz, en plazo y suficiente.	7,8	Apoya el desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad corporativa	8,1
Apoya y fomenta el cooperativismo y el asociacionismo	8,8	Modelo por la opinión, valores y satisfacción que transmiten sus empleados.	8,4
Bien gestionada económicamente y perdurable en el tiempo	8,8	Apoya la acción social mediante proyectos de RS.	9,1
Prioriza la calidad de sus servicios a sus clientes.	8,0	Busca la diferenciación (gestión y servicios) para asegurar el futuro y su crecimiento	8,6

En estas valoraciones es importante señalar que existe un cierto descenso generalizado, frente a lo hipotéticamente esperado, debido a que los encuestados de Alicante

y Castellón, no conocían suficientemente a Caixa Popular (limitado número de oficinas comerciales en esas provincias e información disponible).

El aspecto menos evaluado y más representativo es la Creatividad, innovación y desarrollo tecnológico para este grupo de interés.



5.5 Huella ambiental

De acuerdo con el sector y la estrategia del negocio, la empresa no puede producir impactos significativos o contingencias relevantes que afecten al medio ambiente.

Cualquier incidencia nunca supondría un daño sustancial al patrimonio, ni a la situación financiera de la entidad y tampoco provocaría ningún riesgo relevante para la sociedad.

Caixa Popular incorpora entre sus principios corporativos el respeto al medio ambiente y ha puesto el foco de su comportamiento responsable en tres áreas fundamentales:

- » La minimización en el uso del papel.
- » La minimización de los consumos energéticos en sus oficinas y en la sede central.
- » El reciclaje y la gestión de los residuos, en su caso, típicos de oficinas.

De ellos, el principal vector en los últimos ha sido el proyecto de minimización del uso de papel conocido en la empresa por el lema “Juntos, una oficina sin papel”

La responsabilidad de la gestión ambiental recae en el Departamento Financiero que todos los años desarrolla su actividad a través de acciones en estos tres campos de actuación.

Aunque en todos ellos se han obtenido resultados y avances significativos, a día de hoy no se dispone de los datos, ni de todos los indicadores de situación y gestión. Tampoco se ha realizado ningún tipo de comunicación sistemática externa al respecto.

Durante 2018 se ha iniciado un proyecto de remodelación y mejora de la Sede social que refleja

el interés de Caixa Popular en la gestión medioambiental y en la minimización de sus impactos en este campo.

Los objetivos principales son:

- » Mejorar la eficiencia lumínica por la sustitución de luminarias de baja eficiencia a LED.
- » Mejorar la eficiencia energética por la sustitución de aparatos de climatización a otros con un alto coeficiente de eficiencia (COP).
- » Reducción de pérdidas de temperatura interiores por sustitución de las carpinterías exteriores a otras con rotura de puente térmico (RPT) que mejoran el aislamiento (entre la parte interior y exterior incluyen un material aislante para evitar la transmisión de frío y/o calor).
- » Instalación de Sistemas Urbanos de Drenaje Sostenible (SUDs) en el parking.
- » Mejora del entorno y funcionalidad de los espacios de trabajo.



El proyecto se finalizará en 2019, por lo que sus resultados se empezarán a notar en 2020 y años sucesivos.

En relación a los vectores de actuación actuales los resultados de los ejercicios 2017 y 2018 son los siguientes:

GESTIÓN MEDIO AMBIENTAL			
La inexistencia de un esquema de trabajo y de un sistema de gestión del medio ambiente específico y organizado de forma sistemática en su ejecución, hace que los datos que se presentan no sean todo lo representativos que podrían ser y las variaciones no pueden ser explicadas suficientemente, salvo en el caso del papel. Entre los dos últimos años ha habido una reducción muy notable en el consumo de papel en servicios centrales. No se ha producido ningún incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Consumo de papel oficina estándar: N° hojas	1.800.000	1.817.000	-0,94 %
Consumo de papel pre impreso: N° hojas	490.000	688.000	-28,78 %
Consumo de papel/cliente N° hojas Clientes 2017: 188.599. Clientes 2018: 193.890	9,28	9,63	-3,64 %
Consumo de papel/cuenta N° hojas Cuentas 2017: 131.283. Cuentas 2018: 135.334	13,33	13,84	-3,90 %
Documentos enviados a clientes (correo físico)	865.117	1.101.454	-21,46 %
Documentos enviados por cliente	4,46	5,84	-23,60 %
Documentos enviados por cuenta	0,34	0,42	-20,50 %
Reciclaje de papel (kg)	4.233	3.906	+8,37 %
Reciclaje de envases (kg)	340	1372	-75,22 %
Reciclaje de pilas alcalinas/salinas (kg)	10	7	+42,86 %
Retirada de materias inertes (kg)	65	0	No aplicable.
Reciclaje de toner (kg)	50	90	+55,56 %
Consumos energía por metro cuadrado (kw/m2) 2017:17.749 m2; 2018: 18.297 m2.	93,85	91,43	+2,65 %
Oficinas con consumo de energías renovables	9	0	N/A
Iniciativas ambientales (nº)	8	3	266,67%
Inversión en iniciativas ambientales (€)	19.380,05	15.812,80	+ 22,56 %
Consumos de agua (m3) (*)	4.420	3281	34,71 %

* Incremento por las obras de reforma y mejora de la sede central.

Evaluación Ambiental de Proveedores y Clientes

En la actualidad no existe ninguna metodología o procedimiento que sirva para la evaluación de los proveedores y clientes de la compañía por motivos ambientales.

La definición del método de obtención de información y de evaluación, así como el análisis de los impactos ambientales significativos, tanto potenciales como

reales, en la cadena de suministro y en los clientes se realizará en los siguientes ejercicios.

Satisfacción, requerimientos y expectativas en materia ambiental

Durante el ejercicio 2018 se realizó una evaluación de la satisfacción del grupo de interés “medio ambiente” mediante entrevistas a 5 personas, expertos y ONG ambientalistas de la Comunidad Valenciana y a nivel nacional.

Se evaluaron los siguientes campos de actuación:

- » Satisfacción global con la gestión ambiental desarrollada.
- » Satisfacción con las variables del proceso de “gestión medioambiental”.
- » Satisfacción sobre la calidad y valor prestado en los seis grandes campos de la conservación y mejora ambiental
- » Identificación de los requerimientos, expectativas y puntos que supondrían una mejora de la gestión del medio ambiente y de la difusión de los resultados obtenidos.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

SATISFACCIÓN GLOBAL	Caixa Popular desarrolla realiza una gestión responsable del medio ambiente.		6,0
SATISFACCIÓN CON LAS VARIABLES DEL PROCESO DE GESTIÓN AMBIENTAL			
Caixa Popular dispone de los medios e instalaciones que garantizan el correcto desarrollo del proceso	5,2	Caixa Popular realiza las actividades de gestión ambiental de una forma fiable y cuidadosa	5,7
Caixa Popular atiende las consultas, peticiones e incidencias de las personas u organizaciones de la sociedad en plazo y forma.	5,8	Caixa Popular aporta un personal adecuadamente cualificado y con elevado grado de profesionalidad.	5,7
Caixa Popular ofrece por medio de su personal la consideración, el respeto y la cortesía que requieren las organizaciones y la sociedad.	6,0	Caixa Popular demuestra honestidad y ética en la gestión del medio ambiente	5,3
Caixa Popular ofrece seguridad ante la gestión realizada del medio ambiente	5,3	Caixa Popular proporciona los canales de comunicación para poder resolver las necesidades de información o documentación.	5,3
Caixa Popular la comunicación con las organizaciones y la sociedad es clara y fluida.	6,3	Caixa Popular se esfuerza en conocer los requerimientos y expectativas de organizaciones y personas en materia de medio ambiente	4,7

SATISFACCIÓN CON LOS DIFERENTES TIPOS DE GESTIÓN AMBIENTAL			
Caixa Popular realiza acciones y proyectos de mejora de la eficiencia energética, en oficinas y en su sede, de alto valor ambiental	5,0	Caixa Popular realiza acciones y proyectos de minimización y compensación de las emisiones de gases de efecto invernadero	4,5
Caixa Popular realiza acciones y proyectos de minimización de su huella hídrica	3,8	Caixa Popular realiza acciones y proyectos de minimización del consumo de derivados del petróleo.	4,5
Caixa Popular colabora en acciones y proyectos para la mejora de la biodiversidad y del paisaje	5,7	Caixa Popular realiza acciones y proyectos para minimizar residuos y asegura el reciclaje específico de cada tipo de ellos.	5,3

Requerimientos y expectativas del grupo de interés

En relación a los requerimientos y expectativas principales del grupo de interés “medio ambiente”, las principales propuestas fueron:

- » **Diseñar e implementar proyectos medioambientales relacionados con el negocio y con la casuística principal de mejora y conservación de espacios y ecosistemas regionales. De acuerdo con esta directriz los proyectos deberían estar relacionados con la agricultura, las playas, el entorno vegetal en los barrios y los espacios forestales.**
- » **Convertirse en un “driver” de conocimiento y valor para el sector agroalimentario, especialmente para las cooperativas, aprovechando la vinculación y complicidad con este tipo de organizaciones, y para las asociaciones de la Comunidad Valenciana en temas de medio ambiente y de responsabilidad social.**
- » **Poner en marcha programas a largo plazo de minimización de los consumos energéticos y de eficiencia en las oficinas, informando de ello en las propias sucursales y en redes sociales para el conocimiento de los clientes y del público, en general.**
- » **Compensar la generación de gases de efecto invernadero por consumos de energía eléctrica (electricidad y climatización) mediante la plantación de árboles y mejora forestal u otros medios.**
- » **Promover en barrios y localidades relevantes, el diseño y desarrollo de acciones distintivas para la concienciación de la ciudadanía en aspectos ambientales. Por ejemplo, huertos de barrio, importancia del reciclaje bien realizado, etc.**
- » **Desarrollar de forma sistemática, al menos uno o dos proyectos por ejercicio en materia ambiental con la colaboración del grupo de voluntariado.**
- » **Mientras que en la gestión de la acción social existen una serie de canales definidos e interlocutores específicos para su atención, estos no existen en materia de medio ambiente. Se propone establecer estas vías bajo la dirección de un responsable u órgano especializado en materia de gestión ambiental.**
- » **Tomar conciencia de la importancia que tiene para la empresa y para el planeta el asumir, concienciarse y hacer frente a los impactos medioambientales que se generan, sin olvidar la colaboración en la mejora global del planeta.**
- » **Para ello, es necesaria la construcción de un cuadro de mando con los indicadores básicos más relevantes.**
- » **Deben abarcar los seis tipos de gestión medioambiental de una empresa financiera y obtener los resultados de los mismos para los ejercicios en los que se tenga información.**

