MORABANC

Informe anual 2018

MORABANC

Informe anual 2018

MORABANC

Índice de contenido

Resumen del 2018 del Grupo MoraBanc....02-03

La visión del presidente.....04-05

Nuestra visión para la creación de valor 1

Cómo nos organizamos para crear valor...06

- Qué diferencia MoraBanc.....07
- Nuestra propuesta de valor.....07-09
- Misión, visión y valores, objectivos y marca MoraBanc.....10-11

Nuestra estrategia para crear valor a largo plazo y afrontar los retos de futuro 2

Reflexiones del director general.....12-13

Posicionados para crear valor.....14-15

Cómo gestionamos los riesgos y las oportunidades del mercado.....16

Prioridades estratégicas del grupo.....17

MoraBanc Digital: una ventaja competitiva.....18-19

Nuestros puntos fuertes.....20

Las personas en MoraBanc.....21

Las cosas que realmente son importantes para MoraBanc y para sus grupos de interés 23

Protección del cliente.....24

Necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés.....25-27

Resultados 3

Reflexiones de nuestra directora financiera.....28-29

Principales datos financieros.....30-31

Aportamos valor a nuestros grupos de interés y a la sociedad.....32-33

Desarrollo económico.....34

Cultura.....34

Deportes.....34

Solidaridad.....35

Medio ambiente.....36-37

Nuestra visión para la creación de valor 4

Un gobierno corporativo fuerte y profesional.....38-39

Un equip directivo enfocado al éxito del plan estraégico.....40

Liderazgo y gestión con ética y respeto por los derechos humanos.....41

Observancia de las mejores prácticas para presentar nuestra información.....42

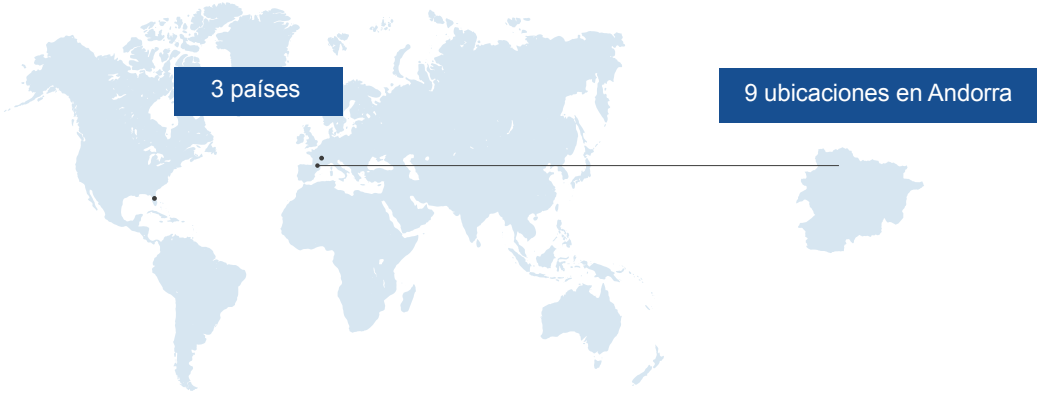
Información de la materialidad.....43-44

5

Índice de contenidos del Global Reporting Initiative.....45

MORABANC

Resumen de 2018 del grupo MoraBanc



Actividad

26,98%
en el índice NPS de **satisfacción de clientes**

12.005
seguidores en las **redes sociales** (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube)

Sociedad

3,2%
de beneficio en acciones a favor de la comunidad

110.477€
recaudados con **tarjetas solidarias**

Transformación digital

+48%
de **clientes digitales** (usuarios mensuales únicos de banca en línea)

+26%
de incremento de **uso de la banca electrónica**

+60%
de **accesos a la banca en línea** mediante las aplicaciones móviles

+35%
de incremento en el total de **operaciones realizadas a través de la banca electrónica**

Equipo humano

313
personas

75
horas anuales de formación por empleado

49%
de mujeres en plantilla

Medio ambiente

957,94
tCO_2eq de emisiones (todo el grupo MoraBanc, incluyendo Zúrich y Miami)

-13,10%
de **reducción de emisiones** respecto a 2017

Crecimiento del beneficio

24,1
resultado del banco
(millones de euros)

+2,3%
de incremento del
resultado

Rendibilidad

8,6%
ROE
(UE 6,16 %)*

**datos www.bankingsupervision.europa.eu*

Cifras de negocio

(en millones de euros)

6.539,7
en recursos de
clientes

1.040,6
en créditos a clientes

2.787,9
en activos totales

+35%
de incremento en
nuevas operaciones de
crédito y préstamos

Fortaleza del balance

24,7%
ratio de solvencia
CET1 Basilea III
(*phased-in*)
(21,5% *Fully loaded*)

371,3%
de liquidez
promedio (LCR)

Calidad crediticia

3,8%
de ratio de
morosidad

83,2%
de ratio de
cobertura

Calificación Fitch

BBB-
outlook
estable

La visión del presidente: de la transformación a la consolidación de un negocio en crecimiento

Pedro González Grau

Hace un año, los presidentes del banco y yo mismo, como consejero delegado en ese momento, explicábamos la hoja de ruta que teníamos marcada para culminar la transformación del banco. Una transformación que priorizamos en el momento adecuado para hacer los cambios y las inversiones necesarias para estar preparados con antelación suficiente para el nuevo entorno de transparencia y regulación, así como para las nuevas necesidades de los clientes. Esta estrategia nos ha llevado a situarnos en una posición de ventaja competitiva y así lo confirma el cierre del ejercicio 2018. MoraBanc crece en casi todos los indicadores principales y relevantes. El año pasado ya retomamos el camino de los beneficios crecientes y, por segundo año consecutivo, en 2018 aumenta el beneficio y consolidamos este camino.

Por ello, como presidente de MoraBanc estoy satisfecho, en primer lugar de todo el equipo, y también haber logrado la consolidación del crecimiento y el refuerzo de la entidad y del balance. El resultado de MoraBanc sube un 2,3 % hasta los 24,1 millones de euros, la solvencia CET 1 *fully loaded* llega al 21,5 %, muy por encima de los bancos de referencia europeos, los recursos de los clientes siguen estables a pesar de la situación adversa de los mercados a finales de 2018, contribuimos a generar actividad en el país con un incremento notable, del 35 %, de los nuevos créditos y préstamos con una tasa de morosidad controlada del 3,8 %; y, todo ello, mejorando la rentabilidad de la entidad hasta el 8,6%. Prácticamente todos los datos principales y relevantes de MoraBanc crecen este 2018 respecto al 2017 y a lo largo de este informe anual se detalla cada uno de ellos. Nuestra estrategia diferenciada y determinada de transformación, así como unos resultados que han acompañado nuestras decisiones y acciones, nos han hecho merecedores en 2018 del premio Banco del Año de Andorra, que otorga *The Banker*, publicación de referencia del grupo Financial Times. Lo que hemos conseguido ha sido gracias a un gobierno corporativo fuerte, independiente y profesional, que sigue las mejores prácticas de la industria, y a unos equipos directivo, técnico, administrativo y comercial muy alineados con la estrategia marcada. Uno de los elementos clave ha sido también la capacidad de adaptación de las personas; y es que el cambio continuo forma parte de la cultura interna de MoraBanc. Tenemos una cultura con fuertes raíces de empresa familiar que nos ha permitido adaptarnos muy rápidamente al profundo cambio que estaba viviendo nuestro sector financiero, siempre pensando en el servicio al cliente.

El resultado es que somos más fuertes en Andorra, nuestro mercado principal y de referencia, y también lo somos en nuestras filiales. El beneficio de Mora Wealth Management ha contribuido de forma positiva al resultado global del banco y el crecimiento de los recursos de los clientes ha empujado el crecimiento de los recursos de todo el Grupo. La diversificación de nuestro negocio es clave para conseguir los objetivos, y hoy las filiales gestionan el 29 % del total de los recursos de los clientes.

A finales de 2018, el Consejo de Administración aprobó el nuevo plan estratégico de MoraBanc. Es un plan que ambiciona el crecimiento de los beneficios de forma recurrente gracias a una oferta diferencial y competitiva para los clientes. El acuerdo de asesoramiento con Goldman Sachs Asset Management en exclusiva para Andorra es un buen ejemplo de esta voluntad de innovación y mejora de productos y servicios para nuestros clientes.

Andorra, como mercado de referencia, continuará siendo el eje de nuestros esfuerzos e inversiones para reforzar nuestro compromiso con el país, su gente, su crecimiento y su desarrollo. Por este motivo, el plan estratégico prioriza la concesión de préstamos y créditos, la mejora continua de la oferta de valor y, sobre todo, un servicio más diferencial, cercano y multicanal adaptado a las necesidades de cada cliente.

Continuaremos invirtiendo de forma decidida en nuestras filiales de gestión de patrimonios de Zúrich y Miami para consolidar el crecimiento del Grupo a nivel internacional. El éxito de nuestro modelo de negocio se basa no solo en ser fuertes en Andorra, sino también en la diversificación internacional.

Todo ello pasa por una inversión tecnológica sostenida para afrontar las necesidades reguladoras y, sobre todo, para dar un mejor servicio. Una inversión que debe permitir también una mejora de la productividad y de la eficiencia.

En MoraBanc tenemos muy claro que la confianza es un elemento esencial de la banca. Uno de los ingredientes principales de la confianza es la transparencia, y así es como enfocamos nuestra gestión. En este sentido, hemos adaptado nuestra información financiera y contable a los estándares europeos para poder ser perfectamente comparables a nivel internacional. Al cierre del 2018 presentamos las cuentas de acuerdo con las normas IFRS (International Financial Reporting Standards) y siguiendo la directiva de solvencia CRD IV (Directiva sobre los requerimientos de capital). La comparación con los bancos europeos nos es muy favorable y hemos conseguido una posición por encima de la media de bancos[1] en los indicadores principales, como la solvencia (CET 1), la liquidez (LCR), la eficiencia (cost-to-income) y la rentabilidad (ROE).

La transparencia también la entendemos respecto de lo que esperan nuestros grupos de interés y queremos ser responsables ante ellos con un informe transparente. En el informe explicamos cómo desarrollamos nuestra actividad bancaria y financiera para crear valor a largo plazo con un compromiso de sostenibilidad. Por eso hemos preparado este informe por primera vez siguiendo las directrices del informe integrado <IR> del Consejo Internacional de Reporting Integrado (IIRC), manteniendo el enfoque de sostenibilidad con la guía de la Iniciativa de Reporte Global (GRI Global Reporting Initiative) que ya iniciamos hace 3 años. Avanzamos hacia un camino con una visión más conectada de nuestra actividad poniendo en contexto lo que hacemos con nuestros valores, nuestra visión, estrategia, modelo de negocio y gobierno corporativo, con un enfoque social y sostenible en el tiempo.

En esta nueva etapa del grupo MoraBanc mantenemos nuestro carácter y los valores familiares que nos permiten tomar decisiones a largo plazo respetando el entorno en el que nos encontramos: un país también en transformación al que queremos acompañar.

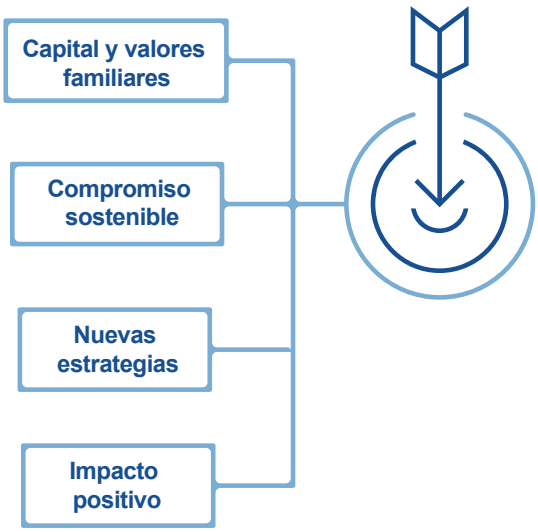
[1] Fuente: https://www.bankingsupervision.europa.eu/banking/statistics/html/index.en.html

1 Nuestra visión para la creación de valor

Cómo nos organizamos para crear valor

Fundado en 1952, MoraBanc preserva los valores de empresa familiar y mantiene el 100 % de capital familiar y andorrano, en manos de la familia Mora. Nuestro modelo de gobierno se fundamenta en el compromiso con el desarrollo sostenible del negocio de Andorra y sus ciudadanos, así como en la implementación de nuevas estrategias para afrontar retos futuros.

La creación de valor es nuestro objetivo principal. Queremos generar un impacto positivo a largo plazo para todos los grupos de interés. Trabajamos para satisfacer las necesidades de los clientes y para ofrecerles unos servicios y productos de máxima calidad.



Qué diferencia MoraBanc:

Cultura corporativa fuerte que ha implementado el cambio como eje de crecimiento y mejora continua.

Gestión económica prudente y conservadora que nos posiciona como uno de los bancos más solventes.

Liderazgo de la transformación digital al servicio del cliente: premios World Finance por segundo año consecutivo como Mejor Banca Digital y Mejor App.

Equipo de gestión experimentado que ha conducido la entidad a un camino de beneficios crecientes por segundo año consecutivo después de un proceso de transformación para afrontar los cambios del entorno y del negocio.

Banco 100% familiar que toma decisiones de continuidad y permanencia a largo plazo y una estrategia que busca la creación de valor de forma sostenible.

Reconocimiento como Banco del Año de Andorra por parte de *The Banker*, del grupo Financial Times.

Nuestra propuesta de valor

La relación con los clientes y su satisfacción se encuentran en el centro de nuestra estrategia. Nuestra principal preocupación es orientar a los clientes en todos los aspectos financieros de su vida. Por eso nos esforzamos por conocer sus necesidades y expectativas para adaptar los procesos, productos y servicios de forma continua dentro de un nuevo modelo de negocio basado en la transparencia, la innovación y la eficiencia.

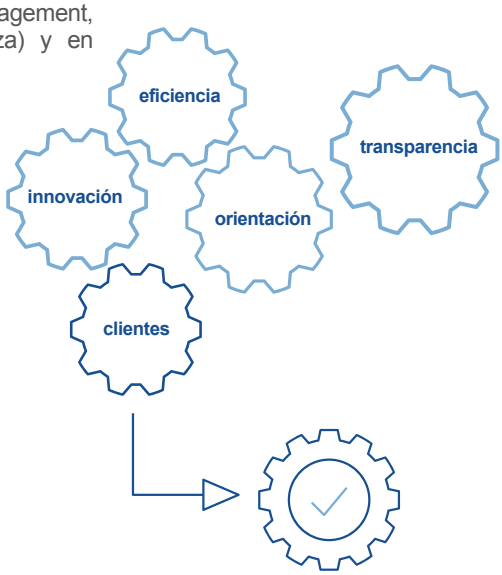
MoraBanc pone a disposición de sus clientes servicios de banca comercial, banca privada y wealth management, gestión de patrimonio, fondos de inversión y seguros. En 2018, el volumen de operaciones ha sido de 7.580 millones de euros, un 1,2 % más que en 2017.

La sede central de MoraBanc está ubicada en Andorra la Vella y disponemos de oficinas en todo el país para ofrecer una atención de calidad a los clientes.

De acuerdo con nuestra vocación internacional, desde el año 2008 estamos presentes en otras jurisdicciones.

Disponemos de dos gestoras de patrimonio, Mora Wealth Management, que operan en Zúrich (Suiza) y en Miami (EE.UU.).

En Miami también ofrecemos el servicio de broker dealer, dedicado a mediar en la compraventa de valores por cuenta de terceros con Mora WM Securities. Distribuimos fondos de inversión domiciliados en Luxemburgo y asesorados por Mora Gestió d'Actius, SAU dentro de Mora Funds SICAV.



Nuestras áreas de actividad	Cómo nos diferenciamos	Nuestros clientes

Banca comercial

La banca comercial de MoraBanc es uno de los pilares de nuestra oferta para brindar los mejores productos y servicios a los clientes con el objetivo de liderar el mercado.

Desarrollamos una segmentación comercial según las necesidades de cada grupo, teniendo en cuenta su edad y hábitos de comportamiento. Nos dirigimos a cada grupo a través de diferentes canales de comunicación: cartas, correos electrónicos, SMS, etc.

La inversión en nuevas tecnologías nos permite reforzar la relación con los clientes y consolidar un diálogo más estrecho, que facilita el vínculo con el banco gracias a la simplificación de las gestiones.

Particulares
Negocios
Empresas
Profesionales

Banca privada y "Wealth Management"

Todas las actividades de banca privada de MoraBanc están gestionadas por personal experto, para ofrecer un servicio excelente a los clientes.

Disponemos de gestores especializados y de un amplio equipo profesional orientado al apoyo y al asesoramiento para encontrar la mejor solución para cada perfil de cliente en los temas relacionados con la gestión de su patrimonio.

Banca privada

La banca privada de MoraBanc adopta un modelo de gestión que gira en torno al cliente y que se basa en las relaciones estrechas de confianza mutua. Nuestra misión es identificar y analizar los objetivos personales de los clientes a fin de proponer y diseñar soluciones que satisfagan sus necesidades. Para cumplir este propósito, ponemos a su disposición profesionales altamente cualificados con una amplia experiencia.

Particulares con grandes patrimonios (HNWI)

Mora Wealth Management

Mora Wealth Management, la gestora de patrimonios de MoraBanc en Miami y Zúrich, aporta un valor añadido sofisticado en la gestión del patrimonio de los clientes. Se trata de servicios de gestión que ofrecen soluciones integrales de inversión a través de múltiples bancos custodios y en diferentes jurisdicciones de ámbito internacional. Dispone de profesionales de primer nivel que analizan de manera detallada la estructura de costes del cliente en relación con su banco custodio con el objetivo de optimizarla y que asesoran al cliente en aspectos financieros.

