MORABANC

2022

INFORME
ANUAL INTEGRADO

Índice

Resumen de 2022 del Grupo MoraBanc 06
La visión del presidente: Seguir el camino del crecimiento 10

01 VISIÓN

Nuestra visión para la creación de valor 14
Qué diferencia a MoraBanc 16
Nuestra propuesta de valor 17
Nuestra misión, visión y valores y nuestros objetivos 20
Sumamos para continuar generando valor 23

02 ESTRATEGIA

Nuestra estrategia para crear valor a largo plazo y afrontar los retos de futuro 24
Reflexiones del consejero director general: Visión para liderar la banca andorrana 26
Nos posicionamos para crear valor 30
Cómo gestionamos los riesgos y las oportunidades del mercado 32
Prioridades estratégicas del Grupo 34
MoraBanc Digital: estés donde estés, siempre 36
Nuestros puntos fuertes 38
Las cosas que realmente son importantes para MoraBanc y para nuestras audiencias 44
Protección de la clientela 46
Las necesidades y expectativas de nuestras audiencias 48
La experiencia de la clientela en MoraBanc, la brújula para la innovación 50
Atención y contacto permanente con nuestras audiencias 51

03 RESULTADOS

Resultados crecientes con un balance fuerte 52

Principales datos financieros 54

Aportamos valor a los grupos de interés y a la sociedad 56

Desarrollo económico y social 58

04 VALOR

Cómo aseguramos y protegemos el valor 62

Un gobierno corporativo fuerte y profesional 64

Un equipo directivo enfocado al éxito del plan estratégico 68

Liderazgo y gestión con ética y respeto por los derechos humanos 70

Alineación con las mejores prácticas para presentar nuestra información 72

Información de la materialidad 74

05 ÍNDICE GRI

Índice de contenidos del Global Reporting Initiative 76

MORABANC

Resumen de 2022 del Grupo MoraBanc

Andorra
Barcelona
Miami
Zúrich

4 PAÍSES
15 UBICACIONES EN ANDORRA

MORABANC

Actividad

18.148

SEGUIDORES[1] EN LAS **REDES SOCIALES** (FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, LINKEDIN, YOUTUBE)

Transformación digital

55,8%

CLIENTES DIGITALES[2]

+24%

ACCESOS A LA BANCA DIGITAL

+29%

OPERACIONES REALIZADAS A TRAVÉS DE LA BANCA DIGITAL

Equipo humano

461

PERSONAS[2]

84.645

HORAS DE FORMACIÓN

49%

MUJERES EN PLANTILLA

98%

CONTRATOS INDEFINIDOS

Sociedad

3,7%

DEL BENEFICIO EN ACCIONES A FAVOR DE LA COMUNIDAD

77.395 €

RECOGIDOS CON **TARJETAS SOLIDARIAS**

Medio ambiente

2,25

EMISIONES DE tCO_2 eq POR PERSONA TRABAJADORA

[1] Seguidores de las redes sociales de MoraBanc
[2] Porcentaje de clientes digitales de MoraBanc en Andorra.

Crecimiento del beneficio

40,1 M€

RESULTADO DEL EJERCICIO

+16%

EN RELACIÓN CON EL 2021

Cifras de negocio

10.211 M€

RECURSOS DE CLIENTES

1.538 M€

INVERSIÓN CREDITICIA

Calidad crediticia

2,6%

RATIO DE MOROSIDAD

102,9%

RATIO DE COBERTURA

Rentabilidad

10,9%

ROE

MEDIA BANCOS UE:[3] 7,68%

Fortaleza del balance

18,06%

SOLVENCIA RATIO CET1 *FULLY LOADED*

MEDIA BANCOS UE:[3] 15,27% *PHASE IN*

294,14%

RATIO DE LIQUIDEZ

(LCR)

MEDIA BANCOS UE:[3] 161,46%

Fitch Ratings

BBB-

ESTABLE DESDE 2015

ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 2022

[3]Datos: https://www.bankingsupervision.europa.eu a 31/12/2022

Seguir el camino del crecimiento

LA VISIÓN DEL PRESIDENTE

JUAN MARÍA NIN GÉNOVA

El año 2022 fue el año de la recuperación tras la pandemia, pero se han vivido también fuertes tensiones en la economía que han llevado a una fuerte inflación y a una subida de los tipos de interés, combinadas con una retirada de liquidez para una reducción ordenada del *quantitative easing* de los bancos centrales. Este endurecimiento de la política monetaria de los bancos centrales para luchar contra la inflación ha sido una de las principales acciones con impacto en el sector financiero. Y si bien la inflación ya está estabilizándose a la baja, la inflación subyacente no retrocede, manteniendo altos los precios de la energía y de los alimentos, e imposibilitando que el BCE se plantee un cambio de rumbo.

La reducción de las expectativas de crecimiento y unos resultados empresariales en el cuarto trimestre de 2022 más débiles, no han detenido el crecimiento del PIB de las principales economías que lograron terminar el año en positivo. Este escenario sigue vigente para este 2023, pero a pesar de la gran incertidumbre, los mercados han aumentado la probabilidad de que se produzca un *soft-landing* y, en consecuencia, evitar una recesión.

En Andorra, todavía no se ha publicado el dato de crecimiento del PIB de 2022, pero el informe de diciembre de Fitch Ratings ya preveía que se situaría por encima de lo esperado durante 2022, empujado por la recuperación del turismo y la diversificación progresiva de la economía. La previsión de crecimiento del PIB asciende al 8,5%. En cuanto a la inflación, los datos recientes apuntan a una evolución similar a la europea. El IPC avanzado de marzo registró una tasa interanual del +6,3%, disminuyendo respecto a la anterior lectura en febrero del +7,5%. Se espera que en 2024 se recupere el nivel del PIB de 2019, con un crecimiento real del 9,3% por encima de las economías vecinas.

Seguimos ante un entorno de incertidumbre y debemos acostumbrarnos a un contexto de cambio constante y de adaptación. Pero aquí es donde nuestra fortaleza como banco no debe cambiar. Si queremos seguir apoyando a las familias, colaborando con las empresas para generar confianza, impulsar la inversión privada y la generación de empleo, apoyando un crecimiento sostenible de nuestro país, colaborando plenamente con sus instituciones públicas y privadas, debemos tener una posición sólida en

el mercado y un balance fuerte, líquido y solvente para seguir construyendo riqueza a nuestro alrededor. Por eso, la gestión de los riesgos es imprescindible, anticipándonos y dimensionándonos para afrontar los retos, con una mejora continua de nuestros balances y de nuestra cuenta de resultados.