- » Aunque en el sector financiero la gestión medioambiental no tiene un impacto especialmente relevante en relación a otros sectores, sus empresas son responsables, desde un punto de vista ético, de la compensación de los impactos que producen. Ya sea por las emisiones de gases de efecto invernadero generadas, por la destrucción de masa forestal por el consumo de papel, etc.
- » Informar de lo que se realiza en relación a la conservación y mejora ambiental a través de redes sociales y a través de los posibles informes de responsabilidad social o memorias anuales del negocio.
- » Implementar y poner el foco en la concesión de préstamos, bajo criterios ESG (medio ambiente, social y gobierno corporativo). Evaluar a los clientes en función de su potencialidad de impacto ambiental y establecer medidas a la hora de conceder créditos o préstamos (plásticos, herbicidas y contaminación de aguas, principalmente).

Valor de la reputación para el grupo de interés

En relación a la reputación de Caixa popular en la Comunidad Valenciana, este grupo de interés tiene la siguiente percepción:

REPUTACIÓN GLOBAL	Caixa Popular es una compañía con muy buena reputación en la C. Valenciana.		6,4
SATISFACCIÓN CON LAS PALANCAS DE LA REPUTACIÓN			
Comportamiento ético y responsable en su gestión	7,2	Creativa, innovadora y tecnológica en su negocio	5,6
Comunica información veraz, en plazo y suficiente.	4,8	Apoya el desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad corporativa	4,8
Apoya y fomenta el cooperativismo y el asociacionismo	8,0	Modelo por la opinión, valores y satisfacción que transmiten sus empleados.	7,6
Bien gestionada económicamente y perdurable en el tiempo	6,8	Apoya la acción social mediante proyectos de RS.	7,6
Prioriza la calidad de sus servicios a sus clientes.	6,0	Busca la diferenciación (gestión y servicios) para asegurar el futuro y su crecimiento	6,8

Los aspectos en los que hay una peor percepción son: como se apoya el desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad social, la difusión de información veraz, en plazo y suficiente y finalmente, la creatividad, la innovación y la tecnología en el negocio.

En estas valoraciones queda reflejada la opinión de cómo la gestión del medio ambiente impacta en la reputación de la compañía para esta parte interesada.

La entidad entiende que la gestión medioambiental es el vector de la responsabilidad social en el que

más hay que avanzar teniendo en cuenta las posibilidades y recursos disponibles.

En el plan plurianual de responsabilidad social está previsto un proyecto cuyos objetivos son:

-
- » la definición de los vectores necesarios para consolidar el eje de gestión medioambiental y realizar a medio y largo plazo los proyectos y actividades para evidenciar un posicionamiento profesional y completo, desde el punto de vista de los requerimientos de los proscriptores más relevantes en esta materia (Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (PNUMA), Carbon disclosure project (CDP), International Standards Organization (ISO), Unión internacional para la conservación del medio ambiente o la futura Organización mundial del medio ambiente por poner varios ejemplos),

 - » el diseño y publicación de la primera “Política de Huella ambiental” en la que se recojan los principios de actuación, los compromisos con este grupo de interés y los vectores para su gestión,

 - » el cuadro de mando estratégico, los datos e indicadores a gestionar (analizar si es posible obtener su trazabilidad a varios años),

 - » la definición de las vías principales de acción para hacer frente al calentamiento global y especialmente a la huella de carbono.
-

5.6 Gestión de la tecnología e información

Caixa Popular como entidad perteneciente al Grupo Caja Rural utiliza los servicios informáticos comunes de la empresa participada RSI (Rural Servicios Informáticos) al igual que el resto de las cajas.

Por tanto, RSI como “outsourcing tecnológico”, es responsable de las actividades de desarrollo o mejoras de las aplicaciones clave del negocio, de la ubicación de datos, de la seguridad informática de las mismas, de las páginas web,

etc. y establece protocolos para la utilización diferenciada por todas las empresas del Grupo.

Las principales aplicaciones utilizadas por las empresas del Grupo son la de gestión de clientes (Rural Vía), la de gestión de personas (SAP) y la de gestión del negocio (IRIS NTF) que residen en RSI y son de su completa responsabilidad.

Caixa Popular, participa en todos los grupos de trabajo de RSI (especialmente

el de Informática y el de organización) para aportar mejoras, innovaciones e influir en las decisiones técnicas y en la definición y priorización de proyectos.

Para la prestación excelente de los servicios antes indicados RSI establece un marco de certificaciones, bajo sistemas de gestión, que asegura la calidad y mejora continua de los sistemas y procesos:

- » **ISO 27001 Sistema de gestión de la seguridad informática (desde 2010).**
- » **ISO 38500 Gobernanza de la tecnología de la información (desde 2010).**
- » **ISO 22301 Sistema de gestión para la continuidad del negocio (desde 2013)**
- » **ISO 22320 Sistema de gestión para la respuesta ante emergencias (desde 2013)**
- » **CMMi (CVS) Ciclo de vida de software (nivel 3)**
- » **LEET Security AAA para la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información.**
- » **Revisiones anuales de análisis de riesgos tecnológicos BIA y de Gobierno.**

De forma complementaria, también posee otras certificaciones de gran valor para incrementar la confianza y valor de su gestión:

- » **UNE 19601 Sistema de gestión de compliance penal (desde 2018)**
- » **ISO 37001 Sistema de gestión anti soborno.**

En referencia a todo lo relativo a la gestión y personalización de documentos, cheques y tarjetas financieras es la empresa DOCALIA la que presta estos servicios a la entidad.

Esta organización posee las certificaciones necesarias para asegurar la buena gestión que realiza (ISO 9001 para la calidad, ISO 14001 para la seguridad laboral, OHSAS

18001 para la salud y seguridad laboral, ISO 27001 para la seguridad informática, IQNet RS 10 para la responsabilidad social y otras más relacionadas con su actividad).

Actualmente hay dos grandes macro proyectos plurianuales de valor en la gestión de las tecnologías de la información:

La protección anti “ciberdelitos” (sabotajes, piratería, cajeros y tarjetas y, por último, robos de identidad).

“Bigdata”:

- Modelo clientes nuevos.
- Modelos propensión.
- Modelo deserción de clientes.
- Modelo análisis de logs.
- Modelo segmentación.

RSI elabora y publica informes mensuales de los acuerdos de calidad de servicio establecidos para los siguientes capítulos:

Plataforma bancaria

Medios de pago

Centro de información

Intercambio

Banca a distancia

Atención a usuarios

Los resultados obtenidos en 2017 y 2018 fueron:

GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN			
El cumplimiento de los acuerdos de nivel de servicio relativos a la disponibilidad de aplicaciones y sistemas son razonables. El único aspecto destacable es el descenso producido en la del centro de información			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Cumplimiento ANS Plataforma bancaria	99,9 %	99,65 %	0,25 %
Cumplimiento ANS Medios de pago	100,0 %	99,99 %	0 %
Cumplimiento ANS Centro de información	93,0 %	97,37 %	-4,49 %
Cumplimiento ANS Intercambio	100,0 %	100 %	0 %
Cumplimiento ANS Banca a distancia 2	99,9 %	99,96 %	0%
Cumplimiento ANS Atención a usuarios 1	96,2 %	96,23 %	0%

ATENCIÓN A CLIENTES E INCIDENCIAS			
El cumplimiento de los acuerdos de nivel de servicio relativos a la atención prestada tanto a Cajas, como a clientes finales entre los dos ejercicios son muy similares y muy positivos salvo el de resolución de incidencias			
VARIABLE	AÑO 2018	AÑO 2017	VARIACIÓN
Atención a llamadas de clientes finales	100,0 %	100,0 %	0 %
Atención de llamadas al CAU	100,0 %	100,0 %	0 %
Resolución de incidencias	84,91 %	85,17 %	-0,31%
Tiempo de espera llamadas clientes finales	100,0 %	100 %	0 %

El área de Informática es responsable de:

la planificación de proyectos y actuaciones relativas a los sistemas y medios informáticos de la organización,

la definición de la plataforma informática,

la seguridad de procesos y sistemas,

la gestión y operatividad de equipos informáticos (servidores, ordenadores, etc.), redes, dispositivos de apoyo (impresoras, etc.), software, soluciones de telecomunicación, telefonía, etc.,

micro informática y desarrollos locales y

la gestión del resto de la tecnología del negocio, con la investigación y pruebas asociadas.

Ciberseguridad

Con el objeto de hacer frente al “Cibercrimen” en referencia a sabotajes, piratería, protección en cajeros y tarjetas, robos de identidad, etc. RSI establece acciones en tres campos de acción:

- » **Gestión del Antimalware en RSI**
- » **Gestión de la Seguridad del entorno en RSI**
- » **Gestión de la seguridad en la capa de aplicación**

Para ello crea herramientas, procedimientos, guías, análisis y protocolos de minimización del riesgo.



5.7 Gestión de grupos de interés

En la actualidad no basta con establecer las estrategias, los proyectos y las actividades de la empresa desde un punto de vista interno y endogámico.