Particulares con grandes patrimonios, gestoras de patrimonios familiares, clientes internacionales

Nuestras áreas de actividad	Cómo nos diferenciamos	Nuestros clientes

MoraBanc Asset Management

Mora Gestió d'Actius, SAU es la filial de MoraBanc responsable de la actividad de gestión discrecional e individualizada de carteras, gestión de organismos de inversión colectiva y asesoramiento en inversiones.	Los principios que guían nuestras decisiones son prudencia, diversificación y transparencia. El universo de MoraBanc Asset Management se centra principalmente en la renta gubernamental y corporativa, así como en la renta variable y las divisas en el ámbito europeo, norteamericano y de los países emergentes.	Clientes de banca país, banca privada y *wealth management*

MoraBanc Seguros

MoraBanc Seguros es la compañía de seguros de MoraBanc.	Tiene el objetivo de ofrecer todo tipo de seguros en los ramos de seguros de vida, accidentes y garantías de salud complementarias a las garantías de vida. Además de los seguros de vida, la entidad ofrece productos de ahorro y previsión, tales como planes de pensiones y jubilación y los *unit linked*.	Clientes de banca país, banca privada y *wealth management*

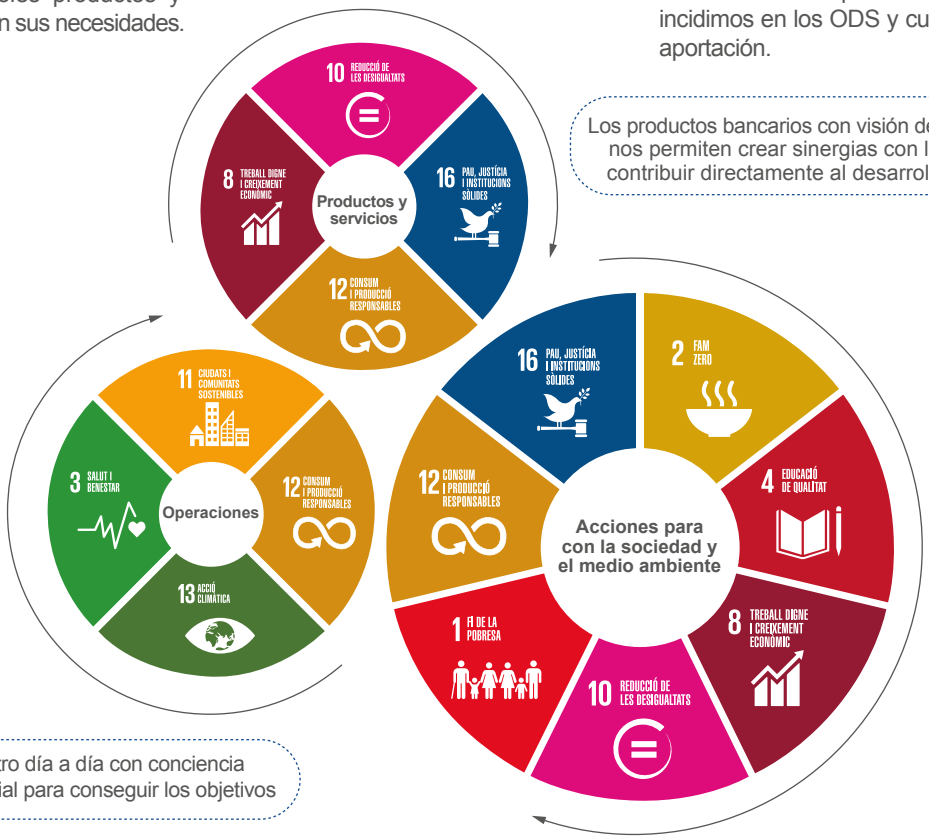
Misión, visión y valores, objetivos y marca MoraBanc

MISIÓN: la misión de MoraBanc es atender las necesidades de los clientes y satisfacer sus expectativas, con una organización orientada a la creación de valor y con la calidad como elemento competitivo diferencial.

En MoraBanc desarrollamos nuestra misión entendiendo que debemos escuchar al cliente y a los demás grupos de interés ofreciéndoles productos y servicios que satisfagan sus necesidades.

También tenemos un rol de generador de actividad económica y bienestar en los mercados en los que operamos, que implica estar comprometidos con la sostenibilidad y los habitantes del país. Trabajamos para lograr el desarrollo sostenible de Andorra y para situarnos como modelo de otros operadores del mercado y empresas.

Para ello, nos hemos comprometido a incorporar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas como punto de partida para que nuestra actividad contribuya a los grandes retos económicos, sociales y medioambientales a escala global. Hemos realizado el ejercicio de relacionar y analizar las actividades que MoraBanc lleva a cabo para valorar cómo incidimos en los ODS y cuál es nuestra aportación.



Los productos bancarios con visión de sostenibilidad nos permiten crear sinergias con los clientes y contribuir directamente al desarrollo sostenible.

Actuamos en nuestro día a día con conciencia medioambiental y social para conseguir los objetivos

Pensar en un mundo mejor forma parte del compromiso de MoraBanc con la sostenibilidad.

Valores

- Ética e integridad profesional
- Respeto por los clientes, la sociedad, los empleados y la legalidad
- Transparencia
- Innovación

VISIÓN: ser el mejor banco para nuestros clientes, ser la mejor empresa para nuestros empleados, tener la mejor respuesta tecnológica al servicio de las personas y ser el banco de referencia.

Para cumplir con nuestra visión, nos basamos en 5 pilares:

Visión a largo plazo

Nuestras decisiones, basadas en la satisfacción de los clientes, tienen una visión a largo plazo y pretenden mantener y fortalecer las relaciones que establecemos con ellos.

La innovación como base del progreso

Nos caracterizamos por el espíritu innovador. Tenemos el deseo de convertirnos en un banco pionero que se adapte a los nuevos hábitos de los clientes. Nos queremos posicionar como referente en innovación orientada a los clientes.

Vocación internacional

Somos un grupo financiero con una clara vocación global. La diversificación geográfica nos ofrece grandes oportunidades de negocio. Por ello, hace 10 años decidimos ampliar nuestra presencia fuera de las fronteras de Andorra.

Entidad consolidada, de confianza y cercana

Nuestra actividad se rige por la discreción, la transparencia, la calidad y la orientación a los clientes. Esto se reafirma con un espíritu de esfuerzo, compromiso y dedicación para mejorar los servicios que ofrecemos.

Trabajamos por la excelencia con entrega y esfuerzo

Gracias a una gestión prudente y responsable de la solvencia y solidez del banco, y gracias a nuestra experiencia en el sector, nos posicionan como un banco de confianza, comprometido con los clientes y con productos y servicios de calidad.

Para ello disponemos de una marca fuerte, consolidada y reconocida

Los premios que hemos recibido, Banco del Año por la revista The Banker, del grupo Financial Times, y Mejor Banca Digital y App por la revista World Finance, demuestran la fuerza de la marca MoraBanc para ser líderes en estrategia y en servicios financieros y digitales en Andorra.

The Banker – Bank of the Year 2018 – ANDORRA

WORLD FINANCE – BEST DIGITAL BANK, ANDORRA – 2018 – MORABANC

WORLD FINANCE – BEST MOBILE BANKING APP, ANDORRA – 2018 – MORABANC APP BY MORABANC

2 Nuestra estrategia para crear valor a largo plazo y afrontar los retos de futuro

Lluís Alsina Álvarez

Reflexiones del director general: una estrategia sostenible, diferencial y ambiciosa

En el momento de establecer nuestra estrategia de crecimiento y de creación de valor a largo plazo hemos tenido en cuenta el entorno en el que nos encontramos y hemos analizado las tendencias de demanda de nuestros clientes. Por un lado, los tipos de interés siguen bajos, aumentan los requerimientos reguladores y de transparencia y se reducen los márgenes del negocio; y, por otro, el cliente nos pide más flexibilidad, proximidad y servicio en un mercado con una fuerte competencia.

Ante esta situación, MoraBanc cuenta con unos puntos fuertes importantes. El primero es nuestro fundamento sólido, fruto de nuestra manera de ser, que nos lleva a una gestión prudente y conservadora del balance, pero a la vez audaz con las propuestas innovadoras para los clientes y con la definición de nuestros objetivos. El segundo punto fuerte es nuestro enfoque del cliente. No solo somos un banco; ofrecemos servicio financiero de gran calidad y nos esforzamos en hacerlo cada día mejor. El tercer punto fuerte que quiero resaltar es haber conseguido una ventaja competitiva respecto de la competencia gracias a nuestro esfuerzo transformador y al hecho de disponer de un banco moderno, ágil y muy enfocado al país y a sus clientes.

Durante el 2018 hemos desarrollado nuestros ejes comerciales con un incremento del crédito y de los préstamos a clientes. Gracias a nuestra alta solvencia y a nuestro compromiso con el país, hemos sido capaces de dar un 35 % más de créditos y préstamos nuevos respecto de 2017. A nivel global, nuestra posición de inversión crediticia ha crecido un 9,6 %. Queremos participar en el crecimiento de la economía del país y en los proyectos de empresas, negocios y familias.

Por otra parte, con las inversiones continuas y ambiciosas en la banca digital de MoraBanc hemos respondido a las necesidades de los clientes. Desde 2016 hemos multiplicado por 2,4 los usuarios de la plataforma en línea y por 1,6 el número de operaciones firmadas.

La mejora constante de la oferta digital nos ha hecho merecedores por segundo año consecutivo de los premios de la publicación especializada World Finance como mejor banca digital y mejor aplicación en Andorra.

El cliente nos pide más facilidad de contacto y más operativa desde canales a distancia, y eso hemos hecho. Los gestores directos administran sus clientes sobre la base de herramientas digitales y telefónicas casi exclusivamente, hemos ampliado el horario de Telebanc para dar más servicio a los clientes, hemos integrado un chat con el gestor y un módulo de gestión de citas y hemos incorporado una plataforma de inversión en línea. El resultado es muy positivo y nos anima a continuar invirtiendo y mejorando cada día en estos canales.

Para el cliente más exigente de la banca privada, hemos cerrado un acuerdo en exclusiva con Goldman Sachs Asset Management (GSAM), uno de los bancos globales más importantes del mundo, para reforzar la oferta de productos y servicios en Andorra. Este acuerdo permite a los clientes de MoraBanc acceder a los servicios de asesoramiento y a las carteras de inversión que GSAM ha diseñado específicamente para MoraBanc. Nos queremos centrar aún más en el servicio a los clientes, ser más ágiles, digitales y ofrecer las mejores soluciones del mercado en la gestión del patrimonio.

Los resultados positivos conseguidos este año 2018 también han sido fruto de cambios en la manera de hacer y en la manera de tomar decisiones. Una gestión óptima de los costes, un enfoque hacia la eficiencia y una organización estructurada para alcanzar los objetivos con comités específicos de negocio, estrategia y eficiencia, entre otros, han permitido obtener la consolidación del beneficio creciente y el incremento de un 16 % de nuestra ratio de explotación. Hemos mantenido estables los gastos y hemos invertido en innovación tecnológica para hacer frente a mejoras de procesos que hacen más competitivo el negocio, aplicaciones necesarias para los cambios regulatorios y, sobre todo, a la oferta líder en banca digital. Nuestra ratio de eficiencia se sitúa en el 62,9%, por debajo de la media de los bancos europeos, que es del 65,8%[1] a 31/12/2018.

Desde 2019 estamos aplicando el plan estratégico a tres años aprobado el último trimestre de 2018, que hemos llamado 360 internamente porque busca un replanteamiento continuo de todo lo que hacemos, con una dirección muy clara: el crecimiento.

Estamos muy ilusionados por los resultados conseguidos hasta ahora, pero lo estamos aún más ante las oportunidades y los retos que tenemos por delante. Queremos liderar nuestro mercado y, para ello, continuaremos creciendo en beneficio y en cuota de mercado. Continuaremos dando crédito a empresas, negocios y familias porque queremos acompañarles en sus proyectos y contribuir al crecimiento del país. Alzaremos la mirada más allá de Andorra para crecer en mercados donde estamos presentes, pero también para entrar en nuevos territorios.
Y, sobre todo, garantizaremos un acompañamiento financiero a nuestros clientes con una oferta competitiva.

[1]Fuente: https://www.bankingsupervision.europa.eu/banking/statistics/html/index.en.html

Posicionados para crear valor

1 Con nuestros capitales

Financiero:

- Liquidez **371,3 %** **(LCR promedio del año)**
- Gran solvencia **21,5 % BIS III CET1** (***fully loaded***)
- Recursos de clientes **6.539,7 millones de euros**

Relaciones e Intelectual:

- Más de **60 años de experiencia** bancaria
- Marca fuerte y reconocida
- Miembro de la Empresa Familiar Andorrana, Andorran Banking, Cámara de Comercio e Industria Francia/España de Barcelona, Confederación empresarial andorrana y *Cambra de Comerç, Serveis i Indústria d'Andorra*
- **Traspasamos conocimiento con nuestros estrategas y asesores**
- Alianzas con Fintechs
- **Banco transformado**
- Presencia notoria en redes sociales (un total de **12.005 seguidores**)

Humano:

- Equipo humano capacitado e internacional en 3 ubicaciones: **Andorra 276 personas, Zúrich 14 personas y Miami 23**
- Orientación al cliente
- Cultura fuerte de **cumplimiento normativo**
- **Formación continuada**

Estructura:

- Capacidad **inversora en tecnología: 5M**
- Presencia en el país con **9 ubicaciones y 28 cajeros**
- **Banca digital disponible para los clientes**

Medio ambiente y sociedad:

- Calculamos nuestra huella de CO_2 y aplicamos políticas de **reducción de emisiones**
- Política **voluntaria de RSC: 3,2 % beneficio a la comunidad**
- Compromiso con los **Objectivos de Desarrollo Sostenible** de las Naciones Unidas

2 Creamos y entregamos valor añadido a través de nuestras actividades de negocio

Basado en 5 pilares

- **Visión de continuidad**
- **Entidad consolidada**
- **Innovación como base del progreso**
- **Búsqueda de la excelencia**
- **Vocación internacional**

Con una gestión económica solvente y conservadora

- **Alta solvencia**
- Priorización del **largo plazo**
- Tasa de **morosidad baja 3,8 %**

Gestionando el riesgo:

- Riesgo de **crédito**
- Riesgo de **mercado**
- Riesgo de **balance**

Y gestión de riesgo transversal:

- Riesgo **operacional**
- **Ciberseguridad**
- Riesgo **regulatorio y normativo**
- Riesgo **reputacional**

Productos y servicios de calidad:

- **Crédito a familias, empresas y negocios**
- **Facilidad de pagos**
- **Asesoramiento y gestión de patrimonios**
- **Seguros de vida y salud**
- **Productos de ahorro e inversión de calidad**

Además, esta gestión se basa en un código ético que garantiza una administración y un control de la entidad exigentes y estrictos.

The Banker – Bank of the Year 2018 – ANDORRA

WORLD FINANCE – BEST DIGITAL BANK, ANDORRA – 2018 – MORABANC

WORLD FINANCE – BEST MOBILE BANKING APP, ANDORRA – 2018 – MORABANC APP BY MORABANC

3 Para crear valor para nuestros grupos de interés

Clientes:

- Nuevos créditos y préstamos: **+35 %**
- Crecimiento de los clientes digitales: **+48 %**
- Crecimiento de los recursos de clientes: **Estable**
- NPS clientes: **26,98 %**
- Reconocimientos como **Banco del Año de Andorra por The Banker y mejor Banca Digital y Aplicación de Andorra por World Finance**
- Clientes solidarios (**33,5 % tarjeta solidaria**)
- **Comunicación fluida** a través de canales como **redes sociales, newsletter,** etc.

Equipo:

- Nuevas incorporaciones: **23 personas**
- Atracción y retención del talento: **antigüedad media de los trabajadores: 10,5 años**
- Desarrollo internacional
- **Igualdad hombres y mujeres** con un 49 % de mujeres en plantilla y 42 % de mujeres en el equipo directivo
- Compromiso de nuestro equipo con la sociedad mediante **acciones de voluntariado como la recogida de alimentos para Cáritas**

Accionistas:

- Beneficio de **24 M€ y crecimiento del 2,3 %**
- **ROE 8,6 %**
- Rating entidad por **Fitch BBB- outlook estable**

Sociedad:

- **Beneficiarios acciones: 57 entidades y 663.313 personas**
- Reducción emisiones **efecto invernadero -13,1 %**
- **Número de entidades beneficiarias** tarjeta solidaria: **18**
- **Tarjeta solidaria 110.477 €** en donativos

Socios de negocio:

- Trabajamos con nuestros **proveedores con relaciones a largo plazo** que aporten valor
- Hacemos extensibles los **principios del banco en términos de sostenibilidad a nuestros proveedores**

Cómo gestionamos los riesgos y las oportunidades del mercado

En MoraBanc preparamos planes estratégicos a medio plazo (3 años) que marcan los objetivos de crecimiento y de posición en el mercado, teniendo en cuenta los retos y riesgos que debemos afrontar, pero también la identificación de oportunidades. Desde 2017 hemos vuelto a los beneficios crecientes, lo que da confianza a nuestros grupos de interés y nos sitúa en una posición de ventaja competitiva en nuestro mercado.

Transformación del negocio para conseguir una ventaja competitiva

Andorra es un mercado bancario muy competitivo que ha tenido que hacer frente a los nuevos requerimientos regulatorios a nivel global, pero también al cambio de paradigma hacia un sistema transparente y homologado. En MoraBanc entendimos la necesidad de transformar nuestro negocio lo más rápidamente posible para estar preparados antes que la competencia ya que, en un mercado muy maduro, con márgenes muy bajos y con poca diferenciación del producto, esta transformación podía ser un elemento diferencial y darnos una ventaja competitiva. Así ha sido, porque hemos podido anticiparnos a los cambios, dedicarnos al cliente de manera prioritaria y aplicar nuestro plan estratégico de crecimiento.

Posicionarnos con una banca digital diferencial y líder para dar respuesta a las necesidades de los clientes

Hemos identificado cambios en las necesidades de los clientes, sobre todo una mayor demanda de digitalización que les facilite la relación con el banco. En este ámbito realizamos una gran inversión en el mundo de la banca digital que nos ha permitido crecer en número de clientes y operaciones realizadas digitalmente y recibir una buena calificación de la herramienta por parte de los usuarios[1], además de ser reconocidos por el *World Finance* por segundo año consecutivo.

En nuestro proceso de modernización e innovación nos aliamos con empresas *fintech* para conseguir un cambio más rápido y eficaz, aprovechando su capacidad de respuesta.

Este posicionamiento en banca digital nos ha dado una ventaja y ha mejorado nuestra imagen como banco moderno, adaptado y centrado en el cliente.

Capacidad de dar crédito gracias a nuestra solvencia y solidez financiera

El retorno del país y de nuestro entorno a un crecimiento económico moderado, junto con unos tipos de interés bajos y gracias a nuestra solidez financiera y a nuestra solvencia, nos ha dado la oportunidad de dar crédito a familias, negocios, empresas y al sector público y, así, contribuir a la generación de actividad y riqueza a nuestro alrededor. En 2018 hemos concedido un 9,6 % más de créditos a clientes respecto de 2017.

Una gestión de los riesgos segura y cuidadosa con una visión amplia e integrada

La gestión del riesgo es un elemento esencial para garantizar el éxito de nuestra empresa y alcanzar unos resultados sostenibles en el tiempo. Diferentes departamentos del banco y comisiones del Consejo de Administración se encargan de velar por la identificación de riesgos y aplicar las estrategias adecuadas en cada caso.

El Departamento de Riesgos, junto con la Comisión de Riesgos del Consejo, realiza un seguimiento y aplica medidas y estrategias correctoras, si es necesario, en todos los riesgos relacionados con el balance del banco, como el riesgo de crédito, el riesgo de mercado, el riesgo de liquidez o la ratio de solvencia. El Departamento de Cumplimiento Normativo y la Comisión del Consejo de Auditoría y Cumplimiento velan por la prevención de los riesgos legales, regulatorios y penales del banco, con programas y políticas de cumplimiento para evitar riesgos reputacionales o de negocio. Por último, desde la Comisión del Consejo de Tecnología, Innovación y Seguridad de la Información se gestionan los riesgos tecnológicos, de seguridad de la información y de ciberseguridad.

MoraBanc es un banco con una gestión económica prudente y conservadora que da confianza a sus grupos de interés y que les permite estar atentos a las oportunidades de mercado que puedan surgir y a las oportunidades de crecimiento orgánico e inorgánico, tanto a nivel nacional como internacional.

[1] Estudios encargados por MoraBanc a empresas externas independientes de estudios de mercado.