La fusión con BSABanc (Banc Sabadell d'Andorra) respondía a esta necesidad de dimensión, fortaleza y confianza. Con la perspectiva de los últimos meses, podemos afirmar que la integración ha ido muy bien.

Mantenemos nuestra dirección y objetivos del Plan Estratégico del Grupo 2022–2024 que tiene como 4 ejes principales la digitalización, el crecimiento del negocio, el crecimiento internacional y la cultura organizativa.

El plan de tecnología e innovación está muy avanzado. La nueva versión de banca digital, lanzada durante la primavera de 2023, aporta importantes mejoras en el ámbito de la usabilidad y novedades de servicio como Bizum para toda la clientela, la apertura de cuenta totalmente digital y un nuevo frontal y una operativa repensados y mejorados. Durante el año 2023 seguirán nuevas funcionalidades ambiciosas como la incorporación de gestión de inversiones y de activos digitales, y la concesión de préstamos e hipotecas desde el canal digital. Y ya en 2024, se incorporará la operativa de seguros al canal *online*. En 2022, la inversión en innovación tecnológica ha superado los 8,8 millones de euros e incluye la transformación digital y la parte tecnológica de la integración. El desarrollo continuo y la innovación en tecnología es una necesidad de negocio y una demanda creciente por parte de la clientela. El canal digital ha tenido un crecimiento del 80% desde 2019 en cuanto a accesos totales (+24% en 2022 respecto al 2021) y la operativa ha crecido un 168% en los últimos 3 años. El dispositivo *online* que toma más fuerza es el móvil a través de la *app* y es aquí donde debemos hacer la inversión prioritaria.

En cuanto al eje estratégico de negocio, la gestión de la integración y el servicio a cada cliente han marcado el año 2022 y debemos apuntalar el crecimiento en los próximos años.

A nivel internacional, la progresión sigue hacia adelante y con fuerza. Los mercados de Miami y Zúrich, gestionados por la filial Boreal, siguen su hoja de ruta y estamos muy satisfechos con los resultados. El mercado español, con la marca MoraWealth, es donde se están concentrando los esfuerzos. La oficina de Barcelona está obteniendo unos crecimientos tanto de gestión de clientes como de muy buenos beneficios y, durante el 2023, se abrirá una oficina en Madrid. Seguiremos con más expansión en España para cubrir este mercado natural para MoraBanc.

La cultura organizativa es un elemento esencial para conseguir los objetivos. Aquí incluimos la incorporación de criterios de sostenibilidad o ESG (ambiental, social y gobernanza) a toda la organización, porque es un eje transversal y prioritario. MoraBanc se ha dotado de una estrategia de sostenibilidad para acompañar el crecimiento y las decisiones del Grupo. La estrategia se sustenta sobre tres pilares: la gobernanza responsable, ser una entidad de país y el crecimiento de las personas, refiriéndonos tanto a las personas trabajadoras como a los clientes. Este plan debe situarnos como una entidad sólida, impulsora y líder del desarrollo sostenible en el país.

El Grupo MoraBanc tiene un compromiso claro con la clientela, con el accionariado y con el país.

En relación con los resultados, podemos valorarlos como muy satisfactorios: hemos incrementado el beneficio un 16% respecto al 2021 y superamos los 10.000 millones de euros en recursos gestionados, que es una cifra mínima de exigencia en el mundo financiero actual para ser competitivos. También hemos aumentado la rentabilidad para alcanzar un ROE del 10,9%, manteniendo una posición de 1.538 millones de euros en inversión crediticia y la tasa de morosidad se reduce al 2,6%. Nuestra liquidez del 294,14% (LCR) y nuestra solvencia (18,06% CET1 *fully-loaded*) lideran las ratios de la plaza.

En el Grupo, a cierre de 2022, éramos 461 personas trabajadoras, profesionales y comprometidas con los objetivos de servicio y de crecimiento.

Para hacer posible todo esto, debemos disponer de un gobierno corporativo sólido que permita mantener un proceso de toma de decisiones ágil, transparente, riguroso y profesional, y la gestión del riesgo y la sostenibilidad a largo plazo deben ser los pilares fundamentales del desarrollo de nuestras responsabilidades. Los cambios sociales, el agravamiento de la crisis medioambiental, la presión reguladora o las dificultades económicas nos sitúan en un entorno cada vez más exigente y debemos poder responder con responsabilidad, visión y decisión. Somos un banco de propiedad familiar, pero con un Consejo de Administración profesional, por decisión de los accionistas.

El sector financiero es un negocio en el que la confianza es un elemento fundamental e innegociable. En los últimos meses, la desconfianza generada por las quiebras de Silicon Valley Bank y Signature Bank, y la compra de Credit Suisse por parte de UBS, tras su caída, han provocado importantes descensos en las cotizaciones de la banca europea. Los bancos andorranos, y nosotros en particular, no hemos tenido impacto directo en nuestros balances, pero estos casos ponen de manifiesto la necesidad de una buena gestión, una buena gobernanza, una buena regulación, una supervisión exigente, una gestión del riesgo impecable y unos valores y una ética de comportamiento incorporados hasta el último rincón, de modo que la cultura y la conducta sean ejemplares.

La plaza financiera andorrana goza de una buena salud, lo que demuestra que hemos sabido reanudar el camino del crecimiento a pesar de las dificultades y de los cambios continuos. Las ratios de fortaleza del balance son buenas para el sector y la solvencia y liquidez muy remarcables. Nos vienen más retos por delante, como el Acuerdo de Asociación en curso de negociación por parte del Gobierno con la Unión Europea. Tendremos un papel activo como entidad y como sector, y lo desarrollaremos con responsabilidad y visión de futuro. Debemos conseguir que nuestro sector se pueda equiparar al europeo, tanto con la regulación, como con las oportunidades y garantías que da Europa.