La percepción y requerimientos razonables de los grupos de interés son una información valiosa y esencial para que el desarrollo de los procesos y productos del negocio sea de la máxima utilidad, del máximo valor y responda a los retos y necesidades de las sociedades y del planeta.

Para hacer frente a este nuevo enfoque Caixa Popular diseñó en 2018 un sistema

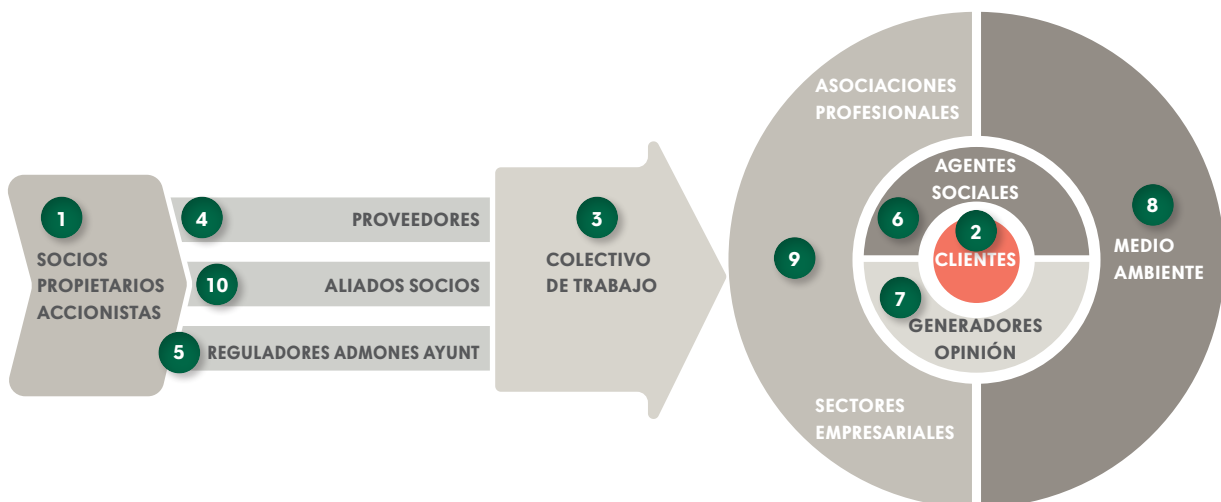
completo de gestión de grupos de interés conceptualizado mediante la “Metodología de gestión de grupos de interés de Caixa Popular”. Para la misma se realizó un estudio interno y externo plasmado en el documento “Análisis y evaluación de la gestión actual de grupos de interés en Caixa Popular”

Esta metodología se ha diseñado teniendo en cuenta los requerimientos y directrices de la organización AccountAbility expresadas en los estándares: AA 1000 AccountAbility Principles, AA1000 Assurance

Standard y AA1000SES Stakeholder Engagement Standard.

En este sistema la primera decisión fue identificar todas las categorías y segmentos de los mismos”.

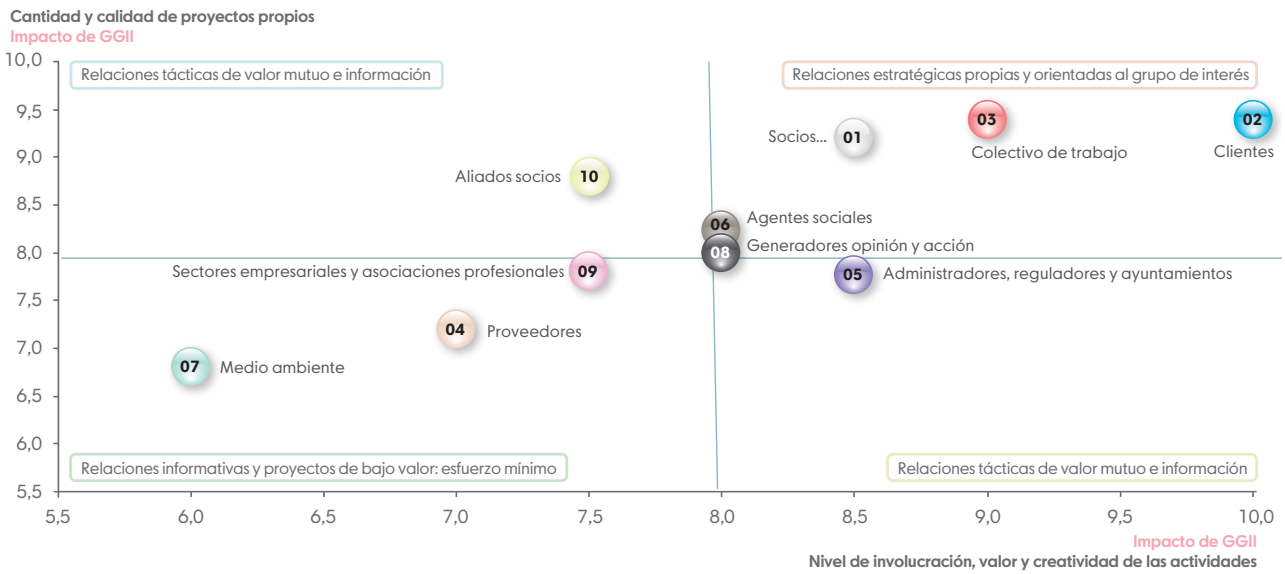
Resultado del análisis de los procesos y de las relaciones mantenidas con las mismas se identificaron 10 categorías de grupos y 32 segmentos con los se entendió imprescindible establecer un marco sistemático de relaciones y periódicamente desarrollar estudios de satisfacción y de requerimientos y expectativas.



Estos grupos fueron priorizados internamente (25 personas) y externamente por una muestra representativa de expertos en gestión de grupos de interés (6).

De los diez, tres obtuvieron una consideración de críticos; otros tres, esenciales; otros tres medios y uno de consideración baja.

A continuación, se presenta el mapa de influencia e impacto de los grupos de interés



Caixa Popular selecciona entre los mismos grupos de interés principales o vulnerables a los siguientes:

Ayuntamientos y barrios (ciudadanos).

Cooperativas.

Tejido asociativo empresarial y comercial.

Sociedad concreta, en el caso de desastres o catástrofes.

Personas con discapacidad.

Personas con riesgo de exclusión

Empoderamiento de la mujer.

En función de esas prioridades se establece con cada uno de los mismos un marco de relaciones basado en la siguiente tipología:

Información		Prospecciones / Análisis			Acciones comerciales					Actividades post-comerciales			Acciones de desarrollo			Actuación avanzada				
Memorias / Informes / Web / Intranet	Información específica / RRSS / Publicidad / Promociones	Presentaciones / Jornadas puertas abiertas	Estudios de mercado y técnicos	Req y espectativas GI / Plataformas diálogo GI	Intercambio de experiencias	Estudios comparativos	Ofertas / Contratos	Solicitudes / Adquisiciones	Licencias / Autorizaciones	Prestación de servicios	Patrocinios / Colaboraciones	Peticiones / Consultas / Sugerencias	Servicio de atención a GI	Gestión de reclamaciones de GI	Encuestas y métodos cuantitativos	Equipo de trabajo	Proyectos conjuntos	Proyectos de mejora	Benchmarking y mejores prácticas	Alianzas estratégicas / Convenios

El primer proyecto de ese sistema de gestión de grupos de interés fue medir su percepción en relación a:

- » **la satisfacción global con los servicios y relaciones mantenidas,**
- » **la satisfacción con las variables globales del servicio/relación (medios, fiabilidad, atención, cualificación, cortesía, ética, seguridad, canales, comunicación, requerimientos y expectativas) y**
- » **la satisfacción con los diferentes tipos de procesos/productos/actividades mantenidas**

Las encuestas personales se realizaron a una muestra prácticamente aleatoria de 187 personas repartidas entre los 10 tipos de grupos de interés según su prioridad.

A continuación, se presenta el cuadro de satisfacción medio de las 10 categorías de grupos de interés para los tres conceptos antes indicados (valoración de 0 a 10).

Grupo de Interés	Satisfacción global (SG)	Satisfacción variables del servicio/relación	Satisfacción procesos / actividades
1.- SOCIOS PROPIETARIOS	8,6	8,9	9,0
2.- CLIENTES	9,2	9,2	9,0
3.- COLECTIVO DE TRABAJO	7,7	8,7	8,7
4.- PROVEEDORES	9,0	9,3	9,1
5.- REGULADORES, ADMINISTRACIONES Y AYUNTAMIENTOS	9,4	9,4	9,1
6.- AGENTES SOCIALES	8,5	9,0	7,7
7.- MEDIO AMBIENTE	6,0	5,5	4,8
8.- GENERADORES DE OPINIÓN	8,8	8,9	8,3
9.- SECTORES Y ASOCIACIONES	9,4	9,4	9,0
10.- ALIADOS SOCIOS	9,8	9,8	9,6

Como consecuencia de estas valoraciones se observa que la media en las que las puntuaciones medias está entre 9 y 10, y por tanto son grupos de interés con la máxima satisfacción, corresponden a los tipos: Clientes, Proveedores. Reguladores, Sectores y asociaciones y Aliados socios.

Muy cerca de ese rango están los Socios propietarios, los Generadores de opinión y los Agentes sociales. En éste último grupo el ligero descenso se debe al escaso conocimiento de la compañía por entrevistados de Alicante y sobre todo de Castellón de la plana en los que la compañía no tiene oficinas

(aproximadamente un 20 % de los entrevistados), según sus palabras.

Los más exigentes y críticos se corresponden con el Colectivo de trabajo y el Medio ambiente.

Del cálculo el valor medio compuesto ponderado, según la prioridad de los grupos de interés, se obtienen los siguientes valores medios:

Satisfacción global (SG) = 8,7

Satisfacción con las variables del servicio/relación = 8,5

Satisfacción con procesos / actividades = 8,5

El siguiente paso en esta metodología fue obtener los requerimientos y expectativas de los grupos de interés. Esta identificación se realizó después

de analizar la satisfacción global y la de los diferentes procesos en los que cada grupo de interés interacciona con Caixa Popular.