Prioridades estratégicas del Grupo

MoraBanc ha cerrado el año 2018 con un resultado de crecimiento por segundo año consecutivo y se diferencia de sus competidores principales gracias al plan de transformación iniciado en 2015 y terminado en 2018 que establecía como prioridades la digitalización, la optimización de los costes y la adaptación a las exigencias normativas lo antes posible.

Acabamos el año 2018 con un banco con un balance más fuerte y sólido y se inicia una nueva etapa con el crecimiento constante como objetivo principal.

Este 2018 hemos terminado el plan de transformación de la entidad con éxito y, además, hemos aprobado el plan estratégico de crecimiento para el periodo 2019-2021, cuyo objetivo es incrementar la cuota de mercado y el beneficio los próximos 3 años.

Las prioridades estratégicas del Grupo para conseguir generar valor a largo plazo se alinean con nuestra visión.

Nuestra estrategia se centra en el crecimiento y en tres elementos principales:

1

El primer pilar es el crecimiento del negocio. En Andorra, mercado en el que MoraBanc mantiene su compromiso y foco de actuación principal, los ejes primordiales de crecimiento son una nueva segmentación de clientes, la mejora continua de la propuesta de valor, la concesión de créditos y la gestión de clientes de banca privada.

Nuestras palancas de crecimiento serán el crédito a particulares, negocios y empresas gracias a nuestra solvencia, que nos da capacidad para prestar, y al crecimiento en recursos de clientes, gracias al producto diferencial con acuerdos como el que firmamos con Goldman Sachs Asset Management (GSAM) el pasado mes de febrero de 2019. El acuerdo con GSAM nos permite reforzar la oferta de productos y servicios en Andorra, ya que los clientes de MoraBanc acceden a los servicios de asesoramiento y a las carteras de inversión diseñadas específicamente por GSAM.

2

La segunda línea estratégica es el **crecimiento internacional.** Desde un punto de vista geográfico, MoraBanc está presente en Andorra, Suiza y Estados Unidos y buscaremos crecer en mercados cercanos para seguir la línea ascendente de diversificación de recursos en banca privada. Para ello, potenciaremos nuestras filiales para incrementar el número y los recursos de clientes y estaremos atentos a los diferentes mercados de interés para crecer en adquisiciones de negocios o carteras, gracias a la capacidad de inversión de MoraBanc.

3

La inversión en tecnología y la innovación son la tercera palanca de crecimiento y nos tienen que permitir mantener el liderazgo en banca digital en Andorra. Facilitar la operativa de los clientes con el banco en todos los puntos de contacto es nuestra ambición para conseguir nuevos usuarios y nuevas transacciones. La innovación es un pilar primordial. Tomamos la creatividad, el liderazgo, la flexibilidad y la iniciativa como elementos de progreso y generación de impacto positivo tanto para la entidad como para la sociedad. Así pues, hemos continuado promoviendo nuestro modelo comercial ofreciendo más proximidad y disponibilidad gracias a la digitalización, pero sin perder el trato personal y directo con el cliente. Esta digitalización es el resultado de las nuevas necesidades de los clientes, tanto en términos de eficiencia de los procesos como de interacción.

Eficiencia y productividad

La consecución del crecimiento debe ir acompañada de una gestión eficiente, un enfoque de la gestión en clave de productividad y el apoyo de toda la organización. En 2018, MoraBanc redujo los costes un 21 % respecto de 2016. El control de costes con un indicador específico y transversal para todas las unidades de negocio y servicios centrales, junto con un Comité de Eficiencia, debe permitir conseguir los resultados del plan estratégico de garantizar crecimiento y creación de valor a largo plazo.

MoraBanc Digital: una ventaja competitiva

Los equipos de MoraBanc han interiorizado la cultura digital, nuestras tecnologías evolucionan constantemente y trabajamos con socios innovadores para mantener el liderazgo digital en Andorra y ser un referente de banca innovadora para maximizar la experiencia de los clientes de una forma más sencilla, intuitiva y segura.

Desde que lanzamos la nueva banca digital en 2016, tenemos como eje de trabajo la mejora constante de nuestra propuesta de valor. Por ello, durante el 2018 hemos añadido nuevas operativas con un total de 25 proyectos, entre los que destacan la aplicación de la firma electrónica avanzada, el módulo interno de gestión de avisos y comunicaciones entre cliente y gestor, el chat en línea, la solicitud de cita previa con el gestor, MoraBanc Direct, o la posibilidad del pago fraccionado de compras con tarjeta.

La comunicación multicanal ya hace tiempo que ha dejado de ser una opción para ser el único camino para responder a las expectativas de nuestros clientes.

Con las empresas *fintech* creamos alianzas para lograr innovación y rapidez de llegada al mercado. Con Inbenta, por ejemplo, aplicamos soluciones de inteligencia artificial a nuestros buscadores web y móviles; con QuickBlox hemos mejorado las conversaciones entre cliente y gestor a través de un chat seguro en línea y Web Financial Group es el motor del proyecto Broker Online.

Las cifras demuestran que los clientes han aceptado los servicios digitales y la comunicación multicanal de MoraBanc y que los valoran positivamente. El NPS de nuestros servicios en línea ha aumentado 8 puntos durante este año y el aumento de las operaciones digitales es significativo y constante.

MoraBanc Digital

Estés donde estés, siempre

La evolución digital de los clientes de MoraBanc

2016

Estreno de MoraBanc Digital

2017

Plataforma de inversión en línea más completa del mercado andorrano

Simplificación de la operativa: una única clave

Premios internacionales de la web y la app

2018

Versión para iPad de la aplicación móvil

Reconocimiento facial del iPhone X

Chat y módulo en línea de gestión de citas con gestores

MoraBanc Direct, el primer gestor a distancia

Horario de banca telefónica ampliado

Premios internacionales de la web y la app

x 2,4

Más usuarios

x 1,6

Más operaciones

x 2,1

Más transferencias por banca digital

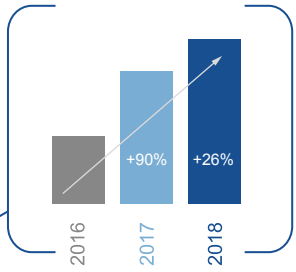
x 1,7

Se incrementa la operativa de valores

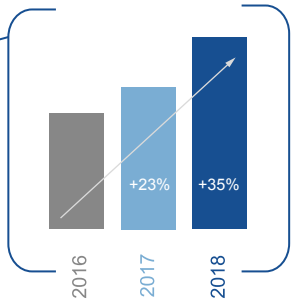
Los clientes apuestan por el canal online para las operaciones de tarjetas:

- Adelanto de pago **x 3,4**
- Bloqueo de tarjeta **x 2,4**
- Duplicado de PIN **x 2,4**

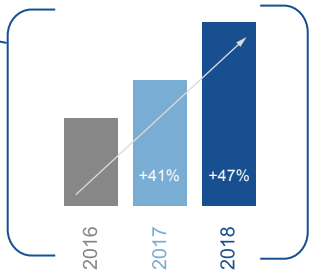
Banca online (número de entradas a la banca online desde cualquier dispositivo para consultar u operar)



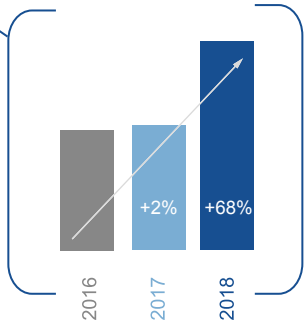
Número de operaciones firmadas



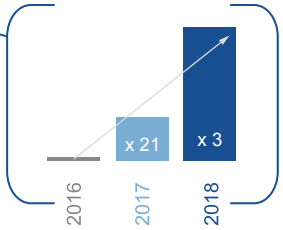
Envío de dinero (transferencias y traspasos)



Compra / venta de valores



Tarjetas de crédito (operaciones de pago anticipado, traspasos a cuenta, aplazamiento de compras...)



Nuestros puntos fuertes

Los puntos fuertes de MoraBanc derivan de nuestros principios, que nos diferencian y nos dan una ventaja competitiva de cara al futuro. Los agrupamos en tres aspectos: unos cimientos sólidos, una manera de hacer banca y una manera de ser.

Tenemos unos cimientos sólidos gracias a una gestión prudente y conservadora:

- La solvencia es un rasgo identificativo de MoraBanc. Lideramos las ratios de solvencia en el país gracias a una gestión prudente, previsora y alineada con las mejores prácticas. La solvencia nos permite generar confianza al cliente y en el país, dar crédito a familias y empresas y también mirar más allá con tranquilidad para hacer realidad nuestros proyectos estratégicos.
- La gestión del riesgo es clave para MoraBanc. Es un elemento imprescindible para garantizar los cimientos de la entidad, transmitir confianza y conseguir los objetivos a largo plazo.
- Una gestión muy rigurosa de los costes ha permitido a MoraBanc transformarse ante los nuevos retos y liderar el cambio.

Tenemos una manera de hacer banca centrada en el cliente:

- De acuerdo con nuestros principios, buscamos la excelencia en todo lo que hacemos.
- Innovamos al servicio del cliente, para facilitarle su relación con el banco, y desde todos los canales para estar más cerca de él.
- Somos transparentes en la relación con nuestros clientes y nuestros otros grupos de interés. Para nosotros, la transparencia es uno de los aspectos clave del cambio y la transformación de MoraBanc.

Nuestro comportamiento y nuestra forma de ser nos dan una ventaja competitiva:

- Somos un banco familiar que busca la creación de valor a largo plazo y siempre en beneficio de la seguridad del cliente y de la fortaleza del banco.
- La integridad es uno de nuestros principios y forma parte de nuestra cultura.
- Tenemos un compromiso con la sociedad y con las generaciones futuras y, por tanto, nuestra conducta se enmarca en este compromiso.

Principios

Los clientes como eje principal de actuación

Respeto por las personas

Todas nuestras acciones deben basarse en la planificación, ejecución, verificación y optimización

Implicación social

Excelencia

Las personas en MoraBanc

Los empleados son el factor clave de la entidad y del éxito de nuestra actividad y MoraBanc quiere que el equipo se sienta comprometido con la misión, la cultura y la estrategia de la empresa.

Para ello, el Departamento de Gestión de Personas tiene en cuenta diferentes elementos de cohesión, motivación, crecimiento y satisfacción profesional, como el hecho de velar por la diversidad y la igualdad de oportunidades, preparar planes de formación y de crecimiento adecuados a cada perfil o generar empleo de calidad retribuido de forma competitiva.

El plan estratégico incluye aspectos como la conciliación familiar, el equilibrio retributivo, la innovación en la gestión del talento y la implementación del plan de gestión del conocimiento.

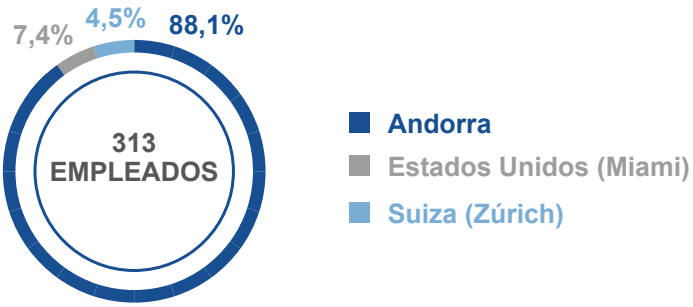
El Departamento de Gestión de Personas trabaja de forma constante para armonizar a corto, medio y largo plazo las necesidades de la empresa con las oportunidades de desarrollo de las personas que trabajan en ella, y lo hace con políticas e iniciativas que se aplican a todo el equipo.

El espíritu del departamento es ser cercano y accesible a todos los empleados para asegurar su desarrollo profesional y reconocer su contribución a la entidad.

El número de empleados del grupo MoraBanc a 31 de diciembre de 2018 era de 313 personas, distribuidas en las tres localizaciones en las que operamos: Andorra, Zúrich y Miami.

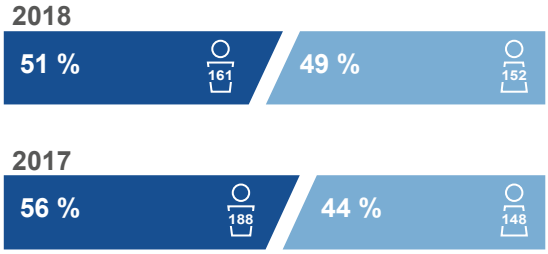
Empleados del Grupo MoraBanc por localización a 31/12/2018

Como política general, siempre que sea posible se prioriza la promoción interna para cubrir vacantes. El Departamento de Gestión de Personas analiza el perfil de cada candidato para incorporar a la persona más apropiada a cada puesto de trabajo. Durante el 2018, 23 personas se incorporaron a MoraBanc.



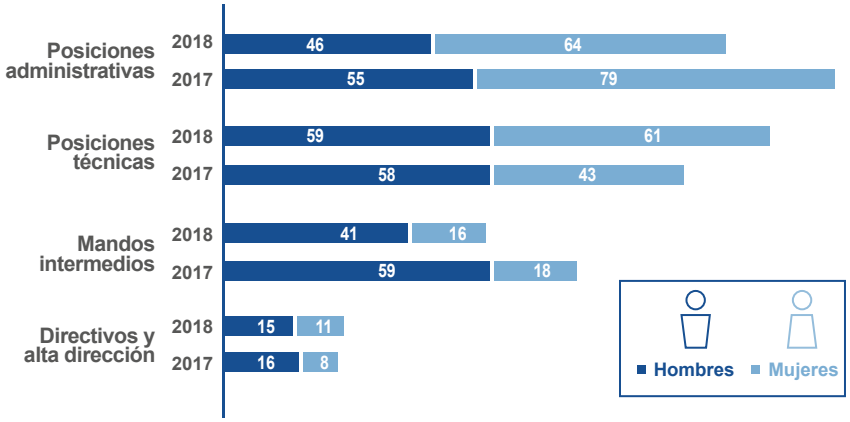
Distribución de hombres y mujeres en MoraBanc en 2017 y 2018

El Plan Estratégico garantiza la igualdad de oportunidades y la equidad retributiva, entre otros aspectos laborales, y el departamento de Gestión de Personas trabaja para aplicar medidas que garanticen la diversidad y la igualdad de oportunidades entre el personal de la entidad.



Distribución de los empleados de MoraBanc por cargo y sexo en 2017 y 2018

En 2018 ha aumentado la proporción de mujeres en la plantilla de MoraBanc y las mujeres han obtenido más peso en las posiciones técnicas y de dirección. Esto ha sido posible gracias a la promoción de más mujeres a puestos directivos.



- Para fomentar el conocimiento y el desarrollo profesional de nuestro personal **se han elaborado diferentes planes de acción** como los siguientes:

Plan de gestión del conocimiento para armonizar el talento de los trabajadores con los objetivos establecidos por el banco.

Plan de aprendizaje continuo basado en formaciones complementarias, como diferentes cursos adecuados a su puesto de trabajo, cursos de idiomas, eficiencia, etc.

Plan de formación de MoraBanc en el que se ofrecen **becas para cursar diferentes estudios universitarios** referentes a la actividad laboral que están desarrollando y para obtener certificaciones financieras.

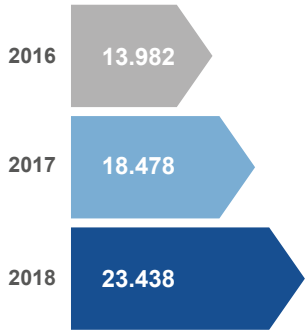
- Por otra parte, el banco ha desarrollado una red digital de aprendizaje denominada **MoraBanc Talent,** enmarcada en los valores del banco, como son la innovación y la integridad profesional. El Departamento de Gestión de Personas ha estado trabajando transversalmente con otros departamentos, empleados y también con prejubilados para gestionar el conocimiento interno y llevar a cabo este proyecto. El objetivo de esta plataforma es proporcionar formaciones organizadas en píldoras formativas de diversos ámbitos:

MoraBanc Talent

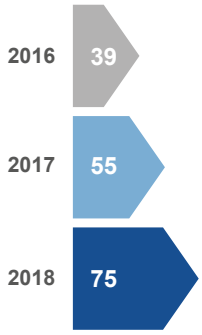
- **Habilidades técnicas**
- **Gestión del conocimiento interno**
- **Idiomas**
- **Mentoría**
- **Onboarding digital**

Gracias a esta nueva red de aprendizaje, el número total de horas de formación en 2018 se ha incrementado un 27% respecto de 2017.

Horas totales de formación



Media de horas de formación por empleado



¿Sabías que...?

Desde 1998, MoraBanc desarrolla un programa de stage profesional durante los meses de verano para los estudiantes de Andorra y, actualmente, estas estancias son una buena oportunidad para que los jóvenes conozcan cómo funciona el mundo profesional realizando tareas relacionadas con los estudios que están cursando. Se les ofrece una oportunidad profesional, y a la vez formativa, que al finalizar los estudios puede traducirse en una incorporación a MoraBanc. Todos los candidatos seleccionados son mayores de 18 años y son estudiantes universitarios o de formación profesional. Durante los meses de verano de 2018 se incorporaron un total de 30 jóvenes en prácticas.

Las cosas que realmente son importantes para MoraBanc y para sus grupos de interés

Nuestro enfoque estratégico y de sostenibilidad se basa en lo que es relevante e importante para MoraBanc y para nuestros grupos de interés. En la tabla siguiente se identifican las cuestiones materiales relevantes para la entidad y nos ayudan a determinar nuestra estrategia de sostenibilidad a largo plazo.