Acabaré remitiéndome al buen balance que podemos hacer del 2022 y con una mirada ilusionante de cara a este 2023. Tenemos muchos retos por delante, a todos los niveles, como entidad, como sector y como país. Andorra es un pequeño territorio pero con grandes oportunidades. El sector financiero, el empresarial, y los dirigentes políticos debemos trabajar en la misma dirección, con el conjunto de la sociedad, para mantener y potenciar el crecimiento en el país. El Grupo MoraBanc tiene un compromiso claro con ese objetivo, con la clientela, con el accionariado y con el país.

01

VISIÓN

Nuestra visión para la creación de valor

CREAR VALOR

Fundado en 1952, MoraBanc preserva los valores de empresa familiar. Nuestro modelo de banca se fundamenta en el compromiso con el desarrollo sostenible de Andorra y de sus habitantes, 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 todas las audiencias. Trabajamos para satisfacer las necesidades de los clientes y de las clientas para ofrecerles unos servicios y unos productos de máxima calidad.

El crecimiento orgánico que muestran los buenos resultados obtenidos en los últimos ejercicios y las operaciones extraordinarias como la integración de BSABanc, SA nos hacen avanzar para convertirnos en el banco líder en Andorra.

VALORES FAMILIARES

COMPROMISO SOSTENIBLE

NUEVAS ESTRATEGIAS

IMPACTO POSITIVO

Qué diferencia a MoraBanc

CULTURA CORPORATIVA FUERTE

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

EQUIPO DE GESTIÓN EXPERIMENTADO

que ha conducido la entidad a un camino de beneficios crecientes recurrentes después de un proceso de transformación para afrontar los cambios del entorno y del negocio.

UN BANCO CON VALORES FAMILIARES

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

GESTIÓN ECONÓMICA PRUDENTE Y CONSERVADORA

que nos posiciona como uno de los bancos más solventes.

Acuerdo exclusivo con **Goldman Sachs Asset Management** que suma valor para los clientes y las clientas y que refuerza la gestión de carteras y el asesoramiento a la clientela, un acuerdo de colaboración con **Banco Santander** por el servicio de *confirming* internacional, una alianza estratégica con el grupo **Pyrénées** para desarrollar la financiación del consumo y una colaboración con el prestigioso bufete de Abogados **Cuatrecasas** para dar formación interna y externa.

Goldman Sachs Asset Management · PYRENEES ANDORRA · CUATRECASAS · Santander Corporate & Investment Banking

Nuestra propuesta de valor

La relación con los clientes y las clientas y su satisfacción se encuentran en el centro de nuestra estrategia.

Nuestra principal preocupación es orientar a la clientela 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.

Ponemos a disposición de nuestra clientela servicios de banca comercial, banca privada y *wealth management*, fondos de inversión gestionados por la sociedad gestora del Grupo y seguros de la compañía aseguradora del Grupo. El año 2022 el volumen de operaciones ha sido de 11.748 millones de euros.

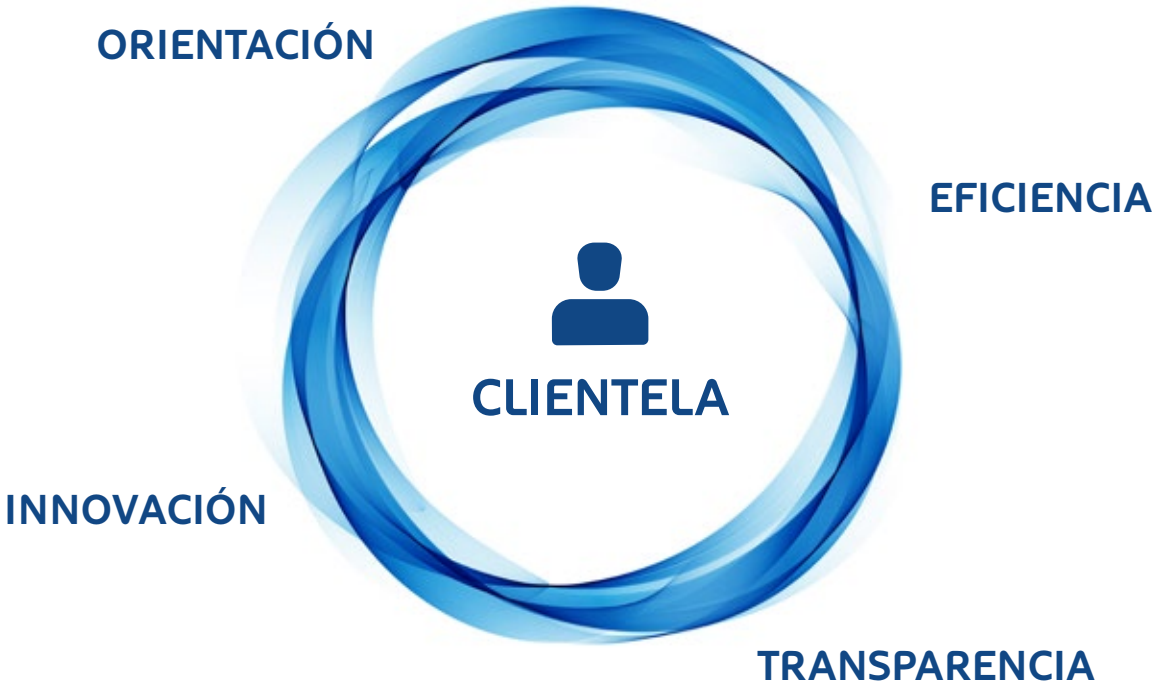
La sede central de MoraBanc está ubicada en Andorra la Vella y disponemos de oficinas en todo el país para ofrecer una atención de calidad.

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

Disponemos de dos gestoras de patrimonios, Boreal Capital Management, que operan en Zúrich (Suiza) y en Miami (EE. UU.) y de una agencia de valores en Barcelona (España) bajo la marca MoraWealth para ofrecer servicios personalizados de gestión discrecional de patrimonios y asesoramiento financiero.

En Miami, también ofrecemos el servicio de *broker dealer*, dedicado a mediar en la compraventa de valores por cuenta de terceros con Boreal Capital Securities.

Distribuimos una variedad de fondos de inversión dentro de Mora Funds SICAV, domiciliados en Luxemburgo, y Mora Gestió d'Actius, SAU actúa como asesor de inversiones.