En total se obtuvieron las siguientes requerimientos y expectativas:

Grupo de Interés entrevistados	Propuestas y sugerencias
1.- SOCIOS PROPIETARIOS	22
2.- CLIENTES	28
3.- COLECTIVO DE TRABAJO	18
4.- PROVEEDORES	15
5.- ORGANIZACIONES, REGULADORES, ADMINISTRACIONES Y AYUNTAMIENTOS	25
6.- AGENTES SOCIALES	48
7.- MEDIO AMBIENTE	14
8.- GENERADORES DE OPINIÓN	16
9.- SECTORES Y ASOCIACIONES	10
10.- ALIADOS SOCIOS	7
PROPUESTAS totales: 203 Media de propuestas por entrevistado: 1,3	

Estos requerimientos analizaron y agruparon en un documento denominado “Las 100 mejores propuestas de mejora para

poner en valor la RS y la gestión de los GGII en Caixa Popular”. Durante los dos o tres siguientes ejercicios se atenderán el

mayor número posible de ellas indicándose en los programas anuales de responsabilidad social.

Por su relevancia y la coincidencia entre los grupos de interés las propuestas clave priorizadas fueron:

Creatividad e innovación en productos y relaciones

Comunicación y difusión de la RS (RRSS y Memoria de responsabilidad social)

Modernización tecnológica e imagen (web, logo, sistemas, etc.) Ser disruptivos y diferentes; orientarse a los “millennials”.

Mejora de la funcionalidad de Rural vía

Colas, rapidez en la atención y minimización de errores.

Acción social, no general y “no decir SI a todos”. Desarrollar proyectos propios de Huella Social, cuantificar impactos y monetizar la huella generada. Ocupar espacios vacantes.

Crecimiento en Alicante y Castellón

Voto electrónico y retransmisión de la Asamblea General

Canales al GI: socio y lobbies. Grupos focales y “Open days”.

Centro de reuniones y de formación de Caixa Popular

Convertirse en la principal empresa financiera de la CV.

Ser un agente del cambio y líder en responsabilidad social.

Los compromisos generales con los diferentes grupos de interés se integrarán en las políticas que la organización desarrolle en los próximos ejercicios y los específicos a través de los programas anuales de proyectos y actividades de responsabilidad social de la organización.



5.8 Comunicación y transparencia

La comunicación externa e interna de Caixa Popular es responsabilidad del Área de Comunicación y Experiencia de Cliente. Hasta el año 2016 la comunicación de Caixa Popular respondía al enfoque tradicional del sector banca.

Este enfoque asociaba la comunicación y la publicidad,

casi exclusivamente, a los productos comerciales de la entidad y en menor medida, a la imagen de marca o a hechos relevantes en su historia.

Este planteamiento era el utilizado, tanto en los medios de comunicación externos, como en los propios de la organización (página web, oficinas

comerciales, informes, etc.) y en las redes sociales.

Fruto de ese enfoque las dos últimas planificaciones de la comunicación respondieron a dos importantes ideas fuerza:

- » **Cooperamos con las personas, 2016**
- » **40 años de historia de Caixa Popular, 2017**

Durante el ejercicio 2016 se definió una nueva y disruptiva estrategia de comunicación y publicidad que supone un cambio muy sustantivo en su posicionamiento y en la integración en el negocio.

En esta nueva estrategia el concepto esencial reside en establecer una comunicación

emocional que asocie la imagen de marca con el negocio, a través de los principios corporativos de la entidad.

Esta estrategia trata de explicar emocionalmente cuáles son los aspectos diferenciales del nuevo

posicionamiento estratégico de Caixa Popular ante todos los grupos de interés y da entrada a los nuevos inductores de valor incluidos en la planificación estratégica “Reinventar-se 2020”.

Estos son:

- » **La gestión de las emociones y la actitud positiva en las relaciones y en la experiencia del cliente,**
- » **la evolución de la acción social hacia la responsabilidad social extendida,**
- » **el apoyo y vinculación con el empoderamiento de la mujer y**
- » **la difusión de los valores corporativos como herramienta de integración en la Comunidad Valenciana.**

La campaña institucional 2018-2020, denominada “Caixa Popular, la banca que te toca” trata de explicar cómo la gestión de la Caixa Popular da respuesta a:

- » **basar en la emoción el eje relacional clave con los clientes,**
- » **la creación de empleo y mejora de la accesibilidad financiera,**
- » **la solidaridad y el apoyo a la sociedad,**
- » **la importancia y el efecto cohesionador de la cultura y el lenguaje,**
- » **el valor del cooperativismo y del asociacionismo y**
- » **en darse a conocer en mayor medida y profundidad en la Comunidad Valenciana.**

Esta campaña se ha aplicado en los siguientes medios:

- » **Televisión pública autonómica (primer spot en su historia reciente) e imagen emocional de marca en medios masivos con contenidos a la carta geo-localizados.**
- » **Spots de radio informando de cómo se crea empleo, cómo se mejora la accesibilidad financiera (nuevas oficinas y cajeros), cómo se colabora con las necesidades de los clientes (horarios de tarde) y cómo ser más conocidos en toda la comunidad (“llegar a que nos conozcas y poder tocar tu corazón”).**
- » **Páginas de contenidos (Youtube).**
- » **Redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram)**
- » **Sala de Prensa con las noticias e información relevante de la entidad.**

El desarrollo de los procesos de comunicación y de las relaciones con los grupos de interés se realiza a través de expertos en comunicación y redes, externos y de la propia empresa (periodistas, community manager).

Toda la comunicación difundida es responsable, siendo sus vectores de calidad: el rigor, la veracidad, la no discriminación, la ética y el respeto de los principios del negocio.

Al final de cada estrategia se identifican acciones de mejora, de creatividad e innovaciones para su inclusión en la siguiente campaña. Como directriz estratégica, un 10% de cada presupuesto se utiliza para esta creatividad y generación de valor.

Satisfacción, expectativas y requerimientos de los Organismos Generadores de Opinión y Acción

Durante el ejercicio 2018 se realizó una evaluación de la satisfacción del grupo de interés “Organismos generadores de opinión y acción” que incluía a medios de comuni-

cación, redes sociales/influencers y analistas financieros, mediante entrevistas a 13 personas de esta categoría, en la Comunidad Valenciana.

Se evaluaron los siguientes campos de actuación:

- » **Satisfacción global con las relaciones mantenidas.**
- » **Satisfacción con las variables de calidad de las actividades y relaciones.**
- » **Satisfacción sobre la calidad y valor prestado en los dos tipos de actividades.**
- » **Identificación de los requerimientos, expectativas y puntos que supondrían una mejora de la relación y actividades con el grupo de interés.**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

SATISFACCIÓN GLOBAL	Caixa Popular participa de forma profesional y valiosa en los requerimientos y colaboraciones solicitadas por los organismos generadores de opinión y acción.	8,8
SATISFACCIÓN CON LAS VARIABLES DE LAS ACTIVIDADES Y RELACIONES MANTENIDAS		
Caixa Popular dispone de los medios e instalaciones que garantizan el correcto desarrollo de las actividades y relaciones con el grupo de interés.	8,2	Caixa Popular realiza las actividades y relaciones de una forma fiable y cuidadosa 8,9
Caixa Popular atiende las consultas, peticiones e incidencias de las personas u organizaciones del grupo de interés en plazo y forma.	9,1	Caixa Popular aporta un personal adecuadamente cualificado y con elevado grado de profesionalidad. 9,4
Caixa Popular ofrece por medio de su personal la consideración, el respeto y la cortesía que requiere el grupo de interés.	9,5	Caixa Popular demuestra honestidad y ética en cuanto a las relaciones con los organismos generadores de opinión y acción. 9,7
Caixa Popular ofrece seguridad ante la información y la colaboración prestada a los organismos generadores de opinión y acción	8,9	Caixa Popular proporciona los canales de comunicación para poder resolver las necesidades de información o documentación. 8,3
Caixa Popular la comunicación con las organizaciones e interesados es clara y fluida.	9,2	Caixa Popular se esfuerza en conocer los requerimientos y expectativas de los organismos generadores de opinión y acción. 8,3
Caixa Popular elabora y difunde información fiable y de valor para los análisis e información a realizar por los organismos generadores de opinión y acción.	8,5	Caixa Popular colabora en los proyectos y actividades solicitadas por los organismos generadores de opinión y acción 8,0

Requerimientos y expectativas del grupo de interés

En relación a los requerimientos y expectativas principales del grupo de interés “Organismos generadores de opinión y acción”, éstos hicieron las siguientes propuestas:

- » **Mejorar la atención a peticiones o necesidades de información. Refieren dificultad en comunicarse con la persona proveedora de la información, ocurriendo en algunos casos la no atención de solicitudes.**
- » **Colaborar y patrocinar jornadas de los medios de comunicación.**
- » **Establecer reuniones y relaciones sistemáticas durante el año. Realizar una rueda de prensa anual sobre los resultados obtenidos y al menos uno o dos encuentros con los líderes de la organización para conocer estrategias, prioridades, metas, resultados obtenidos y asuntos de interés mutuos.**
- » **Incrementar la información aportada al exterior y difundir en mayor medida noticias de interés.**
- » **Elaborar una memoria de responsabilidad social o un informe anual con datos complementarios a los financieros y económicos.**
- » **Avanzar en la imagen, contenidos y enfoque de la web corporativa. Visión muy tradicional y con pocos contenidos relevantes, salvo los comerciales. Analizar el interés de mejorar la sala de prensa electrónica virtual con noticias relevantes, fotos y otro tipo de contenidos.**
- » **Diseñar una campaña de impacto diferenciadora y moderna (al estilo de la campaña de diálogos del Sabadell). En este caso con testimonios de empleados, comparando el empleado de Caixa Popular frente al empleado de la banca tradicional.**
- » **Empezar a evaluar y arriesgar en propuestas más agresivas y novedosas (campañas virales).**
- » **Cambiar el tono y la manera en que se gestionan las redes sociales. Adoptar un estilo menos formal y convencional con poco impacto en la sociedad actual.**
- » **Incrementar la actividad divulgativa y de formación/educación en las redes sociales. En este campo proponen tener un posicionamiento claro de la empresa ante temas de derechos humanos, especialmente en temas de igualdad y diversidad.**
- » **Analizar el interés posicionarse de forma activa e implicada en algunos problemas de mayor impacto en la actualidad en las sociedades. Por ejemplo, el respeto al colectivo LGBT (Lesbianas, Gais, Bisexuales y Transexuales), la violencia de género, el acoso escolar, etc.**