Tema	¿De qué se trata?	¿Cuáles son los riesgos y las oportunidades?	¿Qué hacemos en MoraBanc?
Garantizar el desarrollo económico y generar empleo	Somos una empresa con una estrategia de sostenibilidad a largo plazo que, con su actividad, incide en el crecimiento económico de su entorno.	Hacer las cosas bien nos posiciona como un referente en el país y nos da la oportunidad de diferenciarnos.	Tenemos una situación financiera solvente, sólida y sana que nos permite crecer, dar crédito, contratar personal y generar bienestar a nuestro alrededor, con políticas activas en relación con el medio ambiente, la sociedad y la gobernanza corporativa.
Luchar contra la corrupción y la financiación del terrorismo	Somos una empresa con las mejores prácticas para combatir la corrupción y luchar contra el terrorismo y su financiación.	La entidad reduce al máximo los riesgos reputacionales con una normativa, unos procedimientos y una vigilancia continua que recibe la confianza de sus clientes y de los otros grupos de interés.	Trabajamos para aplicar las mejores prácticas en todo momento, con unos profesionales de primer nivel. Las comisiones del Consejo de Administración velan por el cumplimiento de las normas y gestionan los riesgos.
Igualdad en la retribución de hombres y mujeres, diversidad e igualdad de oportunidades	Garantizamos la igualdad de oportunidades y de retribución entre hombres y mujeres por el mismo trabajo.	Nuestros empleados son uno de nuestros activos principales y trabajamos con prácticas que dan confianza en relación con los aspectos laborales, para ser atractivos y competitivos. Mantener a los empleados fidelizados es un elemento de competitividad para MoraBanc.	Fijamos 4 objetivos en la gestión de las personas: • experiencias del trabajador, • compensación y equilibrio, • conocimiento y desarrollo, y • gestión del talento. Tenemos un compromiso con la promoción interna y políticas de igualdad para eliminar las diferencias de género en nuestros puestos de trabajo y en la retribución. Garantizamos una formación de calidad a nuestros empleados y ofrecemos un entorno de trabajo saludable y seguro.
Conducta ética y responsable	Garantizamos conductas éticas y responsables en todos los ámbitos de la organización para transmitir la mayor confianza a nuestros clientes.	Una cultura corporativa sólida es una ventaja competitiva en el mercado y las carencias en aspectos de ética y responsabilidad podrían conducir a riesgos reputacionales graves.	• Disponemos de un Código ético y de conducta y de un Código de conducta del mercado de valores que han aceptado todos los empleados de MoraBanc. • Tenemos unas estructuras de control sobre la conducta ética y responsable e impartimos formación obligatoria sobre los códigos de conducta y de prevención de los conflictos de intereses y sobre la prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo. • El Comité de Gestión de la Integridad Corporativa promueve medidas para resolver actuaciones éticamente cuestionables, soluciona las situaciones de conflictos de intereses, propone modificaciones del Código de conducta para adaptarlo a los cambios del negocio y del entorno y se comunica con las autoridades supervisoras, entre otras funciones.
Calidad, excelencia en la práctica bancaria y protección del cliente	Para MoraBanc significa actuar siempre en el mejor interés del cliente, ofrecer el mejor producto con transparencia y tener un enfoque total en el cliente.	Los clientes son cada vez más exigentes y la competencia bancaria o de servicios equivalentes es grande, pero entre nuestros activos se encuentran el conocimiento de nuestro cliente y una manera de hacer banca reconocida.	Tenemos procedimientos y normas de conducta para asegurar que actuamos en todo momento con imparcialidad, profesionalidad y teniendo en cuenta el interés del cliente. Disponemos de normas y procedimientos como la Política de protección de activos y la Política general de conflictos de interés. Además de servicios de inversión consistentes en la recepción, transmisión y ejecución de las órdenes de los clientes.

Protección del cliente

¿Sabías que...?

De conformidad con la normativa aplicable y, en particular, en relación con las disposiciones relativas a la protección de los inversores, MoraBanc ha establecido **procedimientos y normas de conducta** para asegurar que en todo momento actúa con **imparcialidad, profesionalidad y teniendo en cuenta el interés de los clientes.**

MoraBanc clasifica los clientes en las tres categorías establecidas en la Directiva MiFID: contrapartes elegibles, clientes profesionales y clientes minoristas. Esta clasificación determina su nivel de protección, a los clientes minoristas se les otorga el nivel de protección superior.

Asimismo, disponemos de tests MiFID de adecuación e idoneidad para evaluar el nivel de conocimientos y experiencia de los clientes en los mercados financieros, su situación financiera y sus objetivos de inversión, con el objetivo de adaptar los servicios y productos de inversión al perfil inversor de cada cliente. Para asegurar la adecuación o la idoneidad de los productos y servicios financieros contratados por el cliente, MoraBanc ha clasificado todos los productos MiFID según su nivel de complejidad, liquidez y riesgo.

Con estas medidas aseguramos que el cliente comprende y entiende todos los riesgos de los productos de inversión con la suficiente antelación para poder tomar las decisiones con pleno conocimiento.

Necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés

Como proveedor de servicios financieros, estamos muy conectados con el entorno en el que operamos y con la sociedad a la que servimos. Nuestro compromiso con estas personas y entidades y nuestra capacidad de generar valor están relacionados con nuestras actividades y nuestra contribución global. Creamos valor para nuestros grupos de interés y para MoraBanc dando respuesta a sus necesidades y expectativas.

	Necesidades y expectativas	¿Cómo creamos valor?
Clientes El cliente es nuestra razón de ser, es quien nos da su confianza para custodiar y gestionar su patrimonio y para hacer realidad sus proyectos personales y profesionales.	Ser una empresa responsable que proponga los mejores productos disponibles a su servicio con una actuación ética y transparente y con un compromiso social y económico.	Proponemos los mejores productos y servicios propios y con los mejores acuerdos, damos crédito e invertimos en las mejores herramientas digitales para facilitar la relación con MoraBanc. Proporcionamos información actualizada y adecuada para la toma de decisiones, protegemos sus intereses y estamos cerca de los clientes en sus proyectos.
Empleados Son el elemento esencial de nuestro éxito, gracias a su compromiso y dedicación. Trabajamos para ofrecerles un puesto estable y con las mejores condiciones.	Asegurar un trabajo con igualdad de oportunidades.	Ofrecemos salarios competitivos, formación continua, incentivos, puestos de trabajo adecuados, nos preocupamos por la salud y la higiene en el trabajo y compartimos los objetivos estratégicos para estar alineados con la consecución de los objetivos del Grupo.
Proveedores Nos proporcionan productos o servicios para el desarrollo de la actividad. Establecemos relaciones basadas en la transparencia y el respeto mutuo con el fin de garantizar la calidad y disponibilidad de los productos y servicios que ofrecemos.	Mantener la actividad económica en nuestro entorno para garantizar la contratación externa.	Nos concentramos en nuestra actividad principal y subcontratamos los productos y servicios necesarios. Diversificamos el número de proveedores y exigimos una gestión medioambiental de los productos y servicios.
Entidades culturales, deportivas y sociales Se trata de instituciones que forman parte de nuestro entorno y ámbito de influencia. Por ello trabajamos para contribuir a su desarrollo.	Compromiso con la sociedad, el medio ambiente, el futuro y el desarrollo económico.	Lideramos el mayor programa de ayuda a las entidades con la tarjeta solidaria, apostamos por el deporte, la cultura y estamos comprometidos con el medio ambiente, las generaciones futuras y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS).
Medios de comunicación Son las entidades que nos acercan a la sociedad gracias a la difusión de nuestra actividad.	Transparencia en la comunicación.	Informamos puntualmente de nuestras acciones y apostamos por una comunicación directa y transparente.
Instituciones y reguladores Por un lado, son los representantes políticos de la población del territorio; y por otro, los organismos reguladores de nuestra actividad en las diferentes jurisdicciones en las que operamos: AFA en Andorra, FINRA, SEC, FINCEN en Estados Unidos y SAAM en Suiza.	Contribuir al crecimiento económico, respetar las normas y las mejores prácticas y gestionar el negocio con ética y transparencia.	Garantizamos una presencia a largo plazo, con una empresa familiar responsable y un gobierno corporativo profesional que se anticipa a los cambios normativos.
Accionistas Personas con capital de la empresa que toman decisiones sobre la empresa y reciben dividendos.	Permanencia a largo plazo, distribución de los resultados, una mejor gestión posible de la entidad, ética y compromiso por tratarse de una empresa familiar.	Estrategia de empresa que prioriza la sostenibilidad a largo plazo y la independencia de la entidad a los beneficios a corto plazo.
Contrapartes, corresponsales, custodios, etc. Son nuestros proveedores financieros clave para la consecución de nuestra actividad.	Confianza en la entidad en términos de solidez, responsabilidad y solvencia.	Gestión prudente y rigurosa de la entidad, proporcionando información actualizada y transparente de nuestra actividad para lograr una confianza mutua.

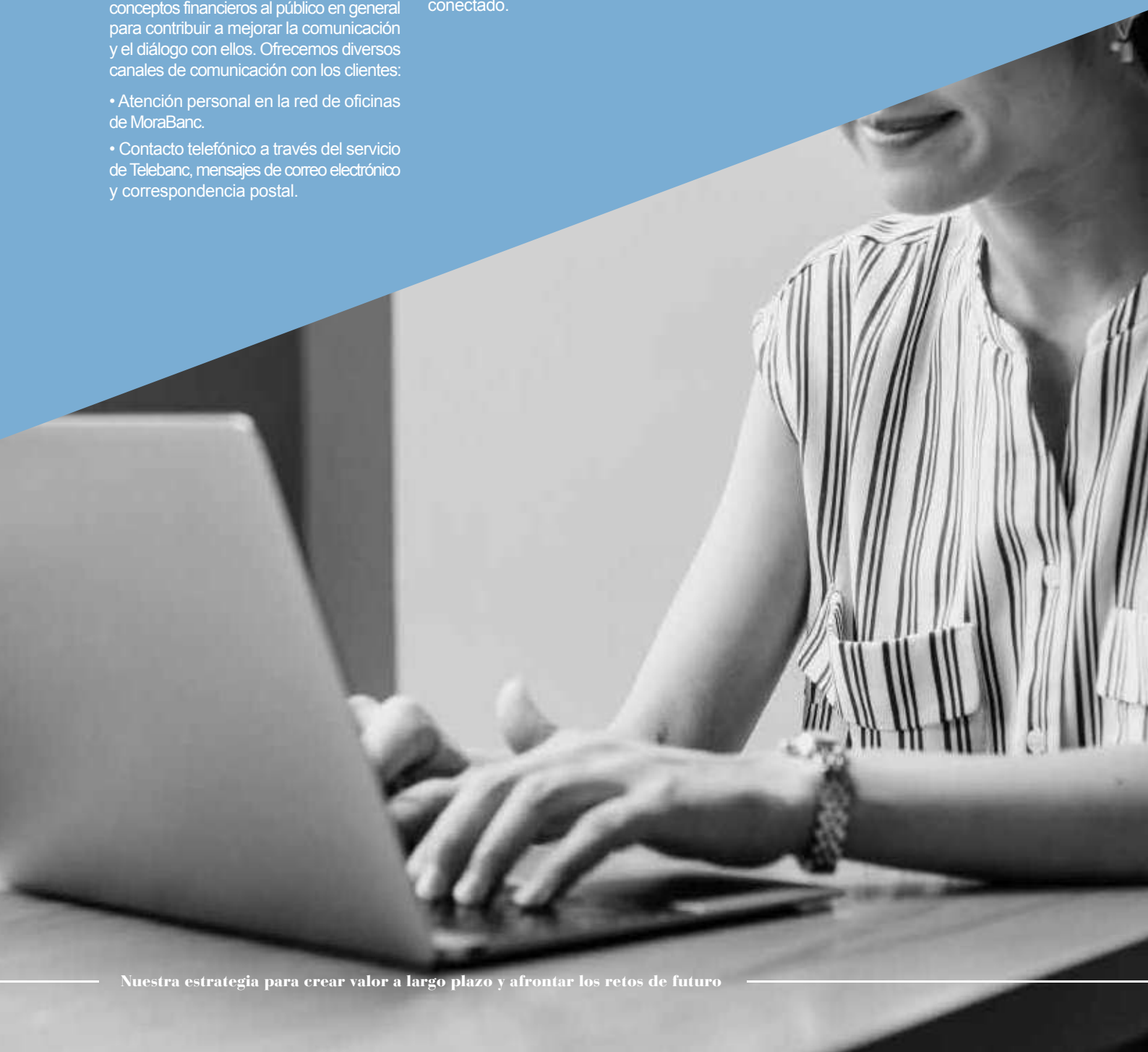
Atención y contacto permanente con los grupos de interés:

MoraBanc quiere mantener la confianza de los grupos de interés. Por este motivo, trabajamos día a día para cuidar nuestra relación. Entre nuestras prioridades destacan la proximidad con el cliente y la construcción de una relación estable como base para una actividad sostenible. La construcción de un puente estable con el cliente comienza por ofrecer información clara, precisa y detallada sobre los productos y servicios de la entidad que permita al cliente tomar las mejores decisiones. En este sentido, es nuestra responsabilidad social aproximar y hacer entender los conceptos financieros al público en general para contribuir a mejorar la comunicación y el diálogo con ellos. Ofrecemos diversos canales de comunicación con los clientes:

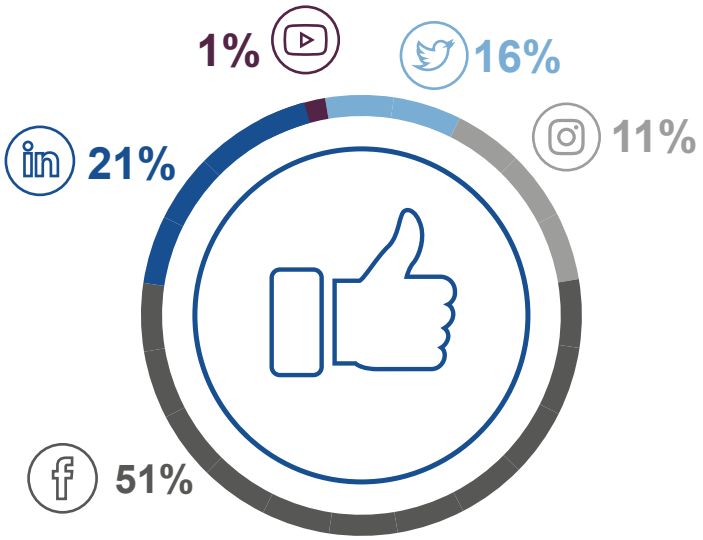
- Atención personal en la red de oficinas de MoraBanc.
- Contacto telefónico a través del servicio de Telebanc, mensajes de correo electrónico y correspondencia postal.
- Página web, **www.morabanc.ad**, intuitiva y con amplia información sobre los productos y servicios del Grupo.
- Boletines en el correo electrónico de los clientes para informar de las novedades del blog, los productos nuevos, las actividades que organizamos, información de interés, etc.
- MoraBanc Online y aplicación para dispositivos móviles.
- Redes sociales: ponemos el foco en las redes sociales como punto de enlace con los clientes, en un mundo en el que el consumidor cada vez está más conectado.

Mediante la presencia en las redes establecemos una relación más continua, ya que les informamos de asuntos de interés relacionados con los servicios que ofrecemos, el sector bancario y las actividades que patrocinamos u organizamos.

Tenemos un diálogo constante con nuestros grupos de interés, ya sea a través de conversaciones directas, redes sociales, nuestra web, la banca digital y la aplicación o el buzón de sugerencias; y de este modo estamos informados de sus necesidades y expectativas.



12.005 seguidores de las redes sociales de MoraBanc 2018



En Facebook tenemos un perfil marcadamente social con temas relacionados con los patrocinios, como MoraBanc Andorra, Temporada de Música y Danza y los proyectos sociales. En menor medida publicamos contenidos de negocio muy seleccionados.

En Twitter tenemos un perfil con más presencia de contenido especializado en finanzas y banca.

En LinkedIn compartimos contenidos corporativos y especializados en finanzas.

En Instagram compartimos los temas relacionados con el banco que tienen una imagen potente.

3 Resultados

Reflexiones de la directora financiera: unos resultados al alza y un balance reforzado

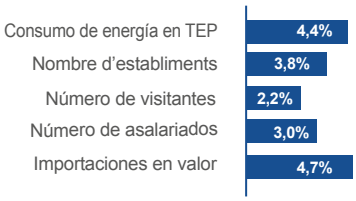
La consecución de los retos planteados por MoraBanc para el ejercicio 2018 ha sido plenamente satisfactoria y alineada con los objetivos de nuestro plan estratégico. Presentamos un beneficio de 24,1 millones de euros, un 2,3 % por encima del obtenido en 2017, afianzando nuestra solvencia CET 1 del 21,5 % *fully loaded* y del 24,7 % *phase in*; una gestión cuidada de la liquidez, con una ratio LCR media del año del 371 % e incrementamos el ROE hasta el 8,6 %.

Entorno macroeconómico

Durante el año 2018, según apuntan las previsiones de los indicadores económicos de las principales agencias de calificación, la economía andorrana ha estado marcada por síntomas positivos de recuperación con una tendencia de crecimiento constante. Otros indicadores de la economía andorrana también han demostrado un dinamismo de nuestro entorno operativo durante 2018.

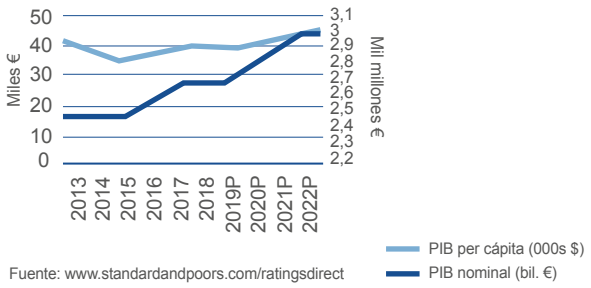
A escala macroeconómica, se han mantenido las acciones de los bancos centrales, que han reiterado un año más, sobre todo en Europa, un entorno de tipos de interés bajos. Las incertidumbres del Brexit, los acuerdos comerciales entre China y EE.UU. y unos resultados negativos en las bolsas a finales de año han marcado la evolución de la economía y de los mercados en 2018. MoraBanc ha sabido compensar estos niveles bajos de tipo con un incremento de la inversión crediticia gracias a la firme situación de solvencia y liquidez del balance.

Evolución 2017 y 2018 de los datos económicos de Andorra



Fuente: www.estadistica.ad

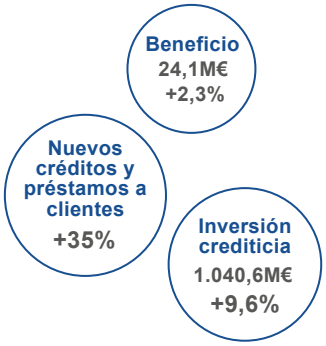
Evolución de los indicadores económicos en Andorra de 2013 a 2022



Fuente: www.standardandpoors.com/ratingsdirect

Crecimiento del beneficio y del negocio bancario

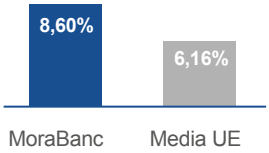
Por segundo año consecutivo, y en línea con nuestro plan estratégico, los beneficios crecen un 2,3% como consecuencia del crecimiento del negocio y gracias a un control de gastos y de gestión eficiente. La inversión crediticia ha aumentado un 9,6%, empujada por la concesión de nuevas operaciones, que se han incrementado un 35% respecto a 2017. El margen de intereses ha aumentado un 22% gracias a una gestión equilibrada de la inversión crediticia y de la tesorería y a una política eficiente de gestión del balance en general.



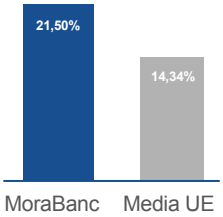
El negocio internacional ha seguido la tendencia creciente y los recursos de los clientes de nuestras filiales Mora Wealth Management (MWM) en Zúrich y Miami ya representan el 29% del total de recursos del Grupo. MWM ha tenido un resultado un 141% superior al de 2017, en línea con su objetivo.

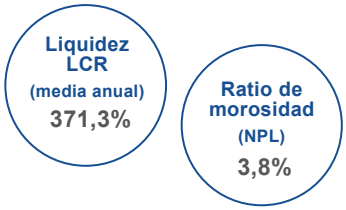
Además, la política de gestión de capital que lleva a cabo MoraBanc ha permitido a la entidad que la rentabilidad financiera (ROE) haya aumentado del 8,4% en 2017 hasta el 8,6% en 2018, una tasa por encima de la media de los bancos en la UE (6,16%).