Banca comercial

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

Desarrollamos una segmentación comercial según las necesidades de cada grupo, teniendo en cuenta la edad y los 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, consolidar un diálogo más estrecho con ellos y facilitar el vínculo con el banco gracias a una simplificación de las gestiones.

Particulares

Negocios

Empresas

Profesionales

Banca privada y «Wealth Management»

Todas las actividades de banca privada de MoraBanc están gestionadas por personas expertas, para ofrecer un servicio excelente.

Disponemos de un amplio equipo de profesionales especializados, orientado al apoyo y al asesoramiento para encontrar la mejor solución para cada perfil de cliente/a 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 cada persona 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)

BOREAL CAPITAL MANAGEMENT

Boreal Capital Management, la gestora de patrimonios de MoraBanc en Miami y Zúrich, aporta un valor añadido sofisticado en la gestión del patrimonio. 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 o clienta en relación con su banco custodio con el objetivo de optimizarla y que dan un servicio de asesoramiento en aspectos financieros.

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

Nuestras áreas de actividad	Cómo nos diferenciamos	Nuestra clientela

Banca privada y «Wealth Management»

MORAWEALTH

La agencia de valores situada en Barcelona ofrece servicios de asesoramiento financiero, de gestión discrecional de patrimonios ajustada y personalizada según las necesidades de cada persona, así como de recepción y transmisión de órdenes. Es una oferta de valor diferenciada, gracias al valor diferencial que genera el acuerdo global que el Grupo MoraBanc tiene con Goldman Sachs Asset Management.

Particulares con grandes patrimonios, gestoras de patrimonios familiares

MoraBanc Asset Management

Mora Gestió d'Actius, SAU es la filial de MoraBanc, responsable de la actividad de gestión de organismos de inversión colectiva del Grupo, que opera bajo la marca MoraBanc Asset Management.

Los principios que guían nuestras decisiones son la prudencia, la diversificación y la 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.

Clientela de banca comercial, banca privada y *wealth management*

MoraBanc Assegurances

Mora Assegurances, SAU es la compañía de seguros de vida de MoraBanc.

Tiene el objetivo de ofrecer todo tipo de seguros en la rama de vida y las 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*.

Clientela de banca comercial, banca privada y *wealth management*

Nuestra misión, visión y valores y nuestros objetivos

MISIÓN

La misión de MoraBanc es atender las necesidades de nuestra clientela 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 a la clientela y a las demás audiencias 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 con los habitantes del país. Por eso 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.

Fuente: elaboración propia

VALORES

ÉTICA E INTEGRIDAD PROFESIONAL

RESPETO POR LA CLIENTELA, POR LA SOCIEDAD, POR LAS PERSONAS TRABAJADORAS Y POR LA LEGALIDAD

TRANSPARENCIA

INNOVACIÓN

VISIÓN

Ser el mejor banco para nuestra clientela, ser la mejor empresa para las personas que trabajan en ella, tener la mejor respuesta tecnológica al servicio de las personas y ser el banco de referencia.

Para cumplir nuestra visión, nos basamos en cinco pilares:

1. VISIÓN A LARGO PLAZO

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

2. 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 la clientela. Nos queremos posicionar como referente en innovación.

3. VOCACIÓN INTERNACIONAL

Somos un grupo financiero con una clara vocación global. La diversificación geográfica nos ofrece grandes oportunidades de negocio. Por ello, en 2008 decidimos ampliar nuestra presencia fuera de las fronteras de Andorra.

4. ENTIDAD CONSOLIDADA, DE CONFIANZA Y CERCANA

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

5. TRABAJAMOS POR LA EXCELENCIA CON ENTREGA Y ESFUERZO

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

MORABANC

Sumamos para continuar generando valor

En noviembre de 2022 culminó el proceso de fusión de MoraBanc con BSABanc iniciado el año anterior, cuando MoraBanc y la entidad financiera española Banco de Sabadell, S.A. formalizaron la compra por parte del banco andorrano de la participación del 50,97% del capital social de BancSabadell d'Andorra, S.A., que pasó a denominarse BSABanc, S.A. (BSA), titularidad del banco español. Con esta firma, MoraBanc se convertía en el accionista mayoritario de BSABanc, S.A. y la entidad pasaba a formar parte del Grupo MoraBanc.

Con esta operación MoraBanc ha impulsado su crecimiento gracias a la aportación de la red comercial, de recursos y de personas de BSA con el objetivo de aportar más valor a la clientela de ambas entidades al formar parte de un grupo bancario más fuerte y solvente, comprometido con el futuro de Andorra y con su desarrollo.

MoraBanc ha integrado a 339 nuevos accionistas en su estructura de capital, personas que creyeron en el proyecto de BancSabadell d'Andorra y que han querido continuar con MoraBanc.

La suma de ambas entidades ha dado lugar a un banco líder en Andorra en beneficios, solvencia, recursos gestionados domésticos y rentabilidad con capacidad de crecimiento y fortaleza para hacer frente a los retos futuros, manteniendo el compromiso con Andorra y con su gente.

MORABANC | 'A BSABANC

02

ESTRATEGIA

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

MORABANC

Visión para liderar la banca andorrana

REFLEXIONES DEL CONSEJERO DIRECTOR GENERAL

LLUÍS ALSINA ÁLVAREZ

El año 2022 ha estado marcado por la integración total de BSA (anteriormente, Banc Sabadell d'Andorra) dentro del Grupo MoraBanc en un proceso que se ha alargado durante un año y que culminó en noviembre con la fusión efectiva. Durante este año, el entorno internacional económico, político y social ha conformado un tablero de juego complicado con el conflicto de Ucrania, una fuerte inflación con las medidas correctivas de los bancos centrales, una subida de los tipos de interés, y una situación macroeconómica en la que las economías pueden tener riesgos reales de recesión.

En este informe anual, presentamos el primer balance que incorpora el 100% de BSA dentro del grupo y, como primer ejecutivo, estoy muy satisfecho de los resultados con la incorporación de las personas de BSA, de la constitución de nuevos equipos y de la llegada de nuevos clientes y clientas.