Valor de la reputación para el grupo de interés

En relación a la reputación de Caixa Popular en la Comunidad Valenciana, este grupo de interés tiene la siguiente percepción:

REPUTACIÓN GLOBAL	Caixa Popular es una compañía con muy buena reputación en la Comunidad Valenciana.		9,5
SATISFACCIÓN CON LAS PALANCAS DE LA REPUTACIÓN			
Comportamiento ético y responsable en su gestión	9,5	Creativa, innovadora y tecnológica en su negocio	6,6
Comunica información veraz, en plazo y suficiente.	8,5	Apoya el desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad corporativa	9,2
Apoya y fomenta el cooperativismo y el asociacionismo	9,8	Modelo por la opinión, valores y satisfacción que transmiten sus empleados.	9,1
Bien gestionada económicamente y perdurable en el tiempo	9,5	Apoya la acción social mediante proyectos de RS.	9,7
Prioriza la calidad de sus servicios a sus clientes.	8,5	Busca la diferenciación (gestión y servicios) para asegurar el futuro y su crecimiento	8,6

En estas valoraciones queda reflejada la opinión del grupo de interés en la construcción de la reputación de la compañía. Destacan muy positivamente el/la:

- » **comportamiento ético,**
- » **apoyo al desarrollo sostenible mediante proyectos de responsabilidad corporativa,**
- » **cómo se apoya y fomenta el cooperativismo y el asociacionismo,**
- » **cómo la empresa es un modelo por la opinión, valores y satisfacción que transmiten sus empleados,**
- » **buena gestión económica y perdurable en el tiempo y**
- » **cómo se apoya la acción social mediante proyectos de RS.**

El aspecto en el hay una peor percepción es la creatividad, la innovación y la tecnología en el negocio.



6. Proyectos de responsabilidad social 2019

Durante este ejercicio los proyectos de responsabilidad social de Caixa Popular responderán principalmente a las siguientes necesidades:

-
- » Consolidar el nuevo modelo de gestión de la responsabilidad social definido en 2018 como consecuencia del proyecto “Estudio estratégico de la responsabilidad social corporativa y el valor de la gestión de grupos de interés”.
-
- » Establecer el enfoque de gestión de aquellos ejes o vectores identificados como los más débiles en el desarrollo de la responsabilidad social.
-
- » Implantar y consolidar el nuevo eje de “Huella social” diseñado y desarrollado el ejercicio anterior.
-
- » Desarrollar y mejorar la comunicación y la transparencia en la gestión de la organización
-
- » Fortalecer el nuevo posicionamiento de empresa responsable, ética y sostenible.
-

Los posibles proyectos de este ejercicio estarán contenidos en la siguiente relación:

1. Análisis y propuestas de mejora de la identidad estratégica de Caixa Popular.
2. Diseño del Plan estratégico de responsabilidad social 2019-2020.
3. Diseño del Manual de Políticas y desarrollo de cinco de las políticas clave de la organización (derechos humanos, clientes, personas, huella social, huella ambiental, por ejemplo).
4. Diseño e implantación de la organización y enlaces laterales para el desarrollo y fortalecimiento de la responsabilidad social: comité, comisiones y equipo de voluntariado
5. Evaluación del sistema de gestión de la ética y del cumplimiento normativo.
6. Análisis y evaluación de la gestión medioambiental y diseño de las bases del nuevo modelo.
7. Análisis y evaluación de la gestión de la cadena de suministro y diseño de las bases del nuevo modelo.
8. Desarrollo de 10 pruebas piloto sobre proyectos de acción social bajo el nuevo método implantado.
9. Diseño del plan de formación en responsabilidad social.
10. Adecuación de la web corporativa al nuevo modelo de responsabilidad social.
11. Elaboración y publicación de la primera memoria de responsabilidad social de Caixa Popular.



7. Anexos

En este epígrafe se recoge la información, general o muy específica, de la compañía para cumplir con la obligación de demostrar la debida transparencia para el conocimiento e interés de todas las partes interesadas de la compañía.

7.1 Datos de la empresa

A continuación, se presentan datos identificativos y más relevantes de la organización:

-
- » **Nombre:** Caixa Popular- Caixa Rural

 - » **Sede central:** Av. Juan de la Cierva, 9 - 46980 Paterna (Valencia)

 - » **Propiedad:** Sociedad

 - » **Forma Jurídica:** sociedad cooperativa

Identidad Estratégica

A través de una gestión fuertemente profesionalizada aplicando los Valores del Cooperativismo de Trabajo, tener una influencia creciente en la Sociedad Valenciana para participar en su transformación y mejora.

CAIXA POPULAR

es una empresa cooperativa valenciana de Servicios financieros y anexos financieros, con vocación social y de arraigo / localismo, con una marcada voluntad de crecimiento:

El capital de la cual es de dos colectivos: el de las Socias/Socios de Trabajo, y el de las Cooperativas asociadas que la tienen como espaldarazo a su propia gestión,

que quiere obtener beneficios, para reinvertirlos en su crecimiento, fortalecimiento, y en la creación de riqueza a su entorno,

a través de una gestión fuertemente profesionalizada, que gratifique a los Clientes, y también a los propios Socios/Socias de Trabajo,

y que quiere convertirse en un espaldarazo sólido para el Cooperativismo de Trabajo Asociado, al tiempo que hace tangibles las valiosas aportaciones del trabajo asociado a la sociedad valenciana.

VALORES / PRINCIPIOS CORPORATIVOS

Somos una cooperativa de trabajo asociado
Confiamos en el asociacionismo
Creemos en la igualdad de las personas
Arraigados en nuestros pueblos y barrios
Comprometidos con el medio ambiente
Comprometidos con la sociedad valenciana
Somos solidarios
Estamos al servicio de nuestros clientes
Comprometidos con la educación y la formación

Activos territoriales

Código	Población	Dirección	Cód. postal	Provincia
001	Alaquàs	Av. Miguel Hernandez, 16	46970	Valencia
002	L'Olleria	Pl. Verge del Loreto, 6	46850	Valencia
003	Aldaia	C/ Cuenca, 7	46960	Valencia
004	Xàtiva	C/ Vicente Boix, 2	46800	Valencia
005	Catarroja	Av. La Rambleta, 29	46470	Valencia
006	Carcaixent	C/ Padre Eugenio, 9	46740	Valencia
007	Manises	Pl. Rafael Atard, 3	46940	Valencia
008	Silla	Av. Reyes Católicos, 20	46460	Valencia
009	València-Malilla	C/ Joaquín Benlloch, 29	46006	Valencia
010	València-Carteros	C/ Calvo Acacio, 33	46017	Valencia
011	Sedaví	Av. L'Albufera, 7	46910	Valencia
012	Riba-Roja	Av. de la Pau, 10	46190	Valencia
013	Torrent	C/ José Iturbi, 3	46900	Valencia
014	Alaquàs	Av. Ausias March, 39	46970	Valencia
015	València-Patraix	C/ Fontaneres, 55	46018	Valencia
016	Torrent	Avda. al Vedat, 123	46900	Valencia
017	Meliana	Av. Santa María, 17	46133	Valencia
018	València-J. de Ayora	C/ Músico Gines, 10	46022	Valencia
019	Barri del Crist	C/ El Jardín, 4 (Aldaia)	46960	Valencia
020	Massanassa-P. Alcosa	Av. Blasco Ibañez, 161	46470	Valencia
021	València-Sant Marcel·lí	C/ San Marcelino, 27	46017	Valencia
022	Quart de Poblet	C/ Pizarro, 54	46930	Valencia
023	Gandia	C/ Benicanena, 39 esq. San Pere	46702	Valencia
024	Mislata	C/ San Antonio, 101	46920	Valencia
025	Paterna	C/ Vicente Mortes, 19	46980	Valencia
026	València-Torrefiel	C/ Alcañiz, 32	46019	Valencia

Código	Población	Dirección	Cód. postal	Provincia
027	Massamagrell	Av. Magdalena, 2	46130	Valencia
028	Mas Camarena-Bétera	Centre Comercial. Local 16	46117	Valencia
029	Paiporta	C/ Mestre Palau, 23	46200	Valencia
030	Xirivella	Camí Nou, 188	46950	Valencia
031	Rafelguaraf	C/ Ateneu Musical, 32	46666	Valencia
032	Alboraia	Av. Ausias March, 28	46120	Valencia
033	Canals	Jaume I, 12	46650	Valencia
034	Port de Sagunt	C/ Sant Vicent, 48	46520	Valencia
035	Aldaia	C/ Hernán Cortés, 25	46960	Valencia
036	Museros	Ctra. Barcelona, 73	46136	Valencia
037	València-Orriols	C/ San Vicente de Paul, 20	46019	Valencia
038	Carlet	Av. Bolero de Carlet, 1	46240	Valencia
039	Alberic	C/ Cisterna, 14	46260	Valencia
040	Moncada	C/ Badia, 102	46113	Valencia
041	Valencia-Tres Cruces	Av. Tres creus 17	46018	Valencia
043	L'Alquería de la Comtessa	C/ Joan Carles I, 12	46715	Valencia
044	Oliva	Raconada de les Ermites, 9	46780	Valencia
045	Valencia-Ciutat fallera	C/Salvador Rubio, 5	46025	Valencia
046	Puçol	Av. Molí de Vent, 14	46530	Valencia
047	Picassent	Av. del Nord, 23	46220	Valencia
048	Sueca	Ronda Joan Fuster, 18	46410	Valencia
049	Burjassot	Ctra. Lliria, 130	46100	Valencia
050	Foios	Av. Hugo Bacharach, 24	46134	Valencia
052	Catarroja	C/ El Charco, 4	46470	Valencia
053	Aldaia	Av. Blasco Ibañez, 31	46960	Valencia
054	Alzira	Cr. Gandia, 23	46600	Valencia