Rentabilidad (ROE) a 31/12/2018



Ratio de solvencia CET1 *fully loaded* a 31/12/2018





Un balance sólido y liderazgo en solvencia, nuestros rasgos distintivos e irrenunciables

Uno de los pilares principales de MoraBanc es mantener una sólida situación de solvencia para dar seguridad y confianza a nuestros clientes, avalando que MoraBanc dispone de niveles elevados de capital para asegurar la viabilidad de la entidad ante escenarios adversos.

Cerramos 2018 con una ratio de solvencia BIS III del 24,7% CET 1 (Common Equity Tier) y del 21,5% (CET 1 *Fully Loaded*), que supera con creces los mínimos regulatorios y también nos sitúa por encima de los estándares de bancos comparables. Esta sólida solvencia permite al Grupo diversificar el balance y mantener una inversión equilibrada y eficiente. Además de los sólidos niveles de solvencia, destacamos la ratio de liquidez tanto a corto como a medio plazo, que refuerza la solidez de la estructura de nuestro balance. La ratio LCR (Liquidity Coverage Ratio) a 31 de diciembre de 2018 es del 560,8%, con un valor medio del 371,3% durante el año, y la ratio NSFR (Net Stable Funding Ratio), del 132,0%.

Asimismo, las ratios de morosidad (NPL, Non Performing Loans) del 3,8%, la proporción de los préstamos sobre los depósitos (LTD Ratio) del 58,3% y la ratio de cobertura del 83,2% garantizan la fortaleza de nuestro balance. Finalmente, nuestra gestión del balance se complementa con una ratio de apalancamiento más que adecuada del 10,36 % que afianza la robustez de la estructura de nuestro balance.

El reto de la homologación con las regulaciones de la Unión Europea

A raíz del Acuerdo Monetario firmado entre Andorra y la Unión Europea, la banca andorrana ha culminado el proceso de homologación, tanto en el ámbito contable como de solvencia. Así, al inicio de 2019 estaremos totalmente equiparados al resto de bancos europeos en ambos ámbitos. El 1 de enero de 2018 entró en vigor la norma IFRS 9 (International Financial Reporting Standard), con una provisión del riesgo crediticio más precisa. Durante el 2018, Andorra ha transpuesto la directiva de solvencia de entidades financieras (CRD IV), que será aplicable a todas las entidades en 2019 y hará comparables los cálculos y requerimientos de solvencia y liquidez de las entidades bancarias andorranas con los de la banca europea.

Esta transformación regulatoria ha encaminado MoraBanc hacia una mayor profesionalización y transparencia, unos valores esenciales para competir a escala internacional.

[1]Fuente: https://www.bankingsupervision.europa.eu/banking/statistics/html/index.en.html.

Sara Álvarez Cazorla

Principales datos financieros

Balance de situación y patrimonio neto consolidados

en miles de euros

Activo	31/12/18	31/12/17*
Efectivo, saldos en efectivo en bancos centrales y otros depósitos a la vista	17.648	19.104
Cartera propia	1.285.174	1.203.972
Inversión crediticia en entidades de crédito	277.255	244.812
Inversión crediticia en clientes	1.040.635	949.726
Contabilización de coberturas	750	765
Inversiones en negocios conjuntos y asociadas	1	31
Activos amparados por contratos de seguro y reaseguro	36.324	35.961
Activos tangibles e intangibles	116.413	93.670
Activos por impuestos	7.667	6.936
Otros activos	4.541	7.565
Activos no corrientes y grupos alienables de elementos mantenidos para la venta	1.562	15.153
Total activo	**2.787.970**	**2.577.695**

en miles de euros

Pasivo	31/12/18	31/12/17*
Pasivos financieros mantenidos para negociar	31.282	16.167
Pasivos financieros designados a valor razonable con cambios a resultados	358.891	405.870
Pasivos financieros a coste amortizado	1.972.271	1.739.956
Derivados - contabilidad de coberturas	6.699	3.148
Cambios de valor razonable de los elementos cubiertos en cobertura de riesgo de tipo de interés	782	779
Pasivos amparados por contratos de seguro y reaseguro	86.459	86.094
Provisiones	25.185	26.004
Pasivos por impuestos	3.571	5.360
Otros pasivos	16.243	17.067
Total pasivo	**2.501.383**	**2.300.445**

en miles de euros

Patrimonio neto	31/12/18	31/12/17*
Capital	42.407	42.407
Otro resultado global acumulado	(3.227)	2.806
Ganancias acumuladas	155.079	145.608
Otras reservas	68.275	75.841
Resultado atribuible a los propietarios de la dominante	24.057	23.517
Dividendo a cuenta	-	(12.925)
Intereses minoritarios	(4)	(4)
Total patrimonio neto	286.587	277.250
Total patrimonio neto y pasivo	**2.787.970**	**2.577.695**

en miles de euros

Estado de resultados consolidados	31/12/18	31/12/17*
Margen financiero	**25.978**	**21.246**
Resultado por comisiones	50.269	54.800
Resultados de entidades valoradas por el método de participación	(30)	(99)
Resultados de operaciones financieras	7.883	10.837
Ingresos de explotación netos	4.816	2.026
Resultado de explotación neto	**88.916**	**88.810**
Gastos de administración	(55.903)	(51.797)
Amortización	(5.638)	(8.010)
Dotación a provisiones, deterioro neto y otras ganancias por activos no financieros y activos no corrientes	(1.545)	(3.980)
Resultado antes de impuestos	25.830	25.023
Impuesto sobre beneficios	(1.773)	(1.506)
Resultado del ejercicio	**24.057**	**23.517**

miles de euros

Estado del valor añadido del grupo MoraBanc	31/12/18	31/12/17*
Valor económico creado	**88.916**	**88.810**
Margen financiero	25.978	21.246
Comisiones por servicios netos	50.269	54.800
Resultado de operaciones financieras y otros ingresos	12.668	12.764
Valor económico distribuido	**57.676**	**53.303**
Valor económico retenido	**31.240**	**35.507**
Valor económico distribuido y retenido	**88.916**	**88.810**

* Se presenta única y exclusivamente a efectos comparativos

Aportamos valor a nuestros grupos de interés y a la sociedad

Clientes

Satisfacción de los clientes (NPS): 26,98 %.

Seguimiento e interacción en nuestras redes sociales: 12.005 seguidores, en total, entre las 5 redes sociales en las que estamos presentes (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter e Instagram).

Empleados

- 23.438 horas de formación.
- 98 % de contratos indefinidos.
- 49 % de mujeres.
- Entorno de trabajo seguro con una accidentabilidad laboral baja.
- Compromiso con la empresa y con su estrategia.

Proveedores

- Trabajamos con nuestros proveedores con relaciones a largo plazo que aporten valor.
- En la medida de lo posible, trasladamos los principios del banco en términos de sostenibilidad a nuestros proveedores.

Entidades culturales, deportivas y sociales

- Inversión en obra social: 3,2 % de beneficio.
- Reparto de la tarjeta solidaria: 110.477 €.
- Número de entidades beneficiarias de la política social de MoraBanc: 57.
- Número de personas beneficiarias: 663.313.

Medios de comunicación

Impacto en medios de comunicación:
- 92 % de noticias positivas.
- Lideramos la presencia en prensa e incrementamos la cuota de mercado propia en un 2 %.
- El 78 % de las noticias de MoraBanc las generamos nosotros mismos.

Accionistas

Rentabilidad (ROE) del 8,6 %, superior a la media europea del 6,16 % (fuente www.bankingsupervision.europa.eu)

Banco sólido, solvente y comprometido con la economía andorrana y con la sociedad.

Contrapartes, corresponsales, custodios, etc.

Calificación BBB- con outlook estable y F3 a corto plazo por Fitch Ratings

Alta solvencia CET 1 *fully loaded* del 21,5 %, superior a la media europea del 14,34 % (fuente www.bankingsupervision.europa.eu)

Fuerte posición de liquidez del 371,3 % de promedio en 2018, muy por encima de los requerimientos.

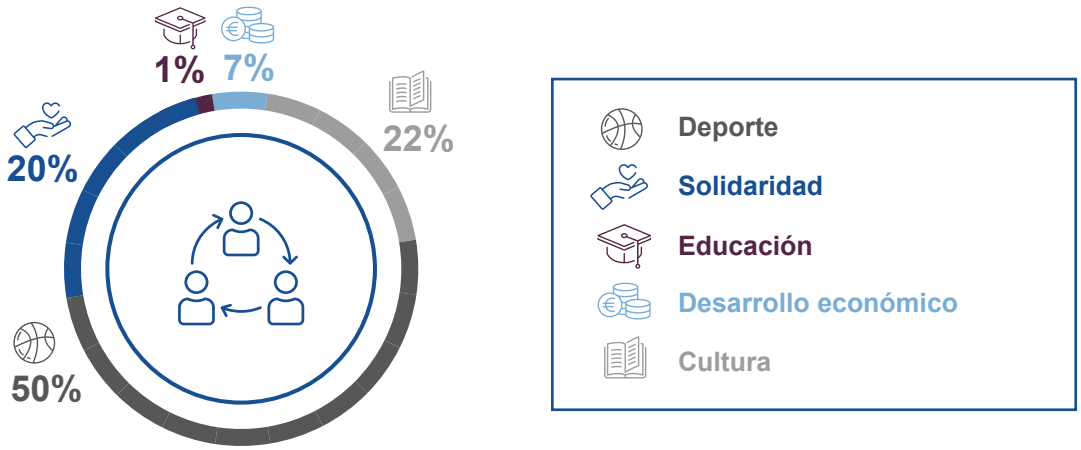
Instituciones y reguladores

Somos transparentes y comparables internacionalmente (IFRS, CRD IV, BIS III)

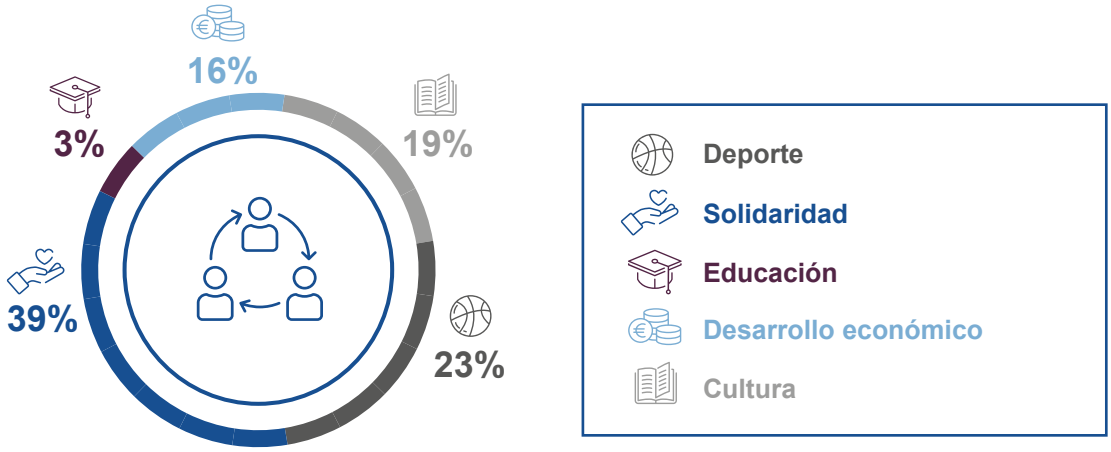
Pensar en un mundo mejor forma parte del compromiso de MoraBanc con la sostenibilidad. Somos conscientes de que nuestra actividad, en muchas ocasiones, puede ser parte de la solución de algunos problemas a los que se enfrenta la sociedad. Por este motivo, diseñamos una estrategia que contribuye al progreso de la comunidad andorrana.

Esta implicación se plasma en diversas iniciativas de carácter social que nos ayudan a crear y preservar nexos con el territorio y las personas. Adoptamos prácticas socialmente responsables que generan valor a la comunidad y a la empresa. Nos centramos en cuatro ámbitos principales: cultura, deporte, solidaridad y desarrollo económico, alineados con nuestros valores.

Reparto de la inversión en acción social en 2018



Proyectos y programas sociales



Desarrollo económico y social

Durante el año 2018 hemos llevado a cabo las siguientes iniciativas para contribuir al desarrollo económico y social de Andorra:

• Apoyamos el emprendimiento social con un programa para emprendedores, LAB Impact Andorra, junto con la Fundación Ship2B. Seleccionamos proyectos que tengan impacto social en Andorra o vinculados con Andorra. Los proyectos reciben consejo y asesoramiento por parte de Ship2B y de mentores especializados. El proyecto finalista forma parte de un programa de aceleración en Barcelona con Ship2B. Este año se ha seleccionado el proyecto Social Miners, que busca incorporar la generación de energía sostenible en los procesos de cadena de bloques y producción de bitcoins.

• Cedemos espacios de MoraBanc, como la sala de conferencias, a asociaciones y colectivos de la sociedad andorrana. Así, apoyamos los actos de comunicación de diferentes entidades, como colegios profesionales, colectivos de afectados de diversas enfermedades, centros formativos, etc.

• MoraBanc es miembro de Empresa Familiar Andorrana (EFA), un organismo que vela por la cultura empresarial y el fomento de la continuidad de la empresa familiar. Además de ser miembro, patrocinamos dos de sus acciones principales: el ciclo de conferencias y el foro. Este año los temas tratados fueron los cambios tecnológicos y el emprendimiento en el ciclo de conferencias y una estrategia aeroportuaria para Andorra en el foro. Además, MoraBanc hace posible la participación de la EFA en el European Family Business desde el 2016.

• Las acciones para la sociedad a las que apoyamos tienen un impacto directo e indirecto notable en la economía andorrana, con generación de empleo, contratación de bienes y servicios, actividad comercial y de restauración complementaria a la actividad, etc. En los apartados siguientes se describen los impactos.

Cultura

Nuestra aportación a la vida cultural de Andorra se ha materializado en las siguientes iniciativas, entre otras:

• La organización y el patrocinio de la Temporada de Música y Danza de Andorra la Vella MoraBanc sigue siendo nuestra aportación más destacada en el ámbito cultural. En su 24.ª edición, MoraBanc aportó el 60 % del presupuesto, cerró con una asistencia total de 2.411 personas y con una valoración media de los espectáculos de 4 sobre 5. El cartel de esta edición llevó a Andorra el espectáculo de la compañía estadounidense de ballet Ailey II; la gran pianista Khathia Buniatishvili; los virtuosos de la Orquesta Filarmónica de Berlín, y el tenor más en alza del momento, Javier Camarena. La Temporada genera una actividad económica indirecta relacionada con las contrataciones de bienes y servicios y con la actividad comercial y de restauración de los espectadores en el entorno del Centro de Congresos de Andorra la Vella, donde tienen lugar los espectáculos.

• Continuamos cediendo de manera gratuita nuestro sistema de venta de entradas por Internet a entidades y asociaciones culturales del país que producen y organizan actos culturales.

• Somos los patrocinadores principales en Andorra del espectáculo DIVA de Cirque du Soleil durante el mes de julio. Apoyamos este proyecto, impulsado por Andorra Turismo, que es un pilar básico para atraer al turismo en verano y generar actividad económica, como demuestran los datos: el espectáculo DIVA del Cirque du Soleil en 2018 ha tenido una repercusión económica directa e indirecta de 22,9 millones de euros, multiplicando por 8,8 cada euro invertido. El 86,1 % de los asistentes han pernoctado en Andorra con una media de 2,3 noches, lo que ha generado actividad hotelera, de restauración y de ocio, entre otros.

Deportes

Estamos comprometidos con el deporte para mejorar la calidad de vida de las personas:

• MoraBanc es el socio principal del Bàsquet Club MoraBanc Andorra. Aparte de la acción deportiva y de cohesión de país que encarna el BC MoraBanc Andorra, genera actividad económica directa con la contratación de personal y de productos y servicios, e indirecta con los servicios anexos y la participación del público en los partidos.

• Mantenemos el compromiso con la nieve. MoraBanc apoya uno de los principales motores económicos y sociales de Andorra, un sector con un alto valor social como elemento de cohesión.

Actualmente apoyamos el Esquí Club Pas de la Casa-Grau Roig, el equipo nacional de snowboard de la Federación Andorrana de Esquí, la Federación Andorrana de Montañismo (con el patrocinio del equipo nacional de carreras de montaña en verano y de esquí de montaña en invierno) y Grandvalira.

• Un año más, hemos apoyado la Carrera de la Mujer de Andorra. De esta manera, colaboramos con la Asociación de Mujeres de Andorra y les mostramos apoyo en una de sus causas: la lucha contra el cáncer de mama. Este año han participado casi 1.000 personas.

Solidaridad

La tarjeta solidaria MoraBanc es una iniciativa dirigida a contribuir a la justicia social y fomentar la solidaridad de los clientes. Los destinatarios de las donaciones son entidades de Andorra que trabajan con fines de acción social y ayuda humanitaria y de cooperación al desarrollo, tanto en nuestro territorio como en el ámbito internacional.

La tarjeta solidaria se inició con cinco ONG. Este año hemos llegado a la cifra de 18 entidades y hemos repartido 110.477 €. Las aportaciones de la tarjeta solidaria repercuten a nivel local, ya que generan actividad económica con la contratación de personas y de productos y servicios para alcanzar los objetivos de los programas de las entidades.

Un año más, hemos estado al lado de Cáritas en dos de sus campañas principales: la recogida de juguetes y la recogida de alimentos, en la que han participado los empleados.

Medio ambiente

Estamos comprometidos con la preservación del medio ambiente y del entorno natural, valor innegable de Andorra, y con la lucha contra el cambio climático a nivel más global. Nuestros compromisos se reflejan en la política medioambiental:

- Cumplir estrictamente la legislación vigente en materia medioambiental.
- Prevenir la contaminación derivada de nuestra actividad con la definición de objetivos que permitan asegurar una mejora continua y un desarrollo sostenible, tanto en el consumo de recursos naturales como en la generación de residuos y emisiones.
- Difundir estos principios entre el conjunto de la sociedad andorrana.
- Mantener una cultura abierta en materia de medio ambiente y comunicar la política a los empleados, a los clientes y a cualquier otra parte interesada.

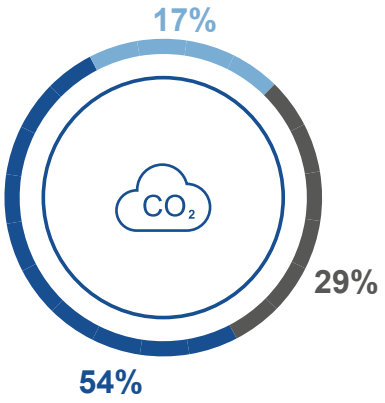
MoraBanc dispone de un sistema de gestión medioambiental que se aplica desde el año 2000 para minimizar el impacto de nuestras actividades en el medio ambiente. La entidad se preocupa por conseguir un cumplimiento medioambiental óptimo que cumpla con la legislación vigente y prevenga la contaminación derivada de nuestra actividad.

Durante el 2018 hemos dado continuidad a la estrategia de lucha contra el cambio climático iniciada en 2009 estimando nuestra huella de carbono anual. Hemos calculado las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) según el marco de referencia de la ISO 14064:1-2012 y de The Greenhouse Gas Protocol, en Corporate Accounting and Reporting Standard, desarrollado por el World Business Council for Sustainable Development.