Los resultados de 2022 presentan un beneficio de 40,1 millones de euros, lo que representa un incremento del 16% respecto al 2021. Es un buen dato que, si abrimos el prisma, confirma una tendencia aún mejor. El Grupo MoraBanc ha pasado de alcanzar un beneficio de 24,1 millones de euros en 2018, a los 40,1 en 2022. Esta evolución consolida el modelo de negocio, diversificado en cuanto a la actividad y también geográficamente, y su sostenibilidad en el tiempo, y es el fruto de la ejecución de los planes estratégicos de la entidad y, en los últimos meses, de la capacidad de crecimiento que nos ha aportado BSA con la fusión.

La fortaleza del balance y de la cuenta de resultados es uno de los elementos

clave en nuestra forma de hacer banca, y los datos que presentamos demuestran nuestra exigencia y nuestro compromiso. Continuamos liderando la solvencia en la plaza andorrana con una ratio CET1 *fully-loaded* de 18,06%, una cifra que también supera la media de bancos europeos que se situaba, en su cálculo *phase-in*, en 15,27%. La ratio de liquidez de MoraBanc se encuentra muy por encima del mínimo regulador, en 294,14%, también por encima de la media nacional y de los bancos de la UE. Además, en 2022 hemos mejorado la rentabilidad calculada con el ROE hasta el 10,9%, nuevamente mejorando el dato de los bancos andorranos (7,62%) y de la media europea (7,68%). Es necesario poner en valor estos buenos indicadores, ya que se han alcanzado en un año marcado por el proceso de integración que nos ha exigido un esfuerzo adicional en muchos ámbitos y ha afectado a otras ratios como la de eficiencia, que ha disminuido ligeramente hasta el 68,2%.

Desde MoraBanc seguimos apoyando los proyectos de las empresas, de las familias y de las instituciones con una cartera de préstamos sana y solvente, que representa el 30,1% del total del país. En 2022 hemos mantenido una posición crediticia estable con 1.538 millones de euros y hemos mejorado la ratio de morosidad, que ha descendido hasta el 2,6%. La ratio de cobertura se ha posicionado en el 102,9%. Estos datos demuestran la confianza de los clientes en el Grupo MoraBanc y nuestro compromiso con el desarrollo económico y social.

Los recursos gestionados han sido de 10.211 millones de euros a escala de Grupo, una cifra que se encuentra por debajo de los volúmenes de 2021, debido mayoritariamente al efecto de la caída de los mercados durante el año. Con la integración de BSA, hemos asentado buenas perspectivas y capacidades de crecimiento dentro del país en los próximos meses.

La segunda línea de desarrollo la tenemos en nuestras filiales Boreal en Miami y Zúrich, y MoraWealth en Barcelona, que suponen un 26% de los recursos que gestionamos al cerrar el 2022, y que son una línea de crecimiento en la que detectamos muchas oportunidades.

Ante las incertidumbres, debemos mantener nuestra hoja de ruta con un plan estratégico ambicioso y adaptado a las necesidades de nuestra clientela, los accionistas y el país. Seguimos un plan estratégico claro para situar a MoraBanc como primer banco del país, gracias a un crecimiento continuo del negocio bancario. La integración de BSA ha permitido ampliar la base tanto de clientes como de equipos para avanzar con fuerza, y lo haremos, como no puede ser de otra forma, con una fuerte inversión en tecnología.

La forma de hacer banca cambia y la digitalización juega un papel más relevante. La inversión en tecnología en 2022 ha sido de 8,8 millones de euros, solo para la banca digital y la integración para conseguir los objetivos de satisfacción de los clientes y clientas, seguridad en las transacciones y avanzar cada día más en la digitalización de la clientela. Son inversiones muy fuertes, a la altura del reto que tenemos por delante.

A escala internacional, mantenemos el crecimiento de nuestras filiales, que tienen un peso cada vez más importante en los recursos del Grupo. Diversificamos el negocio con la buena marcha de Boreal (Miami y Zúrich) y la expansión de MoraWealth, que progresivamente abrirá oficinas en distintos puntos de España. Estamos muy satisfechos con el modelo de negocio que hemos desarrollado fuera de las fronteras y que, gracias al acuerdo con Goldman Sachs Asset Management, es diferencial respecto a la competencia.

Para cerrar esta reflexión de 2022, quiero ir más allá de la visión estrictamente financiera para abordar las obligaciones que toda empresa debe tener hacia su entorno y con las que estamos comprometidos. En MoraBanc tenemos muy presente que es necesario ser un agente activo para aplicar los mejores estándares y compromisos internacionales de sostenibilidad, para hacer frente a la emergencia climática y a las demandas sociales de las nuevas generaciones. Nos hemos dotado de una estrategia de sostenibilidad que incorporará de forma transversal los criterios ESG (medioambientales, sociales, de gobierno corporativo y viabilidad a largo plazo) que deben hacer más sostenible y responsable nuestra gestión y la de nuestros clientes y clientas, y aportar valor al entorno y a las personas.

La sostenibilidad y el compromiso social son retos importantes, pero el futuro nos llega con otros muchos retos que habrá que gestionar y superar. Estaremos atentos a la situación geopolítica internacional, a la negociación del Acuerdo de Asociación con la UE, a los requerimientos para adaptarnos a las normativas internacionales y, evidentemente, a las necesidades que nos planteen en cada momento nuestros clientes y clientas. Así hemos empezado en 2023, trabajando con confianza para dar respuesta a todos estos desafíos, con la seguridad de tener el mejor equipo para hacerlo y la fuerza de los últimos resultados que nos muestran que vamos por el buen camino.

La fortaleza del balance y de la cuenta de resultados es uno de los elementos clave en nuestra forma de hacer banca, y los datos que presentamos demuestran nuestra exigencia y nuestro compromiso.