Código	Población	Dirección	Cód. postal	Provincia
055	Port de Sagunt (2)	Av. Maestrat, 10 B iz	46520	Valencia
056	La Pobla de Vallbona	Cr. Vicari Camarena, 19	46185	Valencia
058	Valencia-R.Pertegás	C/ Rodrigo de Pertegás, 13 b izq.	46023	Valencia
059	Ontinyent	C/ Jose Irazzo, 48	46870	Valencia
060	Valencia-Benicalap	C/ General Llorens, 27	46025	Valencia
061	Paterna-Fuente del Jarro	C/ Ciudad de Sevilla, 15 D	46988	Valencia
062	Lliria	C/ Farmaceutico Jose Marques Gil, 1	46160	Valencia
063	Valencia-Benimaclet	C/ Emilio Baró, 67	46020	Valencia
064	Gandia Centre	Av. D'Alacant, 18 B	46701	Valencia
065	Alcoi	Av. Hispanitat, 20 B	3804	Alicante
066	Valencia-Guillem de Castro	C/ Guillem de Castro, 75	46008	Valencia
067	Almussafes	C/ Lira Almussafense, 11	46440	Valencia
068	Chiva	C/ Antonio Machado, 29	46370	Valencia
069	Sagunt	Av. Sants de la Pedra, 75	46500	Valencia
070	Olocau	C/ Major, 10	46169	Valencia
071	Ibi	Av. Juan Carlos I, 30	3440	Alicante
072	Valencia-Cabanyal-Canyamelar	C/ La Reina, 75	46011	Valencia
073	Valencia-Russafa	C/ Francisco Sempere, 12	46006	Valencia
074	Requena	Av. Arrabal, 6	46340	Valencia



Comisiones y comités internos de gestión

Equipo de dirección	Planteamiento de la gestión estratégica, desarrollo de la gestión táctica y operativa, evaluación de los resultados obtenidos y posicionamiento del negocio
Comité de negocio	Apoyo, coordinación, seguimiento y fortalecimiento de la gestión del negocio. Se complementa con el Comité de banca empresa y el Comité de inmuebles.
Comité de organización digital	Apoyo, coordinación, seguimiento y fortalecimiento de la gestión de la tecnología y de la información
Comité de tesorería	Apoyo, coordinación, seguimiento y fortalecimiento de la gestión de la tesorería y de las operaciones financieras
Comité de morosidad	Apoyo, coordinación, seguimiento y fortalecimiento de la gestión de la mora
Comité de Innovación	Apoyo, coordinación, seguimiento y fortalecimiento de la gestión de la creatividad y de la innovación
Comité de continuidad del negocio	Apoyo, coordinación, seguimiento y fortalecimiento de las estructuras y procesos para asegurar la continuidad del negocio
Comité de responsabilidad social	Apoyo, coordinación, seguimiento y fortalecimiento de la gestión de la responsabilidad social y del desarrollo sostenible
Comité de comunicación	Apoyo, coordinación, seguimiento y fortalecimiento de la gestión de la comunicación externa e interna.
Órgano de seguimiento del reglamento interno de conducta en el ámbito del mercado de valores	Apoyo, coordinación, seguimiento y fortalecimiento de la gestión interna esperada en el ámbito del mercado de valores



Entidades participadas del Grupo Caixa Rural y por tanto de Caixa Popular

Asociación Española de Cajas Rurales	Instrumento para la coordinación de las Cajas del Grupo y debate sobre aspectos de interés
Banco Cooperativo Español	Servicios de central bancaria a las cajas accionistas
Sociedad Rural Servicios Informáticos	Centro de explotación de datos, soporte operativo y desarrollo de sistemas de información
Compañía de Seguros RGA	Servicios aseguradores y de pensiones

Grupos de interés: categorías y segmentos (actualizado a 2019)

Código	Denominación	Segmentos
01 SOP	SOCIOS PROPIETARIOS	Trabajadores. Personas físicas. Cooperativas. Empresas.
02 CLI	CLIENTES	Particulares. Empresas. Cooperativas.
03 CTR	COLECTIVO DE TRABAJO	Con responsabilidades directivas. Sin responsabilidades directivas. Aspirantes a socios.
04 PRO	PROVEEDORES	Bienes y servicios. Conocimiento.
05 ARA	REGULADORES, ADMINISTRACIONES Y AYUNTAMIENTOS	Reguladores y administraciones. Ayuntamientos.
06 AGS	AGENTES SOCIALES	Tercer sector social (ONG) y E educativas. Sociedad en general. Redes Sociales, foros e “influencers”.
07 MAM	MEDIO AMBIENTE	Comunidad Valenciana. Globales.
08 GDO	GENERADORES DE OPINIÓN	Medios de comunicación. Analistas financieros. Entidades con posible impacto en el negocio.
09 SYA	SECTORES Y ASOCIACIONES	Sectoriales o de generación de negocio. Mejora de la gestión .
10 ALS	ALIADOS SOCIOS	Estructuras y servicios de valor para el negocio. Otros aliados socios.

Cooperativas socias

ESCOLA GAVINA, S.C.V.

ESPLAI POPULAR COOP.V.

MADERAS TROPICALES COMAT, S.C.V.

FOMENT COOP. DE VIVENDES, S.C.V.

TADEL GRUP, COOP. V.

DIVINA AURORA, S.C.V.

AKOE EDUCACIO, COOP.V.

COOP. SERVICIOS ENERGETICOS C Y C COOP.V

ESCUELA INFANTIL LA PEQUEÑA COLMENA C.V.

FLORIDA CENTRE DE FORMACIO COOP. V.

NINOS GESTION EDUCATIVA COOP.V.

EL RETORET, SDAD. COOP. LABORAL V.

CLAROS, S. COOP. AND.

COFONSA COOP.VAL.

COVALSAT COOP.V.

FLECOS S.COOP. LTDA.

MICOMICONA, S.COOP.V.

CENTRO OCUPACIONAL TOLA COOP.VAL.

CONSUM S.COOP.V.

PENTAPAPER, COOP.V.

ABACUS S.C. CATALANA LIM.

MARTI SOROLLA COOP.V

OFITEC S. COOP. V. LTDA.

CASTELL COOPERATIVA VCIANA.

COLEGIO HERMES-VALENTIA GAIA, COOP.V.

ESPLAI GAIA COOP.V.

MAS DEL CAPELLA, COOP.V.

OPEN XARXES COOP.V.

SITE SERVICIOS COMUNITARIOS, S. COOP. V.

COVAFILM PRODUCCIONES COOP. VALENCIANA

LUX LIGHT-TEAM VALENCIA COOP. VALENCIANA

BENZAUTO, SDAD COOP V

ABACO ENCUADERNACIO COOP.V.

CASTELLANO HERRAJES COOP. V.

METALPLAS, COOP.V.LTDA.

ASEINT, S.C.V.

BELENGUER COOP.V.

COLLAGE-NO COOP VCIANA

COOP. VALENCIANA DE TAXISTAS C.V.

CUADROS ELECTRICOS PATRAIX COOP.V.

KOOPERA MEDITERRANEA S.COOP.

SOM ROGLE COOP.V.

TALLER SERIGRAFICO PATRAIX, COOP.V.

TERRA DE PA I ARROP, COOP.V.

THE OLIVE BRANCH, COOP.V.

VARELEC COOP.V.

EL DRAC, SOCIEDAD COOPERATIVA VALENCIANA

ELECTRO ANDREU, COOP.V.

ELS ARCS, S.C.V.

ASESORIA VALENCIANA DE GESTION, S.COOP.V

ELECTRICA DE MELIANA, S.C.V.

ELECTRICA DE VINALESA S.C.V.

ESCOLA INFANTIL MERAVELLES, COOP.V.

POVINET, SDAD. COOP. VCIANA.

CANGURS COOP. V.

CARROCERIAS VALENCIANAS, S.COOP.V.

Cooperativas socias

LA MARMOLERIA COOPERATIVA VALENCIANA

IGS FOC. COOP. VAL.

TALUDIA COOP.V.

GRAFIMAR, S.COOP. V.

ELECTRO SUMINISTROS TOELVI COOP.V.

MEDITRANS, S. COOP. V.

MESON EL OLMO S.COOP.V.

REPARACIONES DEL AUTOMOVIL ALBALAUTO C.V

SOLUCIONS GRAFIQUES S.COOP.V.

TRES AGULLES COOP.V.

BOLETS S.COOP.V.

ESCOLA DE FORMACIO PROFESIONAL LA SAFOR

RAPID TRUCK S.COOP.V.

RUC SERVEIS, COOP. V.

MESTRES DE LA CREU COOP. V.

COOP.VALENCIANA TABLEROS LOS LLANOS

TETES BOUTIQUE MODA INFANTIL S.COOP.V.

ESCOLA LA MASIA COOP D'ENSENYAMENT

SENTAL, COOP. V.

CENTRO DE DIAGNOSTICO VETERINARIO S.C.V.

ESCUELA 2, COOP. V.

S.A.D., S.COOP.V.

CONDUAIR, COOP. V.

MSWEB COOPERATIVA VALENCIANA

ABAC ESTUDIS COOP.V.

TALLERES EL CANO COOP.V.

ESCUELA INFANTIL PATACONA COOP.V.