El cálculo de la huella de carbono nos permite evaluar la eficacia de las medidas tomadas para reducir nuestro impacto en el medio ambiente. Analizamos los resultados anualmente y definimos objetivos de cara el próximo ejercicio.

Nuestra huella de carbono vinculada a la actividad del Grupo MoraBanc en Andorra, Zúrich y Miami en 2018 ha sido de 958 toneladas de CO2, una reducción del 13,1% respecto de 2017. Lo hemos conseguido gracias a una política de reducción de combustible diésel para transporte propio (-10%), directrices de ahorro continuo de consumibles como los tóners (-8%) o el papel (-19,5%) y la optimización del uso de los medios de transporte (tren y autobús).

Emisiones de CO_2 por fuente de emisión en 2018 en el Grupo MoraBanc (en tCO_2eq y %)



- Alcance 1: 158,48
- Alcance 2: 521,71
- Alcance 3: 277,75

Alcance 1

Son las emisiones denominadas Emisiones Directas. Son los gases de efecto invernadero emitidos de forma directa por la organización, por ejemplo, por el uso de combustibles fósiles en maquinaria o vehículos propiedad de la organización y por pérdidas de gases refrigerantes en los equipos de climatización.

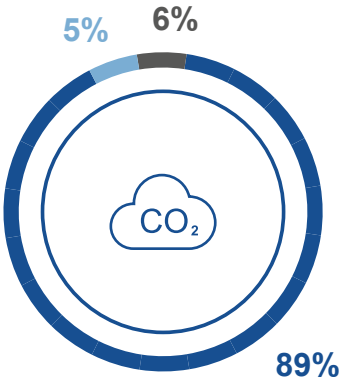
Alcance 2

Emisiones indirectas por Energía: son los gases de efecto invernadero emitidos durante la generación de la electricidad consumida por la organización, y depende principalmente de su consumo y del mix energético de la red eléctrica.

Alcance 3

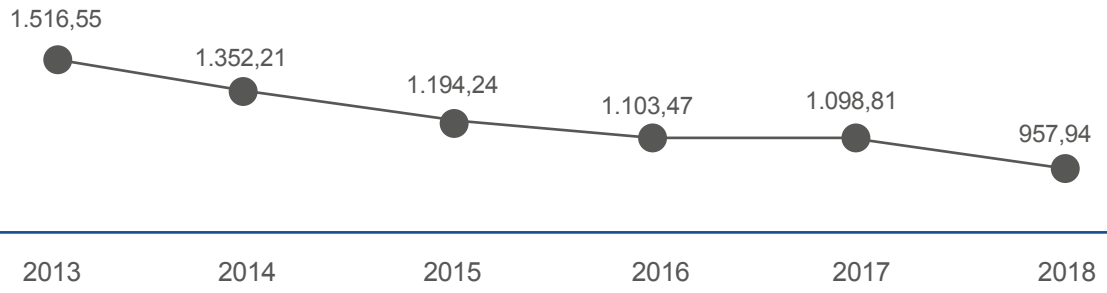
Otras Emisiones Indirectas: son las emisiones atribuibles a los productos y servicios adquiridos por la organización, que también han generado emisiones previamente para ser producidos, así como otras emisiones indirectas (desplazamientos corporativos, etc.).

Emisiones de CO_2 por el Grupo MoraBanc



- Andorra
- Miami
- Zúrich

Evolución de las emisiones totales de MoraBanc en tCO_2eq entre 2013 y 2018



Trabajamos para mejorar la eficiencia energética de nuestras instalaciones y oficinas con dos objetivos: hacer frente al cambio climático y conseguir un suministro de energía seguro, sostenible y competitivo. Las principales fuentes energéticas que utilizamos en MoraBanc son, por un lado, la electricidad y el gasóleo que se consumen en las oficinas y, por otro, los carburantes empleados para los desplazamientos.

Evolución de la fuente de emisión de la actividad del Grupo MoraBanc en 2018

	Fuente de emisión		Evolución 2017-2018
Alcance 1	Combustibles fósiles		Estable
	Transporte propio		Reducción
	Emisiones fugitivas de gases refrigerantes		Reducción
Alcance 2	Consumos energía eléctrica		Estable
Alcance 3	Compra de bienes y servicios	Consumo de papel	Reducción
		Consumo de tóner	
		Consumo tarjetas bancarias	
		Tratamiento de agua	
	Transporte y distribución *upstream*	Consumo combustibles servicio mensajería	Estable
	Gestión de residuos	Residuos de papel y cartón	Reducción
	Desplazamientos corporativos	Desplazamientos en avión	Incremento
		Desplazamientos en tren	Reducción
		Desplazamientos en autobús	Reducción
		Vehículos personales	Reducción
		Desplazamiento en taxi	Incremento
		Pernoctaciones	Incremento
	Activos arrendados aguas arriba		Incremento

▲ Incremento de emisiones ▶ Estable ▼ Reducción de emisiones

Los compromisos asumidos por la entidad reflejan nuestra conciencia medioambiental, con una política que define objetivos de mejora e iniciativas de eficiencia energética año tras año.

4 Cómo aseguramos y protegemos el valor

Un gobierno corporativo fuerte y profesional

MoraBanc es un banco de propiedad familiar e independiente, con gestión y gobierno profesionalizados. El Consejo de Administración y sus comisiones se adecuan a las normativas de la Unión Europea en materia de transparencia y ética, a las guías del Comité de Basilea y a las prácticas internacionales en el ámbito del buen gobierno corporativo de las entidades financieras a las que nos hemos querido sumar.

Pedro González

PRESIDENTE

Oscar Aristot

CONSEJERO DOMINICAL

Presidente de la Comisión Delegada de Negocio

Marc Mora

CONSEJERO DOMINICAL

Presidente de la Comisión de Tecnología, Innovación y Seguridad de la Información

Joan Quera

CONSEJERO DOMINICAL

Francesc Xavier Maymó

CONSEJERO DOMINICAL

Miguel Antonio Pérez

CONSEJERO INDEPENDIENTE

Presidente de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Agustín Berasaluce

CONSEJERO INDEPENDIENTE

Presidente de la Comisión de Nombramientos y Remuneraciones

José María Gefaell

CONSEJERO INDEPENDIENTE

Presidente de la Comisión de Riesgos

Marc Vilallonga

SECRETARIO, NO CONSEJERO

• Comisión Delegada de Negocio

Corresponde a la Comisión Delegada de Negocio, de acuerdo con su Reglamento y entre otras funciones: (i) Realizar el seguimiento del desarrollo de la estrategia del Grupo y de las actividades, mercados y países en los que quiera estar presente mediante inversiones directas u operaciones específicas, y debe estar informada de las iniciativas y estrategias comerciales de las diferentes unidades de negocio del Grupo y de los nuevos proyectos que se le presenten; y (ii) Revisar la evolución de las inversiones financieras y los negocios, así como la situación económica interna del plan estratégico y del presupuesto.

• Comisión de Auditoría y Cumplimiento

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento, entre otras funciones, revisa la información financiera del Grupo y sus sistemas internos de control, sirve de canal de comunicación entre el Consejo y el auditor externo velando porque este último ejerza de manera independiente sus funciones y supervisa los trabajos de los Servicios de Auditoría Interna. Esta comisión supervisa el cumplimiento del Código de conducta del Grupo, de los programas y políticas de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo y, en general, de los programas de cumplimiento y prevención de riesgos legales, regulatorios y penales del banco.

• Comisión de Riesgos

La Comisión de Riesgos, entre otras funciones, asesora al Consejo en la definición y evaluación de la estrategia y las políticas de riesgo y le apoya. Asimismo, asiste al Consejo en materia de estrategia de capital y liquidez. La Comisión tiene facultades ejecutivas para sancionar y aprobar determinadas operaciones de riesgo.

• Comisión de Tecnología, Innovación y Seguridad de la Información

Esta comisión tiene por objetivo que MoraBanc se adapte a los estándares y a las mejores prácticas en el ámbito del gobierno corporativo, con el objeto de ayudar al Consejo en el conocimiento de las infraestructuras y la estrategia tecnológica y de innovación del Grupo, así como sobre los principales riesgos tecnológicos y de seguridad de la información y ciberseguridad del Grupo.

• Comisión de Nombramientos y Remuneraciones

La Comisión de Nombramientos y Remuneraciones, entre otras funciones, propone al Consejo los nombramientos de sus consejeros, incluyendo los ejecutivos. También informa de los nombramientos de los otros miembros de la alta dirección y del personal clave del Grupo.

Esta comisión propone al Consejo la política de retribuciones de los consejeros: formula el informe correspondiente y las remuneraciones de los consejeros, incluidos los ejecutivos, y de los otros miembros de la alta dirección. También propone, por tanto, la política retributiva para la alta dirección.

Un equipo directivo enfocado al éxito del plan estratégico

El Equipo Directivo está organizado en diferentes comités para alinear la gestión de los equipos con los objetivos del plan estratégico.

• Comité Regulatorio, de Intervención y Control (CRIC)

El CRIC es el comité formado por la alta dirección del banco que gestiona los aspectos más relevantes de la entidad, ya sean de negocio, financieros, de auditoría, de reputación o de integridad, y alinea todas las actuaciones con los objetivos del plan estratégico. También es el responsable del seguimiento de las relaciones con instituciones y reguladores, del seguimiento de los aspectos relevantes de las filiales y del seguimiento de temas del Consejo de Administración de su competencia.

• Comité de Negocio

El Comité de Negocio es el encargado de alinear las estrategias y acciones comerciales con las estrategias generales del banco. En este sentido, marca las directrices comerciales, evalúa periódicamente el grado de cumplimiento de los objetivos comerciales y organiza acciones para corregir las desviaciones.

• Comité de Estrategia

El Comité de Estrategia elabora informes, recomendaciones y propuestas estratégicas para conseguir los objetivos del banco. También es el encargado de informar de los acuerdos asociativos, del desarrollo de líneas de negocio nuevas o existentes y de las operaciones financieras. Realiza el seguimiento del plan estratégico aprobado por el banco para alinear todas las acciones del banco con los objetivos, valorar su cumplimiento y aplicar las medidas correctoras pertinentes.

• Comité de Eficiencia

El Comité de Eficiencia es clave para la consecución del plan estratégico y coordina las acciones de ahorro y eficiencia con todos los directores responsables de área para conseguir el objetivo. Realiza un seguimiento de las inversiones para asegurar la innovación en el banco y el cumplimiento del plan de negocio. Asimismo, lidera y desarrolla el equipo humano de la compañía.

• Comité de Dirección

El Comité de Dirección es un comité informativo del que forman parte los diferentes directores de MoraBanc para realizar un seguimiento del plan estratégico. Coordina las operativas del banco para cumplir los objetivos y alinear los planes de acción de todo el Grupo.

Lluís Alsina Álvarez

DIRECTOR GENERAL

Sara Álvarez Cazorla

DIRECTORA GENERAL ADJUNTA
Área Financiera

Gisela Villagordo Escolà

DIRECTORA GENERAL ADJUNTA

Rubén Aísa García

SUBDIRECTOR GENERAL
Asesoría Jurídica

José Ignacio Amilburu Pérez

SUBDIRECTOR GENERAL
Área de Riesgos

Amparo M. Nieto Linares

SUBDIRECTORA GENERAL
Cumplimiento Normativo

Liderazgo y gestión con ética y respeto por los derechos humanos

Los pilares fundamentales de las actividades y el negocio de MoraBanc son la ética y la integridad. Más allá de lo que nos es obligatorio cumplir de acuerdo con la normativa, estamos comprometidos con la transparencia, la ética profesional y el respeto por la sociedad, los clientes, los accionistas y los empleados.

El Código de conducta y el Código de conducta del mercado de valores del Grupo son las normas mediante las que trasladamos estos pilares a todos los niveles de la organización. Ambas normas definen nuestros valores, nuestra cultura corporativa y la responsabilidad de desarrollar la actividad conforme a unos estándares encaminados a prevenir cualquier práctica de competencia desleal, monopolística o contra la libre competencia. La entidad también dispone de un Estatuto del Consejero, que recoge las normas que enmarcan la actuación de los miembros del Consejo de Administración del Grupo.

El Departamento de Cumplimiento Normativo es el responsable de elaborar los códigos de conducta y adaptarlos a la normativa vigente. Por otra parte, el Consejo de Administración del Grupo es el órgano encargado de aprobarlos.

La comprensión y la implementación de los códigos de conducta, así como del resto de la normativa vigente, se aseguran gracias a las estructuras de control. Todos los profesionales que forman parte de MoraBanc, en cualquiera de los países donde opera la entidad, están obligados a cumplirlas. Por este motivo, cuando se incorporan a la organización, reciben formación sobre los códigos de conducta y sobre los procedimientos internos de prevención del blanqueo de capitales o valores y de la financiación del terrorismo.

La lucha contra la corrupción y la prevención del blanqueo de capitales o valores y de la financiación del terrorismo son dos objetivos permanentes y transversales en todo el Grupo MoraBanc. Estas cuestiones se han convertido en una prioridad nacional que ha conllevado la adopción de iniciativas legislativas en los últimos años y la revisión del sistema de prevención y represión, con el fin de lograr el marco más efectivo para la lucha contra tales conductas. En cumplimiento de las regulaciones legislativas en vigor, disponemos de una estructura de control interno y de mecanismos de denuncia de cualquier actuación sospechosa.

Por otra parte, MoraBanc ha definido y desarrollado canales de comunicación internos para informar sobre posibles conductas éticamente cuestionables y sobre prácticas o propuestas de actividades con indicios que las hagan susceptibles de ser consideradas actuaciones de blanqueo de capitales o valores o de financiación del terrorismo en la alta dirección de la entidad. Llegado el caso, los órganos correspondientes analizan y supervisan estos casos.

También disponemos de mecanismos que nos permiten prevenir, detectar e investigar posibles casos de corrupción y fraude. Definimos un sistema de gobierno corporativo que garantiza la prevención de los conflictos de intereses mediante la Política general de conflicto de intereses. Este documento establece las bases de los procedimientos de actuación que se deben seguir en materia de prevención y de gestión, y define el tratamiento de los conflictos de intereses en los que se puedan encontrar los accionistas, los miembros del Consejo de Administración, los empleados o los directivos de MoraBanc respecto a clientes, proveedores o la sociedad en general.

• El Comité de Gestión de la Integridad Corporativa se encarga, entre otras cosas, de promover la adopción de medidas que nos permitan resolver actuaciones éticamente cuestionables; solucionar las situaciones en las que los intereses del Grupo se enfrenten a los de los clientes; elaborar y difundir notas interpretativas; proponer posibles cambios de contenido del Código de conducta para adecuarlo a la evolución de las actividades y los negocios del Grupo, del entorno en que estos se desarrollan y de las mejores prácticas de la industria financiera, y establecer la comunicación con las autoridades de supervisión.

• El Órgano de Control y Comunicación Interna tiene como cometidos principales analizar, controlar y comunicar a las autoridades de supervisión toda la información relativa a las operaciones o a los hechos susceptibles de estar relacionados con el blanqueo de capitales o valores o la financiación del terrorismo, además de establecer las políticas y los procedimientos necesarios para conocer, prevenir e impedir la realización de operaciones relacionadas con estos hechos.

Este órgano tiene independencia total en el ejercicio de sus funciones. Su composición se establece siguiendo criterios de integración funcional y sus decisiones son vinculantes para todo el Grupo MoraBanc.

• De manera complementaria, disponemos de otra área de control, Riesgos, que asegura que el perfil de riesgo definido se mantiene dentro de los límites tolerados. Esta área aplica las políticas correctoras y de mitigación necesarias para mantener los niveles de riesgo de acuerdo con los objetivos definidos en la estrategia del Grupo.

• Finalmente, para asegurar el cumplimiento del sistema de buen gobierno corporativo de la entidad, como tercera línea de defensa, Auditoría Interna es el órgano de control que supervisa la adecuación y la eficacia del sistema de control interno, formula conclusiones y recomendaciones sobre este y verifica su implantación.

Alineación con las mejores prácticas para presentar nuestra información

Para este 2018 hemos querido dar un paso más en la presentación de la información con voluntad de ser más transparentes con nuestros grupos de interés y dar una visión más conectada de nuestra actividad con nuestra estrategia y nuestro entorno. Hemos puesto en contexto lo que hacemos con nuestros valores, nuestra visión, nuestra estrategia, nuestro modelo de negocio y gobierno corporativo y con un enfoque social y sostenible en el tiempo. De este modo, explicamos de forma más detallada cómo hacemos uso de nuestra actividad bancaria y financiera para crear valor a largo plazo con un compromiso de sostenibilidad.

Este informe se prepara por primera vez siguiendo las directrices del Marco Internacional de Reporting Integrado <IR> del Consejo Internacional de Reporting Integrado (IIRC), coalición global de reguladores, inversores, empresas, emisores de normas y estándares, profesionales contables y organizaciones no gubernamentales, unidos con el objetivo de hacer evolucionar el *reporting* corporativo hacia la comunicación del valor creado.

También mantenemos el enfoque de sostenibilidad del informe, siguiendo el estándar internacional para la elaboración de memorias de sostenibilidad de la Global Reporting Initiative (GRI), organización líder internacional en rendición de cuentas no financieras. En este sentido, el informe anual integrado de 2018 se ha elaborado según los estándares GRI, en su opción de conformidad esencial, y este año se ha llevado a cabo la adaptación de la nueva versión de GRI respecto de la empleada en el informe anual del año pasado (GRI G4).

La gestión de nuestra actividad se sustenta en la relación con los grupos de interés, fundamental para conocer sus expectativas e intereses, que condicionan muchas de las decisiones y actuaciones que tomamos como organización. En este sentido, y con el propósito de realizar un ejercicio de transparencia hacia los grupos de interés, MoraBanc elabora anualmente este informe para informar sobre la relación entre, por un lado, la estrategia, el gobierno y el desempeño financiero y, por otro, el entorno social, económico y ambiental en el que opera.

Siguiendo los principios para determinar el contenido de la memoria de acuerdo con la guía GRI, en 2015 se llevó a cabo un análisis de materialidad para determinar los aspectos y asuntos de sostenibilidad relevantes para la organización. En la elaboración del análisis de materialidad participaron de forma directa personas clave del banco y representantes de los grupos de interés con los que nos relacionamos.

Los resultados obtenidos gracias al análisis de materialidad nos han servido para trabajar internamente iniciativas que mejoren la sostenibilidad, dirigidas tanto al equipo humano como a los grupos de interés externos. En definitiva, se trata de trabajar en una estrategia de sostenibilidad alineada con lo que los grupos de interés consideran necesario y con la estrategia de negocio del banco.

Información de la materialidad

Antes de elaborar el informe de 2018, hemos revisado los resultados del análisis de materialidad que realizamos el año 2015. Hemos comparado los aspectos considerados materiales el año 2015 con las inquietudes que nos han transmitido los grupos de interés a través de diferentes canales, pero sobre todo a través de encuestas, y podemos confirmar que los contenidos definidos anteriormente proporcionan una visión precisa de la repercusión y el desempeño de MoraBanc en materia de sostenibilidad. Este análisis nos permite identificar los temas de sostenibilidad relevantes para la entidad y sus grupos de interés que nos han servido para trabajar en la estrategia de sostenibilidad de MoraBanc.