Nos posicionamos para crear valor

1 Con nuestros capitales

FINANCIERO

- Liquidez **294,14% (LCR valor medio año)**
- Solvencia **18,06% BIS III CET1 (*fully-loaded*)**
- Recursos de clientes **10.211 millones de euros**

RELACIONES INTELECTUALES

- Más de **70 años de experiencia** bancaria
- **Incorporación de BSABanc en el Grupo MoraBanc**
- **Marca fuerte y reconocida**
- Miembro de Empresa Familiar Andorrana, Andorran Banking, Confederación Empresarial Andorrana y Cámara de Comercio, Servicios e Industria de Andorra, Actinn y del Círculo de Economía de Barcelona
- **Traspasamos conocimiento con nuestro equipo profesional**
- **Presencia notoria en redes sociales** (un total de **18.148**[1] seguidores y seguidoras)

HUMANO

- Equipo humano internacional: **461 personas**[2]
- **Orientación al cliente**
- Cultura sólida de **cumplimiento normativo**
- **Formación continuada**

ESTRUCTURA

- **Inversión en tecnología: 8,8 M€**[3]
- Ubicados en 4 países diferentes: **Andorra, Suiza, Estados Unidos y España**
- Presencia en el país **con 15 ubicaciones y 24 cajeros de MoraBanc**
- **Banca digital: 55,8% de la clientela digital**[4]

MEDIO AMBIENTE Y SOCIEDAD

- Calculamos nuestra huella de CO_2 y aplicamos políticas de **reducción de emisiones**
- Política voluntaria de **RSC: 3,7% beneficio a la comunidad**
- Compromiso con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas**

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

Basado en 5 pilares:

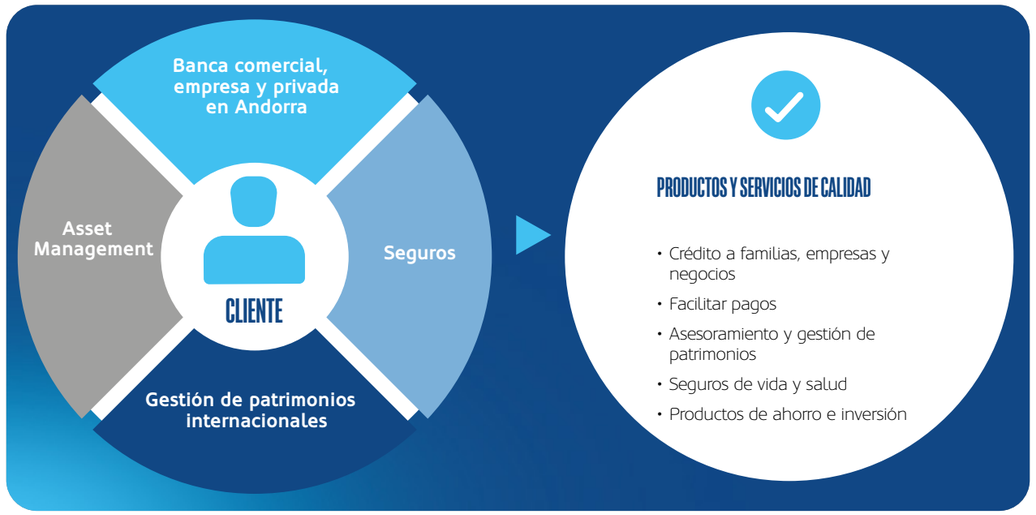
- Visión de continuidad
- Entidad consolidada
- Innovación como base del progreso
- Búsqueda de la excelencia
- Vocación internacional

Gestionando el riesgo:

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

Y gestión de riesgo transversal:

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



Con una gestión económica solvente y conservadora:

- **Elevada solvencia**
- Priorización del **largo plazo**
- Tasa de **morosidad baja: 2,6%**

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

3 Para crear valor para nuestros grupos de interés

CLIENTELA

- Inversión crediticia: **1.538 millones de euros**
- Crecimiento de las operaciones realizadas por los canales digitales: **29%**[5]
- Clientes solidarios: **11% de tarjetas solidarias**[6]
- **Comunicación fluida** a través de canales como redes sociales, boletín informativo, etc.

EQUIPO

- Nuevas incorporaciones al Grupo MoraBanc: **21 personas**
- Atracción y retención del talento con una **antigüedad media de los trabajadores de 11,6 años**[7]
- Desarrollo profesional
- **Igualdad hombres y mujeres** con un 49% de mujeres en plantilla
- **Compromiso de nuestro equipo con la sociedad** con acciones de voluntariado

ACCIONISTAS

- **339** accionistas
- Beneficio de **40,1 M € y crecimiento del 16%**
- **ROE: 10,9%**
- **Rating entidad por Fitch: BBB-** (última actualización: diciembre 2022)

SOCIEDAD Y MEDIO AMBIENTE

- **Beneficiarios acciones: 73 entidades y 885.219 personas**
- **Emisiones de t CO_2 eq por persona: 2,25**
- Número de entidades beneficiarias de la tarjeta solidaria: **21**
- **Tarjeta solidaria: 77.395 € en donativos**

SOCIOS DE NEGOCIO

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

DESARROLLO SOSTENIBLE

[1] Seguidores y seguidoras de las redes sociales de MoraBanc
[2] Plantilla media de los ejercicios 2022 y 2021 del Grupo MoraBanc
[3] Inversión en tecnología en la banca digital y en la integración.
[4] Porcentaje de clientela digital de MoraBanc en Andorra.

[5] Operaciones realizadas por los canales digitales de MoraBanc
[6] Porcentaje de tarjetas solidarias de MoraBanc
[7] Antigüedad media de los trabajadores de MoraBanc en Andorra

Cómo gestionamos los riesgos y las oportunidades del mercado

En MoraBanc preparamos los planes estratégicos a medio plazo (3 años) que marcan los objetivos de crecimiento y de posición en el mercado, y que tienen en cuenta los retos y riesgos que debemos afrontar, pero también la identificación de oportunidades. En este sentido, la integración de BSA en MoraBanc reafirma nuestra posición de liderazgo con un crecimiento constante y sostenible del beneficio y de los recursos gestionados.

Un negocio competitivo y homologado

Seguir estrictamente los requerimientos reguladores y normativos a escala local e internacional es uno de los principios irrenunciables en la gobernanza de MoraBanc. Una forma de hacer en la que creemos y que actualmente es imprescindible para competir en los mercados financieros. Desde la firma del Acuerdo Monetario en 2012 hemos ido incorporando de forma ágil y rigurosa todas las regulaciones europeas y, actualmente, Andorra está en plena negociación con la UE para firmar un acuerdo de asociación que fortalecerá aún más nuestro compromiso con las reglas del juego compartidas por los países de nuestro entorno.

En MoraBanc hemos incorporado el cambio en nuestro ADN de forma que encaramos los procesos de transformación como elementos determinantes para mantener una ventaja competitiva de la entidad, buscando el mejor talento y formando nuestros equipos.