ESCOLA INFANTIL PETITONS COO.VCIANA

CENTRO EDUCAT. Y ESTUDIOS NUEVO MERCURIO

MAESTROS ARTESANOS DE LA ENCUADERNACION

HIFEDA S.C.V.

HYUNCAR CARLET S.COOP.V.

AIGUA CLARA-CAMI NOU, S.COOP.V.

ENTRE HUERTAS Y NARANJOS, S.C.V

ALICOTRANS S.COOP.VAL.

LINEA BASE CONGRESOS Y ASOCIACIONES C.V.

GRUP EMPRESARIAL COOPERATIU

GRUPO PROFESIONAL LEX COOP. V.

SOM ESCOLA COOP.VAL.

VERDIS CONSULTING, COOP. V.

COOP. AGRICOLA Y CAJA RURAL DE TABERNES

COLEGIO SAN JOSE DE LA MONTAÑA COOP.VAL.

ARTISTES FALLERS, SOCIETAT COOP. VAL.

LLEI VERDA S.COOP.V.

COOP.V. DEL CAMPO VIRGEN DEL FUNDAMENTO

MECANICOS VALENCIA COOP.V.

ASESORIA NEMARA COOP.V.

COOP. VIVIENDAS ALCASSER

ESCOLA LES CAROLINES, COOP.V.

LA NOSTRA ESCOLA COMARCAL, S.C.V.

LLAURANT LA LLUM COOP.V.

TERRABONA COOP.V.

VERDE-SIETE COOP. VAL.

ARTS GRAFIQUES MBN S.C.V.

NEWFRUIT COOP.V.

TRANSUECA S.C.V.

COOP.VAL. KOYNOS

EL RENAIKER COOP.V.

LA COMA COOP.V.

LASER COOPERATIVA VALENCIANA

COEVI, COOP.V.

SERVEIS FUTURS, COOP. V.

ELECTRICA DE ALZIRA CEAL COOP. V.

INNOVATION DRONE SYSTEMS, COOP.V.

LA VALL DE LA CASELLA COOP. VALENCIANA

PARQUETS I PINTURA TRAVERTRES

PIALCO S.COOP. LTDA

SDAD. COOP. LTDA. V.E. COL. ACAD. JUCAR

SIMBOLS SENYALITZACIO INTEGRAL S.COOP.V.

COMONSA COOP.V.

SOM ENERGIA S.C.C.L.

JMJ TECNICS COOP.VAL.

ELYBEL COOP.V.

L.S. MEDIACION COOP.V.

SUMINISTRAMENT DIDÀCTIC D'EMPRESSES S.C.V

SDAD. COOP. VALENCIANA JUAN COMENIUS

VENTO MAQUINARIA INDUSTRIAL, SCV

SDAD. COOP. VAL. LTDA. TRANSEDETA

TAULELL REFORMES I REHABILITACIONS, COOP

TRANSVERSAL, COOP.V.

HERBES DEL MOLÍ, COOP.V.

CENTECO COOP.V.

M MA CONSULTORES EN INNOVACION, COOP.V.

SAMPEDRO Y TORRES, S.COOP.V.

HERBES DEL MOLÍ, COOP.V.

CENTECO COOP.V.

M MA CONSULTORES EN INNOVACION, COOP.V.

SAMPEDRO Y TORRES, S.COOP.V.

BARRET, COOP.V.

C.V. DE CONSUMO HARINERO PANIFICADORA LA

C.V. DE VITICULTORES LIMITADA

COOP. AGRICOLA "LA PURISIMA CONCEPCION"

COOP. AGRICOLA NTRA SRA DE LOS ANGELES

COOP. DEL CAMPO SAN ISIDRO LABRADOR, C.V.

COOPERATIVA VINICOLA REQUENENSE, C.V.

IMPULSA POLYHEDRA, COOP.V

LA VIVIENDA QUE QUIERES, COOP.V.



Asociaciones

FEVECTA-Federació Valenciana d'Empres Cooperatives de Treball Associat

AVCC-Associació Valenciana de Cooperatives de Crèdit

Fundació Horta Sud

Fundació de la Comunitat Valenciana per la Pilota Valenciana

Fundació General de la Universitat de València

CEV-Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana

CERS-Club de Empresas Responsables y Sostenibles

UNACC-Unión Nacional de Cooperativas de Crédito

Club de Primeras Marcas Valencianas

ÉTNOR-Fundación Ética de los Negocios y de las Organizaciones

Fundación por la Justicia

EVAP/BPW valencia- Asociación de Empresarias y Profesionales de Valencia

CMM- Club de Márketing del Mediterráneo

GREF-Grupo de Responsables de Formación de Entidades Financieras y Aseguradoras

AERC-Asociación Española de Cajas Rurales

ICAV-Ilustre Colegio de Abogados de Valencia

AEDIPE-Asociació Española de Dirección y Desarrollo de Personas

COGRASOVA Colegio oficial de graduados sociales de Valencia



Tipología de iniciativas sociales y ambientales

Código	Categoría	Tipo
IS01	Generación de empleo y desarrollo/ mejora de la capacidad y valor de las organizaciones, de las sociedades y de los individuos:	<p>Creación de empleo local.</p> <p>Apoyo al comercio y a entidades de negocio locales.</p> <p>Desarrollo del emprendimiento.</p> <p>Apoyo a las “startup”.</p> <p>Apoyo a la innovación.</p> <p>Apoyo a la mejora de la gestión de las organizaciones.</p>
IS02	Apoyo y valor a las sociedades, a las comunidades y a las personas desfavorecidas,	<p>Cultura y valores.</p> <p>Educación y formación.</p> <p>Infancia y juventud.</p> <p>Dependencia (tercera edad y otros) y desfavorecidos.</p> <p>Salud y deporte.</p> <p>Apoyo a las sociedades en caso de desastres o catástrofes.</p> <p>Colaboración en el desarrollo de infraestructuras.</p> <p>Apoyo a la discapacidad.</p>
IM01	Apoyo a la conservación y mejora del medio ambiente de la Comunidad Valenciana	<p>Minimización y compensación de la huella de carbono.</p> <p>Eficiencia energética.</p> <p>Minimización en la generación de residuos y reciclaje.</p> <p>Minimización de la huella hídrica.</p> <p>Minimización del consumo de derivados del petróleo.</p> <p>Biodiversidad y paisaje</p>

7.2 Información relevante sobre el informe

Caixa Popular, en esta primera memoria de responsabilidad social y valor a los grupos de interés, se plantea dar respuesta a tres objetivos fundamentales:

- » Realizar un amplio ejercicio de transparencia, propio y diferenciador, en el que se expliquen las actividades que se realizan, se dé respuesta a las necesidades de información de los grupos de interés y se informe del valor y la huella generada en la Comunidad valenciana.
- » Publicar un informe que dé respuesta casi completa a la Ley de información no financiera y diversidad.
- » Dar una respuesta casi total a las exigencias y propuestas de la organización Global Reporting Initiative enmarcadas en los “Standards GRI” y de AccountAbility.

Para ello, publica este primer informe de responsabilidad social elaborados a las siguientes directrices:

- » Presentar enfoques de gestión, actividades y resultados de todos los procesos de la entidad.
- » Dar cobertura e información específica para todos los grupos de interés.
- » Integrar las directrices y propuestas de los más reputados prescriptores en la elaboración de memorias de sostenibilidad, especialmente dos, GRI y AccountAbility.

A continuación, se detalla como en el informe se da cobertura a los contenidos GRI de la versión Standards GRI de 2017.

En relación a las exigencias GRI 103 de cada contenido (explicación del tema material y su cobertura; enfoque de gestión y sus componentes y evaluación del enfoque de gestión) se explican dentro de la memoria, en el apartado en el que se indica en la tabla siguiente:

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
102-1	Nombre de la organización	7.1 Datos de la empresa	171
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Marcos de relación con clientes	63
102-3	Ubicación de la sede	7.1 Datos de la empresa	171
102-4	Ubicación de las operaciones	Marcos de relación con clientes	62
102-5	Propiedad y forma jurídica	7.1 Datos de la empresa	171
102-6	Mercados servidos	Marcos de relación con clientes	63 y 64
102-7	Tamaño de la organización	Gestión económico financiera y otras Colectivo de trabajo Ventas Capitalización Oficinas comerciales	55 55 15 173
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	5.3.- Huella laboral Datos obtenidos del sistema de información	115
102-9	Cadena de suministro	Marcos de relación con proveedores	89
102-10	Cambios significativos organización y cadena de suministro	Operaciones: aperturas Estructura de capital Relaciones con Proveedores	10 y 175 11 89 y 90
102-11	Principio o enfoque de precaución	Gobierno y estrategia	NA
102-12	Iniciativas externas	7.1.- Datos de la empresa	ND
102-13	Afiliación a asociaciones	7.1.- Datos de la empresa	181
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de toma de decisiones	2.- Declaraciones Alta Dirección	6 y 8

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
102-15	Principales impactos riesgos y oportunidades	Gobierno y estrategia	31 22
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	7.1 Datos de la empresa Gestión de la Ética	172 48
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones ética	Gestión de la Ética	ND
102-18	Estructura de gobierno	Gobierno y estrategia	24
102-19	Delegación de autoridad	Gobierno y estrategia	ND
102-20	Responsabilidad de ejecutivos en temas económicos, ambientales y sociales	Gobierno y estrategia	ND
102-21	Consulta a GGII sobre temas económicos, ambientales y sociales	5.6. Gestión de Grupos de interés	159 y 161
102-22	Composición máximo órgano de gobierno y comités	Gobierno y estrategia	24
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	Gobierno y estrategia	25
102-24	Nominación y selección máximo órgano de gobierno	Gobierno y estrategia	24
102-25	Conflictos de intereses	Gobierno y estrategia	NA
102-26	Función máximo órgano de gobierno en selección de objetivos, valores y estrategia	Gobierno y estrategia	20
102-27	Conocimientos colectivos máximo órgano de gobierno	Gobierno y estrategia	ND
102-28	Evaluación desempeño máximo órgano de gobierno	Gobierno y estrategia	ND
102-29	Identificación y gestión impactos económicos, ambientales y sociales	Gobierno y estrategia	ND