El proceso que se siguió para realizar el análisis de materialidad se desarrolló en 3 fases:

1. Identificación de los aspectos potencialmente relevantes.

Se llevó a cabo a partir del análisis de la Guía GRI y del suplemento sectorial de servicios financieros, elaborado por la misma organización.

2. Priorización.

Los aspectos materiales se seleccionaron a partir de un doble análisis: interno y externo. Esto nos permitió conocer el grado de importancia que los temas identificados tienen tanto para MoraBanc como para los grupos de interés.

• Ámbito interno, relevancia para MoraBanc. Para la priorización interna se envió un cuestionario a los miembros del Equipo Directivo de MoraBanc. Los directivos valoraron el grado de importancia de los aspectos previamente identificados, teniendo en cuenta los impactos positivos y negativos en la sostenibilidad ambiental, social y económica de la entidad, así como la coherencia con la visión y la orientación que toma MoraBanc.

• Ámbito externo, relevancia para los grupos de interés. Para la priorización externa de los aspectos materiales identificados, se organizaron sesiones de participación con representantes de los diferentes grupos de interés de MoraBanc. El objetivo era definir los aspectos de sostenibilidad que se consideraban más relevantes, en función de la relación de cada grupo de interés con MoraBanc.

A partir de los resultados obtenidos, se cruzaron los datos obtenidos en los dos análisis para generar una matriz que determinara los aspectos materiales que debían incorporarse en el informe de sostenibilidad y en la estrategia de sostenibilidad de MoraBanc.

3. Validació.

Los resultados obtenidos y la matriz de materialidad fueron analizados por la dirección de MoraBanc, que valoró la coherencia en relación con el desarrollo sostenible de la entidad.

Para enfocar correctamente el impacto positivo de MoraBanc en aquellos aspectos que tienen importancia, hemos decidido considerar materiales todos los aspectos que tienen una importancia alta, tanto interna como externamente y, además, hemos incluido como aspectos materiales la educación financiera, la atención al cliente, la seguridad y la salud de los clientes y la seguridad y salud laboral. La finalidad es garantizar que la materialidad presente una visión adecuada y equilibrada de los temas más relevantes para el desarrollo sostenible y responsable en los ámbitos económico, ambiental, social y de buen gobierno de MoraBanc.

Matriz de materialidad de MoraBanc 2018

Relevancia para los grupos de interés

General Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos Vínculos y alianzas con entidades del territorio **Educación financiera** **Atención al cliente** Inclusión de aspectos sociales y ambientales en la estrategia	No discriminación Comunidades locales	**Desarrollo económico** **Empleo** **Diversidad e igualdad de oportunidades** **Igualdad de retribución entre hombres y mujeres** **Lucha contra la corrupción** **Comportamiento ético y responsable** **Prevención del blanqueo de capitales o valores y financiación del terrorismo** **Calidad y excelencia en la práctica bancaria**
Prácticas laborales Transporte Evaluación ambiental de los proveedores Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores Inversión Política pública Catálogo de productos Cumplimiento normativo Auditoría Gestión del riesgo Internacionalización	Emisiones Productos y servicios Formación y educación Prácticas de competencia desleal **Seguridad y salud de los clientes** Transparencia informativa en los mercados y los clientes	Relaciones empresa-trabajadores **Seguridad y salud laboral** Conciliación familiar y laboral Cumplimiento normativo Etiquetado de productos y servicios Privacidad de los clientes Innovación en productos y servicios
Agua Mecanismos de reclamación ambiental Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales Prácticas de seguridad Evaluación Activismo accionarial Diversificación del negocio	Presencia en el mercado Consecuencias económicas indirectas Materiales Energía Vertidos y residuos Libertad de asociación y convenios colectivos	Cumplimiento normativo

Relevancia interna

Contenidos básicos generales

Índice de contenidos del Global Reporting Initiative

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
Perfil de la organización			
102-1	Nombre de la organización	Mora Banc Grup, SA y Mora Banc, SAU	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	MoraBanc pone a disposición de sus clientes servicios de banca comercial, banca privada y *wealth management,* gestión de patrimonios, fondos de inversión y seguros. **Banca Comercial:** la banca comercial se centra en la banca para particulares, negocios, empresas y profesionales. La cultura de MoraBanc se centra en los clientes, diseñamos productos y servicios adecuados para ellos. Desarrollamos una segmentación comercial según las necesidades de cada grupo, teniendo en cuenta su edad y hábitos de comportamiento. La apuesta por las nuevas tecnologías nos permite fortalecer la relación con los clientes y consolidar un diálogo más estrecho con ellos. **Productos y servicios:** Banca Particulares • Cuentas y tarjetas • Ahorro • Productos de Inversión • Recepción, transmisión y ejecución de órdenes • Gestión discrecional e individualizada de carteras • Préstamos • Hipotecas • Seguros • MoraBanc Digital Banca Empresas • Atención personalizada • Negocio internacional • Productos de inversión • Gestión discrecional e individualizada de carteras • Tesorería e inversiones • Tarjetas de crédito • MoraBanc Digital **Banca Privada y *Wealth Management*:** todas las actividades de banca privada y wealth management de MoraBanc están gestionadas por personal experto, para ofrecer un servicio excelente a los clientes. **Productos y servicios:** Banca Privada • Arquitectura abierta • Gestión discrecional e individualizada de carteras • Recepción, transmisión y ejecución de órdenes • Innovación en productos estructurados • Seguros de salud o vida y *Unit Linked* • Tarjetas de crédito • Gama de préstamos e hipotecas • MoraBanc Digital • Broker Online Wealth Management • Arquitectura abierta • Elección de banco custodio • Estructuración de patrimonio • Gestión discrecional e individualizada de carteras • Recepción, transmisión y ejecución de órdenes **Mora Gestió d'Actius, SAU:** MoraBanc Asset Management es la unidad responsable de toda la actividad de gestión discrecional e individualizada de carteras, gestión de organismos de inversión colectiva y asesoramiento en inversiones. **Productos y servicios:** MoraBanc Asset Management • Fondos de inversión • Servicios de gestión y SICAV • Divulgación de conocimiento **MoraBanc Assegurances:** es la compañía de seguros del grupo. Su objetivo es ofrecer todo tipo de seguros en los ramos de seguros de vida, accidentes y garantías de salud complementarias a las garantías de vida. Además de los seguros de vida, la entidad ofrece productos de ahorro y previsión, tales como planes de pensiones y jubilación. También pone a disposición de los clientes los Unit Linked, que puede ser de tipo: MoraBanc Unit Linked Fondo, MoraBanc Unit Linked Carteras o MoraBanc Unit Linked Activos, según el activo al que están vinculados.	
102-3	Localización de la sede central de la organización	Mora Banc Grup, SA Av. Meritxell, 96 AD500 Andorra la Vella Principado de Andorra	

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
102-4	Localización de las actividades	07-09	
102-5	Propiedad y forma jurídica	El Grupo MoraBanc fue fundado en 1952 por la familia Mora y hoy el 100 % de su capital sigue siendo familiar y andorrano. El grupo está formado por: • Mora Banc Grup, SA y Mora Banc, SAU y tiene como objeto social la práctica de la actividad bancaria en Andorra. • Mora Assegurances, SAU tiene por objeto ofrecer productos de seguros y reaseguros de vida. • Mora Gestió d'Actius, SAU tiene por objeto la gestión de organismos de inversión colectiva, gestión discrecional e individualizada de carteras y asesoramiento en inversiones. • Mora Wealth Management, AG tiene como actividad la gestión de patrimonios y el asesoramiento financiero. • Mora WM Holdings USA, LLC es la sociedad de cartera de inversiones. Actúa como cabecera del resto de sociedades establecidas en los EE.UU.: - Mora Wealth Management LLC tiene como objetivo la gestión de patrimonios y el asesoramiento financiero. - Mora WM Securities LLC realiza la actividad de Broker Dealer.	
102-6	Mercados servidos	07-09	
102-7	Dimensiones de la organización	07-09	
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	21, 22 Plantilla a 31 de diciembre:	

Países	2017	Porcentaje	2018	Porcentaje
Andorra	336	89,3%	276	88,1%
EE.UU - Miami	24	6,4%	23	7,4%
Suiza - Zúrich	16	4,3%	14	4,5%
Total	376	100%	313	100%

Plantilla en Andorra por tipo de contrato y jornada:

Tipos de contrato	2017	2018
Hombres	184	159
Mujeres	142	149
Indefinido	326 97,0%	308 98,4%
Hombres	4	2
Mujeres	6	3
Eventual	10 3%	5 1,6%

Tipos de jornada	2017	2018
Hombres	188	157
Mujeres	138	143
Completa	326 97%	300 95,8%
Hombres	0	4
Mujeres	10	9
A tiempo parcial	10 3%	13 4%
Hombres		8
Mujeres		14
Externos		22

El grupo de trabajadores externo está formado por 22 personas que dan servicio al grupo con tareas administrativas y auxiliares, generalmente en la caja de las oficinas y el departamento de Back Office.

Nota. No disponemos de datos de trabajadores externos en el año 2017.

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
102-9	Cadena de suministro	De acuerdo con nuestra actividad, diferenciamos los proveedores en dos grupos: los que nos prestan servicios financieros, de auditoría y consultoría, y los que nos proveen de materiales y se ocupan del mantenimiento y del suministro de infraestructuras. Por el compromiso con la sostenibilidad, priorizamos las empresas que trabajan con actitud responsable hacia la sociedad y el entorno.	
102-10	Cambios significativos en la organización y la cadena de suministro	No ha habido cambios significativos en la ubicación de nuestra organización y de los mercados a los que servimos.	
102-11	Principio o enfoque de precaución	Estamos comprometidos con la preservación del medio ambiente y del entorno natural, valor innegable de Andorra, y con la lucha contra el cambio climático. Disponemos de un sistema de gestión ambiental que incorpora los requisitos de la legislación aplicable y otros requisitos que hemos suscrito de forma voluntaria. Este sistema de gestión incluye todas las actividades, productos y servicios de MoraBanc que pueden tener un efecto sobre el medio ambiente en cualquiera de nuestras instalaciones.	12 13
102-12	Iniciativas externas	MoraBanc no suscribe ningún principio, estatuto ni ningún otro documento de carácter económico, social o ambiental.	
102-13	Afiliación a asociaciones	MoraBanc forma parte de diferentes entidades del territorio: • Asociación de Bancos Andorranos (Andorran Banking o ABA). • Empresa Familiar Andorrana para la Gestión de Calidad Total (EFA) • Confederación Empresarial de Andorra (CEA), a través de Andorran Banking • Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Andorra (CCIS), a través de Andorran Banking • Instituto de Estudios Jurídicos, Económicos y Financieros de Andorra (JEF) • Cámara Franco-Española de Comercio e Industria (CFECI) de Barcelona También participamos en la comisión andorrana AndBlockchain, dedicada a la tecnología de bloques, y estamos presentes en asociaciones empresariales de Andorra como la iniciativa Actinn, promovida por el Gobierno de Andorra y enmarcada en el proyecto Smart Country.	
Estrategia			
102-14	Declaración del máximo responsable de la organización	04, 05	
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	12-16	
Ética e integridad			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento	41 La actividad de MoraBanc también se rige por el Código deontológico de la ABA que regula, en el marco de la normativa vigente en cada momento, los estándares de honestidad, integridad, profesionalidad y confidencialidad que aplican las entidades bancarias andorranas ("Entidades") en sus relaciones con clientes, terceros, supervisores y reguladores. En 2018 MoraBanc estaba sujeta a la Ley 8/2013, de 9 de mayo, relativa a los requisitos organizativos y las condiciones de funcionamiento de las entidades operativas del sistema financiero, la protección del inversor, el abuso de mercado y los acuerdos de garantía financiera.	16
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	41 El Departamento de Cumplimiento Normativo es quien supervisa, realiza el seguimiento y la verificación del cumplimiento permanente y eficaz de las obligaciones legales y reguladoras, de las normas éticas y de conducta así como de las políticas internas de la entidad, por parte de la alta dirección, su personal, la misma entidad y los agentes financieros que designa, para proteger a los clientes y a la misma entidad y minimizar el riesgo de incumplimiento regulatorio y otros riesgos asociados a sus actividades, siendo el responsable de elaborar los códigos de conducta y de adaptarlos a la normativa vigente. Junto con el departamento de Asesoría Jurídica, es responsable de ofrecer asesoramiento sobre la conducta ética, jurídica y sobre la integridad de la organización. Por otra parte, MoraBanc ha definido y desarrollado canales de comunicación internos que garantizan la confidencialidad para informar de posibles conductas éticamente cuestionables.	16

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
Gobierno			
102-18	Estructura de gobierno	38, 39 A continuación se detalla la composición del Consejo de Administración de MoraBanc Grup, SA e indicamos si sus miembros son dominicales, ejecutivos o independientes. **Consejo de Administración:**	

MORA BANC GRUP, SA

Pedro González Grau	Presidente	
Òscar Aristot Borràs	Consejero	Dominical
Marc Mora Guerín	Consejero	Dominical
Joan Quera Font	Consejero	Dominical
Francesc Xavier Maymó Gatell	Consejero	Dominical
Miguel Antonio Pérez Carnicero	Consejero	Independiente
Agustín Berasaluce Astarloa	Consejero	Independiente
José María Gefaell Chamochín	Consejero	Independiente
Marc Vilallonga Puy	Secretario General y del Consejo. No consejero	

MORA BANC, SAU

Oscar Aristot Borràs	Presidente	Dominical
Pedro González Grau	Consejero	Dominical
Joan Quera Font	Consejero	Dominical
Marc Mora Guerín	Consejero	Dominical
Francesc Xavier Maymó Gatell	Consejero	Dominical
Miguel Antonio Pérez Carnicero	Consejero	Independiente
Marc Vilallonga Puy	Secretario, no consejero	

El Consejo de Administración del Grup MoraBanc tiene como función principal la supervisión del Grupo, delegando la gestión ordinaria en los correspondientes órganos ejecutivos y en los diferentes equipos de dirección.

Equipo directivo

Lluís Alsina Álvarez	Director general
Sara Álvarez Cazorla	Directora general adjunta - Área Financiera
M. Teresa Arauz Regue	Directora general adjunta - Auditoría Interna
Gisela Villagordo Escolà	Directora general adjunta
Rubén Aísa García	Subdirector general - Asesoría Jurídica
José Ignacio Amilburu Pérez	Subdirector general - Área de Riesgos
Amparo M. Nieto Linares	Subdirector general - Cumplimiento Normativo

102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, medioambientales y sociales	26, 42	16
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	El consejo de MoraBanc dispone de las siguientes comisiones con facultades de supervisión, información, asesoramiento y propuesta: (i) Auditoría y Cumplimiento; (ii) Nombramientos y Remuneraciones; (iii) Riesgos; (iv) Delegada de negocio; y (v) de Tecnología, Innovación y Seguridad de la Información.	16

Comisión de Auditoría y Cumplimiento:

Miembros	Cargo	Tipología
Miguel Antonio Pérez Carnicero	Presidente	Independiente
Oscar Aristot Borràs	Vocal	Dominical
Agustín Berasaluce Astarloa	Vocal	Independiente
Marc Vilallonga Puy	Secretario, sin voto	

Comisión de Nombramientos y Remuneraciones:

Miembros	Cargo	Tipología
Agustín Berasaluce Astarloa	Presidente	Independiente
Oscar Aristot Borràs	Vocal	Dominical
Marc Mora Guerín	Vocal	Dominical
Miguel Antonio Pérez Carnicero	Vocal	Independiente
Marc Vilallonga Puy	Secretario, sin voto	

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
Gobierno			
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Comisión de Riesgos: **Miembros / Cargo / Tipología** José María Gefaell Chamochín – Presidente – Independiente Pedro González Grau – Vocal Francesc Xavier Maymó Gatell – Vocal – Dominical Joan Quera Font – Vocal – Dominical Marc Vilallonga Puy – Secretario, sin voto Comisión Delegada de Negocio: **Miembros / Cargo / Tipología** Oscar Aristot Borràs – Presidente – Dominical Pedro González Grau – Vocal Marc Mora Guerín – Vocal – Dominical Francesc Xavier Maymó Gatell – Vocal – Dominical Joan Quera Font – Vocal – Dominical Miguel Antonio Pérez Carnicero – Vocal – Independiente Agustín Berasaluce Astarloa – Vocal – Independiente José María Gefaell Chamochín – Vocal – Independiente Marc Vilallonga Puy – Secretario, sin voto Comisión de Tecnología, Innovación y Seguridad de la Información: **Miembros / Cargo / Tipología** Marc Mora Guerín – Presidente – Dominical Pedro González Grau – Vocal Francesc Xavier Maymó Gatell – Vocal – Dominical Joan Quera Font – Vocal – Dominical José María Gefaell Chamochín – Vocal – Independiente Marc Vilallonga Puy – Secretario, sin voto	
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	38, 39 Las funciones del presidente y del director general son diferentes y complementarias. El presidente es el máximo responsable de la entidad y presidente del Consejo de Administración, mientras que el director general tiene como función principal ejecutar la estrategia del grupo.	
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	10, 11 El Consejo de Administración del Grup MoraBanc tiene como función principal la supervisión del Grupo, delegando la gestión ordinaria en los correspondientes órganos ejecutivos y en los diferentes equipos de dirección.	16
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	16	16
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	El Área de Comunicación y Marca es la encargada de elaborar el informe integrado, que incluye aspectos materiales de responsabilidad corporativa. Este informe se somete a revisión por parte del Equipo Directivo, responsable de la gestión de aspectos vinculados con la gestión de personas, el medio ambiente, el cumplimiento normativo, los riesgos, las finanzas, la experiencia de cliente y de relación con la comunidad. El Consejo es el máximo responsable de evaluar y aprobar formalmente el informe de sostenibilidad de la organización.	16

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
Participación de los grupos de interés			
102-40	Listado de los grupos de interés	25 Los grupos de interés que MoraBanc ha identificado en su actividad son clientes, empleados, proveedores, entidades culturales, deportivas y sociales, medios de comunicación, instituciones y reguladores y accionistas.	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	MoraBanc no dispone de convenio colectivo, dado que la normativa andorrana establece que son los mismos trabajadores quienes deben emprenderlo y, hasta ahora, no se ha dado el caso.	
102-42	Identificar y seleccionar grupos de interés	Para seleccionar los grupos de interés, MoraBanc ha tenido en cuenta el informe de materialidad elaborado en 2015, en el que se determinaron las personas y organizaciones afectadas por la actividad de MoraBanc.	
102-43	Enfoque de implicación de los grupos de interés	MoraBanc tiene en cuenta los diferentes grupos de interés para evaluar su actividad. El año 2018 se ha querido contar con la implicación de clientes y empleados para analizar el servicio al cliente de la entidad y la estrategia de la marca MoraBanc con varias sesiones grupales y entrevistas en profundidad realizadas por empresas externas.	
102-44	Temas principales y consideraciones tratadas	25	
Prácticas para la elaboración de informes			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	La información presentada corresponde a las sociedades que figuran en los estados financieros consolidados. Si en algún caso el alcance no coincide, se especifica en el apartado correspondiente del informe.	
102-46	Definición de los contenidos del informe y las coberturas del tema	4, 5, 42 La finalidad de esta memoria es ofrecer una visión real del desempeño económico, social, medioambiental y de gobierno corporativo de MoraBanc. Por lo tanto, responde a la voluntad de crear un entorno de confianza con los grupos de interés mediante el acceso libre a información relevante y relacionada con las políticas y las actuaciones en materia de responsabilidad social. Elaboramos el informe siguiendo las recomendaciones del estándar internacional de la Global Reporting Initiative (GRI). El informe incluye las sociedades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y que se detallan en el apartado "Gestión económica".	
102-47	Lista de temas materiales	43, 44	
102-48	Reexpresión de la información	No ha habido una reexpresión de la información contenida en memorias anteriores. En caso de que se haya cambiado la fórmula de cálculo en alguna cifra, se especifica con una nota al pie.	
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No ha habido cambios significativos en el alcance ni en la cobertura respecto a informes anteriores.	
102-50	Periodo objeto de la memoria	Este informe abarca el periodo entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2018, dado que presentamos publicaciones con una periodicidad anual.	