Posicionamiento digital para dar respuesta a las necesidades de la clientela

Hemos identificado cambios en las necesidades de los clientes y clientas, sobre todo una mayor demanda de digitalización que les facilite la relación con el banco. En este ámbito, la inversión sostenida y continua en el mundo de la banca digital nos ha permitido crecer en el número de personas usuarias y operaciones realizadas de forma digital.

En nuestro proceso de modernización e innovación, hemos creado un área de activos digitales que nos permite dar respuesta y anticiparnos a la demanda de profesionales y personas inversoras. Nos posicionamos como dinamizadores de proyectos relacionados con Digital Assets, alineados con la estrategia de hacer de Andorra un país referente en propuestas digitales y tecnología *blockchain*.

Para toda nuestra área digital, nos aliamos con empresas *fintech* para conseguir un cambio más rápido y eficaz, aprovechando su capacidad de respuesta. Con este posicionamiento, somos un banco más innovador, más moderno, adaptado y centrado en las nuevas necesidades de la clientela.

Capacidad de dar crédito gracias a nuestra solvencia y solidez financiera

MoraBanc es un banco fuerte y solvente, con una alta capacidad de dar crédito a familias, negocios, empresas y al sector público.

En 2022 la inversión crediticia se cerró con 1.538 millones de euros con una mejora en la ratio de morosidad, que descendió hasta el 2,6%.

Con la integración de BSA hemos ampliado nuestros recursos para continuar dando crédito y en 2023 se ha puesto en marcha una campaña de hipotecas con unas condiciones muy favorables para facilitar el acceso de las familias a la vivienda, en un momento especialmente difícil.

MoraBanc es un banco con una gestión económica prudente y conservadora que da confianza a sus audiencias.

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, reguladores 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.

Agente del cambio frente a la emergencia climática

Ante la problemática del calentamiento global, MoraBanc sigue las líneas marcadas por la legislación andorrana, con la aprobación en 2021 del plan de movilidad sostenible del personal y aplicando un estricto plan para el ahorro energético y la gestión sostenible y con sobriedad de la energía en los centros de trabajo de MoraBanc.

Entendemos que MoraBanc es un agente del cambio hacia la transición energética y, en este sentido, trabajamos para contribuir a la mitigación del cambio climático con el diseño de productos y servicios que ofrecemos. En el ámbito comercial, por ejemplo, la Super Hipoteca bonifica el tipo de interés si se cumplen criterios de eficiencia energética, y disponemos de un préstamo con condiciones preferentes para adquirir vehículos eléctricos.

Prioridades estratégicas del Grupo

MoraBanc ha cerrado el año 2022 con un resultado creciente respecto al 2021, con doble dígito. Hemos consolidado el crecimiento, tenemos un banco con un balance más fuerte y sólido, preparado para hacer frente a las demandas de los grupos de interés y a las adversidades.

Durante el 2022 hemos crecido en todas las líneas del negocio gracias a acciones muy concretas que buscan la diferenciación y rentabilidad del modelo de negocio.

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 cuatro elementos principales

1

Digitalización. MoraBanc tiene el objetivo de ser una organización *data-driven* donde todos los procesos y decisiones se basen en datos, análisis e información. Para conseguirlo, se trabaja "*above the glass*" con las áreas de Experiencia de Cliente, con un modelo comercial y CRM; "*below the glass*" con *Business Intelligence* y *Business Analytics*, y el *cloud*, con la digitalización de procesos y de los medios de pago.

2

El segundo pilar es el crecimiento del negocio. En Andorra, mercado en el que mantenemos nuestro compromiso y foco de actuación principal, el crecimiento ha sido posible porque hemos puesto todos los medios para dar respuesta a las demandas reales de la clientela.

Nuestras palancas de crecimiento son el crédito a particulares, negocios y empresas gracias a nuestra solvencia que nos da capacidad para prestar, y al crecimiento en recursos gestionados, gracias al producto diferencial con acuerdos como el que hemos establecido con Goldman Sachs Asset Management (GSAM). El acuerdo con GSAM permite acceder a un soporte profesional experto para la definición por parte de MoraBanc de las estrategias de diversificación y gestión dinámica de selección de activos para las carteras modelo de gestión discrecional y de asesoramiento en materia de inversión. Este año, a raíz de la integración de BSA, hemos ampliado nuestra oferta de productos de inversión que ponemos a disposición de la clientela y de cara a 2023, tenemos el compromiso de incluir criterios ESG en nuestras carteras de inversión priorizando las empresas con buenas prácticas ambientales, sociales y de gobernanza.

Por otro lado, nuestro acuerdo con Banco Santander para colaborar en el servicio de *confirming* internacional nos ha permitido dar valor añadido a las empresas andorranas para financiar y gestionar sus facturas con sus proveedores internacionales.

3

La tercera línea estratégica es el crecimiento internacional. Desde un punto de vista geográfico, MoraBanc está presente en Andorra, Suiza, Estados Unidos y España. En 2022 hemos seguido la línea ascendente de diversificación de recursos en banca privada, potenciando nuestras filiales para incrementar el número de recursos gestionados.

4

Cultura organizativa. En MoraBanc potenciamos los valores para ser una empresa más atractiva para las personas y para el talento. En este sentido, trabajamos en los valores sociales para alinear a la entidad con las inquietudes de la sociedad con proyectos como el plan de movilidad sostenible, los planes de igualdad y la inclusión de criterios ESG de forma transversal.

MoraBanc Digital: estés donde estés, siempre.

En MoraBanc hemos interiorizado la cultura digital en nuestros equipos, nuestras tecnologías evolucionan constantemente y trabajamos con socios innovadores para mantener el liderazgo digital en Andorra y ser un referente de banca innovadora para dar el mejor servicio posible en todas las situaciones de una forma más sencilla, intuitiva y segura.

El canal móvil es el elemento de competitividad en los mercados bancarios, y trabajamos constantemente en sus mejoras.

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; Web Financial Group es el motor del proyecto Broker Online e Inycom es nuestro principal *partner* tecnológico. Signaturit es un elemento de respuesta rápido, seguro y eficaz para gestionar las necesidades de la clientela a distancia, con diferentes circuitos de firma electrónica avanzada.