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
102-30	Eficacia procesos de gestión del riesgo	Gobierno y estrategia	ND
102-31	Evaluación temas económicos, ambientales y sociales	Gobierno y estrategia	ND
102-32	Función máximo órgano de gobierno en elaboración un informe sostenibilidad	2. Declaraciones de la alta dirección	7
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	Gobierno y estrategia	ND
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	Gobierno y estrategia	ND
102-35	Políticas de remuneración	Gobierno y estrategia	26
102-36	Proceso para determinar la remuneración	Gobierno y estrategia	26
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	Gobierno y estrategia	NA
102-38	Ratio de compensación total anual	Gobierno y estrategia	NA
102-39	Ratio de incremento porcentual de la compensación total anual	Gobierno y estrategia	NA
102-40	Lista de grupos de interés	7.1 Datos de la empresa	177
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	5.3.- Huella laboral	NA
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	5.7.- Gestión de grupos de interés 7.1 Datos de la empresa	156 177
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	5.7.- Gestión de grupos de interés	159
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionadas	5.7.- Gestión de grupos de interés y en apartados relacionados con grupos	162
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	No existen entidades que deban incluirse en los estados financieros	NA
102-46	Definición de los contenidos de los informes y coberturas del tema	Tabla de contenido 7.2.- Información relevante sobre el informe	2 183

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
102-47	Lista de temas materiales	A asuntos relevantes y materialidad del negocio	50 y 52
102-48	Re expresión de la información	5.8.- Comunicación y transparencia	NA
102-49	Cambios en la elaboración de informes	5.8.- Comunicación y transparencia	NA
102-50	Período objeto del informe	5.8.- Comunicación y transparencia	2018
102-51	Fecha del último informe	5.8.- Comunicación y transparencia	NA
102-52	Ciclo de elaboración de informes	5.8.- Comunicación y transparencia	Anual
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	5.8.- Comunicación y transparencia Departamento de comunicación y experiencia de cliente	163
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con estándares GRI	7.2 Información relevante sobre el informe	183
102-55	Índice de contenidos GRI	7.2 Información relevante sobre el informe	184
102-56	Verificación externa	No existe. No genera valor en esta primera memoria elaborada.	ND
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	7.2 Información relevante sobre el informe	183
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	7.2 Información relevante sobre el informe	183
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	7.2 Información relevante sobre el informe	183
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Gestión económico-financiera	58
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Gestión económico-financiera	58 y 148
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	5.2. Huella laboral No hay obligaciones al respecto.	113
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	Gestión económico-financiera	59

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
202-1	Ratio de salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	5.2. Huella laboral Salario inicial idéntico en ambos sexos Salario mínimo en España: 735,9 € Ratio= 2,75	113
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	5.2. Huella laboral 100% locales	114
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Proyecto de renovación Sede Central Nuevas oficinas Mejoras en las existentes	No se presenta desglose
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Gestión económico-financiera Generación de riqueza	58
204-1	Proporción del gasto en proveedores locales	Marcos de relación con proveedores	90
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Gestión integral del riesgo Auditoría interna	38
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos de anticorrupción	Cumplimiento normativo 5.2. Huella laboral	45 121
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Gestión de la ética	48
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Gestión de la ética	48
301-1	Materiales utilizadas por peso o volumen	5.4. Huella ambiental	147
301-2	Insumos reciclados	5.4. Huella ambiental	147
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	5.4. Huella ambiental	NA
302-1	Consumo energético dentro de la organización	5.4. Huella ambiental	147
302-2	Consumo energético fuera de la organización	5.4. Huella ambiental	NA

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
302-3	Intensidad energética	5.4. Huella ambiental	ND
302-4	Reducción del consumo energético	5.4. Huella ambiental	147
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	5.4. Huella ambiental	NA
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	5.4. Huella ambiental	NA
303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	5.4. Huella ambiental	NA
303-3	Extracción de agua	5.4. Huella ambiental	NA
303-4	Vertidos de agua	5.4. Huella ambiental	NA
303-5	Consumo de agua	5.4. Huella ambiental	147
304-1	Centros de operaciones en propiedad arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la diversidad fuera de áreas protegidas	5.4. Huella ambiental	NA
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	5.4. Huella ambiental	NA
304-3	Espacios protegidos o restaurados	5.4. Huella ambiental	ND
304-4	Especies que aparecen en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos habitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	5.4. Huella ambiental	NA

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
305-1	Emisiones de GEI (alcance 1)	5.4. Huella ambiental	ND
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	5.4. Huella ambiental	ND
305-3	Otras emisiones de GEI (alcance 3)	5.4. Huella ambiental	ND
305-4	Intensidad de emisiones de GEI	5.4. Huella ambiental	ND
305-5	Reducción de emisiones de GEI	5.4. Huella ambiental	ND
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	5.4. Huella ambiental	ND
305-7	Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire	5.4. Huella ambiental	ND
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	5.4. Huella ambiental	NA
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	5.4. Huella ambiental	147
306-3	Derrames significativos	5.4. Huella ambiental	NA
306-4	Transporte de residuos peligrosos	5.4. Huella ambiental	ND
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o corrientías	5.4. Huella ambiental	NA
307-1	Incumplimiento de la legislación y normatividad ambiental	5.4. Huella ambiental	147
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Marcas de relación con proveedores	ND
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Marcas de relación con proveedores	ND

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	5.2. Huella laboral	115
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se den a los empleados a tiempo parcial o temporales	5.2. Huella laboral	111
401-3	Permiso parental	5.2. Huella laboral	128
402-1	Plazos de aviso mínimos para cambios operacionales	5.2. Huella laboral	114
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	5.2. Huella laboral	127
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	5.2. Huella laboral	128
403-3	Servicios de salud en el trabajo	5.2. Huella laboral	127
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	5.2. Huella laboral	127
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	5.2. Huella laboral . Todas las personas están formadas en los cursos obligatorios por ley.	127
403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	5.2. Huella laboral	127
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales	5.2. Huella laboral	NA
403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	5.2. Huella laboral	127

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
403-9	Lesiones por accidente laboral	5.2. Huella laboral	127
403-10	Dolencias y enfermedades laborales	5.2. Huella laboral	127
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	5.2. Huella laboral	121
404-2	Programas para mejorar las actitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	5.2. Huella laboral	121 y 123
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	5.2. Huella laboral	124
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	5.2. Huella laboral	26 y 115
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	5.2. Huella laboral	ND
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	5.2. Huella laboral	No hubo ningún caso
407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Marcos de relación con proveedores	ND
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Marcos de relación con proveedores	ND
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Marcos de relación con proveedores	ND

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos derechos humanos	5.2. Huella laboral	128
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	5.3. Huella social	NA
412-1	Operaciones sometidas a revisiones con evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	Marcos de relación con clientes	ND
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	5.2. Huella laboral	ND
412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	Marcos de relación con clientes	ND
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	5.3. Huella social	ND
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos-reales y potenciales-en las comunidades locales	5.3. Huella social	ND
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Marcos de relación con proveedores	ND
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Marcos de relación con proveedores	ND

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	Gestión económico financiera	Ninguno
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Marcos de relación con clientes	NA
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Marcos de relación con clientes	NA
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Marcos de relación con clientes	NA
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos servicios	Marcos de relación con clientes	NA
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Marcos de relación con clientes	68
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Marcos de relación con clientes	61
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Gestión de la ética	48
FS1	Políticas con componentes ambientales y sociales específicos aplicados a las líneas de negocio	Marcos de relación con clientes	ND

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
FS2	Procedimientos para evaluar y monitorizar los riesgos ambientales y sociales en las líneas de negocio	Marcos de relación con clientes	ND
FS3	Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requisitos ambientales y sociales de los clientes incluidos en acuerdos o transacciones	Marcos de relación con clientes	ND
FS4	Procesos para mejorar la competencia del personal para implementar las políticas y procedimientos ambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio	5.2.Huella laboral	ND
FS5	Interacciones con clientes, sociedades participadas, socios comerciales con respecto a riesgos y oportunidades ambientales y sociales	7.1.- Datos de la empresa	ND
FS6	Porcentaje de la cartera de líneas de negocio por región específica, tamaño (micro/medio/grande) y por sector	Marcos de relación con clientes	ND
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico para cada línea de negocios desglosada por propósito	Marcos de relación con clientes	ND

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio ambiental específico para cada línea de negocios roto por propósito	Marcos de relación con clientes	ND
FS9	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de políticas ambientales y sociales y el procedimiento de evaluación de riesgos	Auditoría interna	ND
FS10	Porcentaje y número de empresas que hay en el portfolio de la institución con la que la organización informante ha interactuado en problemas ambientales y sociales	Marcos de relación con clientes	ND
FS11	Porcentaje de activos sujetos a evaluación ambiental o social positiva y negativa	Marcos de relación con clientes Marcos de relación con proveedores	ND
FS12	Las políticas de votación se aplican temas ambientales y sociales para acciones sobre las cuales la organización informante tiene derecho a votar acciones o asesora sobre la votación	Gobierno y estrategia del negocio	ND
FS13	Puntos de acceso en zonas de baja población o económicamente desfavorecidas por tipo	Marcos de relación con clientes	65

GRI	CONTENIDO	APARTADO MEMORIA/OMISION	PÁGINA
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros para personas desfavorecidas	Marcos de relación con clientes	5 y 64
FS15	Políticas para el diseño y venta, justas, de productos y servicios financieros	Marcos de relación con clientes	ND
FS16	Iniciativas para mejorar la educación financiera por tipo de beneficiario	Marcos de relación con clientes Acciones Banca privada y Banca empresa	69

ND: No disponible (por no existir o por la imposibilidad de obtener los datos en el ejercicio).

NA: No aplicable.



caixapopular.es