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
102-51	Fecha del último informe	2017	
102-52	Ciclo de elaboración del informe	Anual	
102-53	Dirección de contacto para preguntas sobre el informe	Para cualquier duda que pueda surgir en relación con este informe, ponemos a disposición del público la dirección electrónica **comunicacio@morabanc.ad**.	
102-54	Declaración de la elaboración del informe de conformidad con los estándares de GRI	Este informe se ha elaborado de conformidad con los estándares GRI Standards: opción esencial.	
102-55	Índice de contenidos GRI	45	
102-56	Verificación externa	El informe no ha sido verificado externamente.	
Temes materiales			
Economía			
GRI 201: Desempeño económico			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	El logro económico es un tema material principal para nuestros grupos de interés y, además, es un elemento esencial de nuestra actividad. El impacto del logro económico se produce en una parte de nuestros grupos de interés de manera directa: empleados, proveedores, accionistas, clientes, entidades patrocinadas, etc.; y también de manera indirecta en el resto de la sociedad porque generamos riqueza.	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	En su plan estratégico, MoraBanc ha plasmado su voluntad de mantener su actividad bancaria en Andorra y fuera de sus fronteras y tiene la ambición de crecer. El enfoque de gestión del logro económico es un elemento incluido en la misión de MoraBanc: «La misión de MoraBanc es atender a las necesidades de los clientes y satisfacer sus expectativas, con una organización orientada a la creación de valor y con la calidad como elemento competitivo diferencial». La misión no se podría desarrollar sin un crecimiento económico y una gestión del logro financiero. Los objetivos del crecimiento se fijan en el plan estratégico de MoraBanc, que incluye los recursos que hay que poner en juego y las acciones que deben llevarse a cabo para su desarrollo.	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	La entidad evalúa el logro económico gracias al seguimiento continuo de los indicadores de negocio realizando informes puntuales. El Comité de Negocio y el Comité de Estrategia aplican las modificaciones o correcciones oportunas si es necesario.	
201-1	Valor económico generado y distribuido	La tabla que aparece a continuación, elaborada a partir de la cuenta de pérdidas y ganancias del Grupo, muestra la distribución del valor económico generado, distribuido y retenido por MoraBanc el año 2018.	

Estado del Valor Añadido (miles de euros)	2018
Valor económico creado	**88.916**
Margen financiero	25.978
Comisiones por servicios netos	50.269
Resultado de operaciones financieras y otros ingresos	12.668
Valor económico distribuido	**57.676**
Valor económico retenido	**31.240**
Valor económico distribuido y retenido	**88.916**

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
201-4	Asistencia financiera recibida por parte del gobierno	MoraBanc no recibe ninguna ayuda pública.	
GRI 203: Impactos económicos indirectos			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	32-37 El desarrollo económico es un elemento material para nuestros grupos de interés de acuerdo con las preguntas que les planteamos de forma continua. El impacto económico indirecto es una consecuencia del desarrollo económico y por ello está incluido como material en la tabla GRI. MoraBanc sigue estándares y protocolos nacionales e internacionales para analizar el impacto indirecto de nuestra actividad.	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	32-37 Los impactos económicos indirectos en la sociedad forman parte del ADN de MoraBanc y la voluntad de su Consejo de Administración de contribuir activamente a la sociedad. MoraBanc ha establecido compromisos con entidades para conseguir los objetivos de impacto económico. Para ello, pone a disposición recursos humanos, materiales y económicos.	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	MoraBanc hace un seguimiento de las acciones gracias a diferentes indicadores que se reportan de manera periódica, como la notoriedad de las acciones realizadas y el impacto que han tenido, por ejemplo, con los artículos publicados en prensa y la consecución de los objetivos de los proyectos patrocinados.	
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	32-37	1 2 3 4 5 8 10 12 13
GRI 205: Anticorrupción			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	41	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	41	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	La entidad realiza un seguimiento de las acciones y proyectos relacionados con las políticas anticorrupción desde el área de Cumplimiento Normativo.	16
205-1	Operaciones evaluadas en relación con los riesgos relacionados con la corrupción	La lucha activa contra la corrupción, el blanqueo de capitales o valores y la financiación del terrorismo, entre otros, forma parte de la cultura transversal de todo el Grupo y, además, está regulada por ley. En cumplimiento de las regulaciones legislativas en vigor, disponemos de una estructura de control interno y de los departamentos de Cumplimiento Normativo y Auditoría, que velan por el buen gobierno corporativo.	16
205-2	Comunidades y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	41	16
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	En 2018 no hay ningún caso confirmado de corrupción en MoraBanc.	

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
GRI 206: Competencia desleal			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	41 La lucha contra la competencia desleal es uno de los elementos esenciales de la actividad de MoraBanc, marcado en nuestros valores: ética e integridad profesional y respeto por los clientes, la sociedad, los empleados y la legalidad. Además, en la matriz de materialidad, este tema se ha presentado como muy relevante para los grupos de interés e internos, aludiendo al comportamiento ético y responsable.	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	41	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	La entidad realiza un seguimiento de las acciones y proyectos relacionados con las políticas anticorrupción desde el Área de Cumplimiento Normativo.	16
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	Durante 2018 no ha habido demandas relacionadas con comportamientos de competencia desleal o violaciones de la legislación sobre prácticas contra la libre competencia y monopolísticas.	
Medio ambiente			
GRI 305: Emisiones			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	36, 37	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	36, 37	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	36, 37	
302-1	Consumo energético dentro de la organización	36, 37 Las fuentes de los factores de emisión utilizadas para el cálculo de 2018 son: • Guía práctica para el cálculo de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Versión marzo de 2018 • Memoria de sostenibilidad de las Fuerzas Eléctricas de Andorra (FEDA) 2017 • International Energy Agency (IEA). Emission Factors 2018 • Environmental Paper Network Papel Calculator, versión 4.0. • International Civil Aviation Organization (ICAO). • Emissions carbon calculator Defra • UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2018 • Simapro, que utiliza la base de datos de Ecoinvent v3. • U.S. Energy Information Administration (EIA) Todas las fuentes anteriores están actualizadas y contrastadas.	12 13
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	36, 37	12 13
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	36, 37	12 13
305-3	Emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	36, 37	12 13
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	36, 37	12 13

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
Prácticas laborales			
GRI 401: Empleo			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	21, 22	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	21, 22	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	21, 22	
401-1	Nuevas contrataciones de trabajadores y rotación de personal	Nuevas contrataciones por edad, género y región:	

Nuevas contrataciones

Por edad	2017	Tasa	2018	Tasa
Menores de 30 años	12	29%	5	22%
Entre 30 y 50 años	28	68%	18	78%
Mayores de 50 años	1	2%	0	0%
Total	41		23	

Por género	2017	Tasa	2018	Tasa
Hombres	28	68%	12	52%
Mujeres	13	32%	11	48%
Total	41		23	

Por región	2017	Tasa	2018	Tasa
Andorra	31	76%	12	52%
Miami	6	15%	10	43%
Suiza	4	10%	1	4%
Luxemburgo			0	
Total	41		23	

Tasa de rotación del personal:

Por edad	2017	Tasa	2018	Tasa
Menores de 30 años	4	11,1%	3	10,02%
Entre 30 y 50 años	10	4,4%	16	6,98%
Mayores de 50 años	29	40,8%	13	24,00%
Total	43	13%	32	10,21%

Por género	2017	Tasa	2018	Tasa
Hombres	32	17,0%	22	13,65%
Mujeres	11	7,4%	10	6,57%
Total	43		32	

Por región	2017	Tasa	2018	Tasa
Andorra	42	14%	32	11,71%
Miami	1	4%		0%
Suiza		0%		0%
Luxemburgo		0%		0%

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
401-2	Beneficios para los trabajadores a tiempo completo que no se ofrecen a empleados a tiempo parcial o temporales	Los trabajadores a tiempo parcial y los temporales de MoraBanc disponen del 50 % de la cobertura del seguro de salud, mientras que los trabajadores a jornada completa disfrutan del 100 % de la cobertura. Los trabajadores a tiempo parcial y temporales no disponen del resto de beneficios sociales, como las condiciones preferentes en productos bancarios y de seguros, ayudas económicas para los estudios de los hijos de los empleados o los beneficios por antigüedad.	3, 8
401-3	Permisos parentales	El 100 % de trabajadores de MoraBanc tienen derecho a la baja por maternidad/paternidad.	3, 5, 8

Número de trabajadores con derecho a permiso de paternidad/maternidad

	2017	2018
Hombres	6	4
Mujeres	9	8

Número de trabajadores que se han acogido al permiso

	2017	2018
Hombres	6	3
Mujeres	9	8

Número de trabajadores que han vuelto al trabajo después del permiso de paternidad/maternidad

	2017	2018
Hombres	6	4
Mujeres	8	7*

Número de trabajadores que han vuelto al trabajo después del permiso y que siguen siendo trabajadores 12 meses después de reincorporarse

	2018
Hombres	6
Mujeres	8

Tasa de reincorporación al trabajo

	2018
Hombres	100%
Mujeres	88%

Tasa de mantenimiento del puesto de trabajo

	2018
Hombres	100%
Mujeres	89%

*Corresponde a la excedencia voluntaria de una trabajadora para cuidar a un hijo.

GRI 402: Relaciones trabajador-empresa			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	El impacto de las relaciones laborales entre empresa y trabajador se ciñe a los empleados de la empresa de los territorios donde MoraBanc tiene actividad.	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	21, 22	

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Se elaboran informes de gestión y seguimiento y se reporta la información en el informe anual de MoraBanc.	
402-1	Periodo mínimo de preaviso sobre cambios significativos	MoraBanc no dispone de convenio colectivo ni de representantes de los trabajadores, dado que el marco legislativo andorrano determina que se trata de una iniciativa que deben emprender los mismos empleados y, hasta ahora, no se ha dado el caso. En este sentido, no se han determinado periodos de preaviso. Sin embargo, procuramos informar a los trabajadores de los cambios significativos de operativa con suficiente antelación.	8
GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	El compromiso de MoraBanc con la seguridad y la salud es uno de los principios que rigen el desarrollo de nuestra actividad. Nuestra actividad debe garantizar el bienestar de nuestro equipo humano y de las personas que subcontratamos.	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	MoraBanc gestiona internamente la Ley 34/2008, de 18 de diciembre, de seguridad y salud en el trabajo.	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Se elaboran informes externos de forma regular para analizar la salud en los lugares de trabajo y aplicar medidas que mejoren el bienestar de los trabajadores de MoraBanc en su puesto de trabajo.	
403-2	Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades, profesionales, días perdidos, absentismo y número de defunciones relacionadas		3 5 8

Número de accidentes sin baja

	2017		2018	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Andorra	0	0	2	1
Miami	0	0	0	0
Suiza	0	0	0	0
Luxemburgo	0	0	0	0
Total	**0**	**0**	**2**	**1**

Número de accidentes con baja

	2017		2018	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Andorra	0	1	1	1
Miami	0	0	0	0
Suiza	0	0	0	0
Luxemburgo	0	0	0	0
Total	**0**	**1**	**1**	**1**

Número de accidentes en el trayecto con baja laboral

	2017		2018	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Andorra	0	0	1	1
Miami	0	0	0	0
Suiza	0	0	0	0
Luxemburgo	0	0	0	0
Total	**0**	**0**	**1**	**1**

Número de jornadas perdidas

	2017		2018	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Andorra	0	0	0	0
Miami	0	0	0	0
Suiza	0	0	0	0
Luxemburgo	0	0	0	0
Total	**0**	**0**	**0**	**0**

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
		Tasa de absentismo **2017** – **Hombres**: 6,90 %; **Mujeres**: 8,38 % **2018** – **Hombres**: 6,30 %; **Mujeres**: 7,45 % **Índice de frecuencia** 7,8 % **Índice de gravedad** 0,0 % Todos los accidentes que se han producido en MoraBanc se han producido durante los desplazamientos. El sistema aplicado para registrar y presentar estas estadísticas corresponde al sistema interno de Gestión de Personas de MoraBanc y mediante la presentación de la baja médica, cuando corresponde.	
403-5	Formación del trabajador en seguridad y salud laboral	Los trabajadores de MoraBanc reciben formaciones periódicas en equipos de primera y segunda intervención (EPI y ESI) para capacitar a los equipos ante situaciones peligrosas o de riesgo.	3, 4, 5, 8
403-6	Promoción de la salud del trabajador	En MoraBanc cumplimos la Ley 34/2008 relativa a la seguridad y salud en el trabajo y ofrecemos a los empleados la posibilidad de realizar un examen de salud periódico. MoraBanc promueve la salud del trabajador con los beneficios sociales que le ofrece relativos a la salud, como: la cobertura del 100 % del salario en caso de estar de baja, el 50 % de cobertura del seguro de salud o bien ofreciendo el acceso al servicio de Best Doctors a todos sus trabajadores de forma gratuita.	3, 8
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en salud y seguridad ocupacional directamente vinculados por relaciones comerciales	MoraBanc cuenta con la colaboración de una empresa independiente que realiza un informe de seguridad vinculado a cada puesto de trabajo de la entidad que identifica todos los riesgos asociados a cada trabajo, la probabilidad y las consecuencias de este riesgo y las medidas preventivas para evitarlo. El Departamento de Inmuebles y Seguridad del banco es el responsable de implementar las medidas preventivas a fin de minimizar cualquier riesgo en el lugar de trabajo.	3
GRI 404: Formación y educación			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	21, 22	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	21, 22	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	21, 22	
404-1	Media de horas de formación al año por trabajador	21, 22	
404-3	Porcentaje de trabajadores que reciben evaluaciones periódicas del desarrollo profesional	Todos los trabajadores de MoraBanc se someten a una evaluación anual de sus competencias. En 2018, se evaluó al 100 % de los trabajadores.	8
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	21, 22	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	21, 22	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	21, 22	

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
405-1	Diversidad en el órgano de gobierno y trabajadores	Composición del Consejo de Administración:	

MORA BANC GRUP, SA

Por género	2017	2018
Hombres	8	8
Mujeres	0	0
Total	**8**	**8**
% Mujeres	**0%**	**0%**

Por edad	2017	2018
Menores de 30 años	0	0
Entre 30 y 50 años	1	2
Mayores de 50 años	7	6
Total	**8**	**8**

MORA BANC, SAU

Por género	2017	2018
Hombres	6	6
Mujeres	0	0
Total	**6**	**6**
% Mujeres	**0%**	**0%**

Por edad	2017	2018
Menores de 30 años	0	0
Entre 30 y 50 años	1	2
Mayores de 50 años	5	4
Total	**6**	**6**

Composición de los trabajadores por categoría laboral: 21, 22

GRI 406: No discriminación			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	21, 22	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	21, 22	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	21, 22	

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
406-1	Casos de discriminación y medidas correctoras adoptadas	Durante el año 2018 MoraBanc no ha tenido ningún caso de discriminación laboral.	8
GRI 413: Comunidades locales			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	32-37 Pensar en un mundo mejor forma parte del compromiso de MoraBanc con la sostenibilidad.	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	32-37 Somos conscientes de que, en muchas ocasiones, nuestra actividad puede ser parte de la solución de algunos problemas a los que se enfrenta la sociedad y por ello diseñamos una estrategia que contribuya al progreso de la comunidad andorrana.	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	34, 35 MoraBanc promueve diferentes iniciativas y programas para crear valor para la sociedad.	
404-1	Operaciones con implicación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	34, 35	1 2 4 10 12 13
GRI 415: Política pública			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	41	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	41	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	41	
415-1	Contribución a partidos o representantes políticos	En MoraBanc no colaboramos con ningún partido o representante político.	
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Asegurar la seguridad de los clientes en nuestras instalaciones y en la contratación de nuestros productos y servicios rige nuestra actividad.	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	Disponemos de medidas y circuitos internos que aseguran la correcta comercialización de productos.	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	El departamento de Cumplimiento Normativo vela por la correcta adecuación de productos y servicios a los clientes.	
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	23 En MoraBanc ofrecemos productos y servicios adecuados al perfil del cliente, siguiendo las normas éticas y de conducta de la entidad. Garantizamos que la información que damos sobre nuestros productos y servicios es transparente para proteger al inversor y dar cumplimiento a la normativa vigente.	16

GRI Standards	Contenido	Página o respuesta directa	ODS
GRI 417: Etiquetado de productos y servicios			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	23	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	23	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	23	
417-1	Requisitos de información y etiquetado de los productos y servicios	23 Los productos y servicios del banco están sujetos a la regulación de la AFA tanto en la información que se facilita como en la forma de comercialización y, por tanto, se garantiza la transparencia en estos procedimientos. En MoraBanc garantizamos que todas las comunicaciones con los clientes son adecuadas y comprensibles y contamos con un circuito interno de validación de productos y servicios, en el que intervienen tanto el Departamento de Asesoría Jurídica como el de Cumplimiento Normativo.	16
417-2	Incidentes de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	En 2018 no se ha producido ningún incumplimiento.	
417-3	Incidentes de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	En 2018 no se ha producido ningún incumplimiento.	
GRI 418: Privacidad del cliente			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	MoraBanc tiene la obligación de proteger la información personal y privada de sus clientes.	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	MoraBanc aplica la legislación vigente en materia de protección de datos e información personal.	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	El Departamento de Asesoría Jurídica es el responsable de establecer y actualizar periódicamente las normas de aplicación en esta materia dentro de la entidad.	
418-1	Reclamaciones sustanciales relativas a la violación de la privacidad del cliente y a la pérdida de datos	MoraBanc tiene la obligación de proteger la información personal y privada de sus clientes y empleados, como se recoge en su código ético y en la legislación aplicable en materia de protección de datos y secreto bancario. En 2018 MoraBanc no ha recibido ninguna reclamación relacionada con la violación de la privacidad de los clientes o empleados o con la pérdida de datos personales.	
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico			
GRI 103: Enfoque de gestión			
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	MoraBanc desarrolla su actividad con estricto cumplimiento de la ley andorrana.	
103-2	Enfoque de gestión y sus componentes	41	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	41	
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos sociales y económicos	En 2018 MoraBanc no ha recibido ninguna multa por el incumplimiento de la normativa en materia social o económica.	

MORABANC

Mora Banc Grup, SA
Av. Meritxell 96
AD500 Andorra la Vella
Principado de Andorra

www.morabanc.ad