Este año 2022 se ha mantenido la tendencia al alza y nuestra banca a distancia ha continuado creciendo tanto con accesos como con operaciones. Durante el último ejercicio, el número de accesos y operaciones ha crecido un 24% y un 29% respectivamente respecto al año anterior.

Las mejoras en la usabilidad y en la operativa, también han sido un elemento de éxito de la plataforma *online* de la entidad, que ha visto cómo las operaciones de compraventa de valores han crecido un 3,9% en 2022.[1] El servicio de fraccionamiento o aplazamiento de compras realizadas con tarjeta de crédito es un servicio totalmente digital y permite a la clientela financiar sus compras desde la *app* o la banca a distancia de forma sencilla y rápida. Este servicio, iniciado en 2021, se mantiene al alza con un crecimiento del 16%. Las operaciones más habituales, como el envío de dinero (transferencias y traspasos) durante el 2022, ha aumentado un 33% si se compara con las mismas operaciones realizadas en 2021.

Las operaciones digitales específicas de banca de empresas han crecido un 4,3%.

Estos datos demuestran cómo la digitalización de la clientela es cada vez mayor, haciendo especial uso de la *app* (disponible para terminales Android y iPhone), canal que ya supone 2 de cada 3 accesos. Todas estas cifras demuestran que la banca digital es una herramienta útil y altamente valorada.

Destacamos que con la integración de BSA el pasado mes de noviembre, MoraBanc digital ha dado servicio a los nuevos clientes y clientas con la voluntad de que la transición a la nueva plataforma fuera amena y sencilla. Desde un primer momento se pusieron a disposición vídeos explicativos de las diferentes operativas que se pueden realizar en la plataforma, de modo que desde el primer día, pudieron consultar y realizar gestiones *online* con sus cuentas de forma fácil y rápida, suponiendo un crecimiento exponencial de las consultas y operaciones de nuestra plataforma a distancia.

[1] El crecimiento ha tenido en cuenta la integración de BSA.

Las operaciones crecen

La banca digital de MoraBanc mantiene una línea ascendente desde su puesta en marcha. Las operaciones totales registran una subida del 29%, lo que evidencia la tendencia creciente en el uso de la banca *online*, y trabajamos para mejorar el número de servicios disponibles así como su usabilidad.

El canal móvil es el elemento de competitividad en los mercados bancarios, y trabajamos constantemente en sus mejoras.

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 fundamentos sólidos que dan resiliencia ante las adversidades, una forma de hacer banca y una forma de ser.

1

Tenemos unos fundamentos sólidos gracias a una gestión prudente y conservadora que han dado resiliencia a la entidad y al negocio:

- La solvencia es un rasgo identificativo de MoraBanc. Mantenemos unas ratios de solvencia elevadas gracias a una gestión prudente, previsora y alineada con las mejores prácticas. La solvencia nos permite generar confianza en la clientela 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 rigurosa de los costes nos ha permitido transformarnos ante los nuevos retos, liderar el cambio y mantener el crecimiento ante las adversidades.

2

Tenemos una forma de hacer banca centrada en la clientela:

- De acuerdo con nuestros principios, buscamos la excelencia en todo lo que hacemos.
- Innovamos el servicio a la clientela, para facilitarle su relación con el banco, y desde todos los canales para estar más cerca.
- Somos transparentes en relación con nuestra clientela y el resto de nuestras audiencias. Para nosotros, la transparencia es uno de los aspectos clave del cambio y la transformación de MoraBanc.

Buscamos acuerdos con los mejores prestadores de servicios para dar valor a nuestros clientes y clientas, como el que hemos suscrito con Goldman Sachs Asset Management para el asesoramiento a MoraBanc para la definición de las carteras de gestión y asesoramiento, y con Banco Santander para el servicio de *confirming* internacional.

3

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

- Somos un banco que busca la creación de valor a largo plazo y siempre en beneficio de la seguridad de la clientela 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, nuestras conductas se enmarcan en este compromiso.

PRINCIPIOS

LA CLIENTELA COMO EJE PRINCIPAL DE ACTUACIÓN

EL RESPETO POR LAS PERSONAS

TODAS NUESTRAS ACCIONES DEBEN BASARSE EN LA PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, VERIFICACIÓN Y OPTIMIZACIÓN

LA IMPLICACIÓN SOCIAL

EXCELENCIA

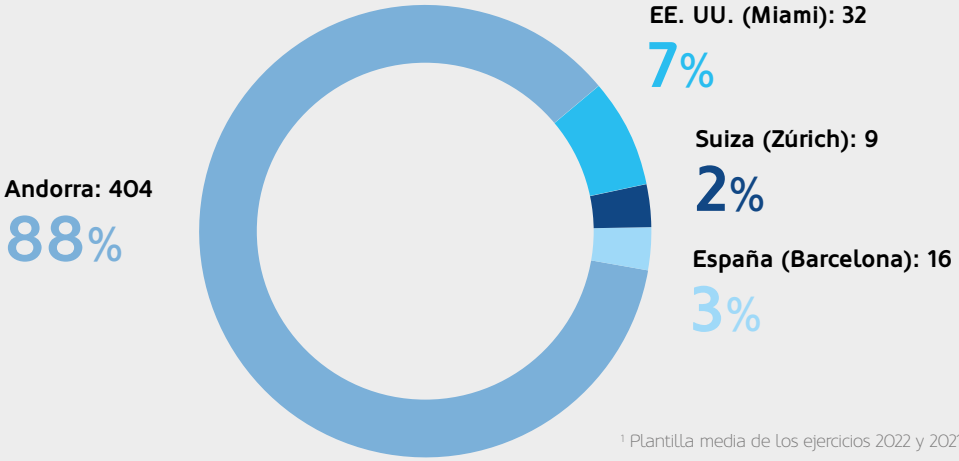
LAS PERSONAS EN MORABANC

Las personas que trabajan en MoraBanc son el factor clave de la entidad y del éxito de nuestra actividad y para MoraBanc es importante que el equipo se sienta comprometido con la misión, la cultura y la estrategia de la empresa, que considera el desarrollo y la atracción del talento como pilares fundamentales. Para ello, desde el Departamento de Gestión de Personas se tienen en cuenta diferentes elementos de cohesión, motivación, crecimiento y satisfacción profesionales, como el hecho de velar por la diversidad y la igualdad de oportunidades, y también el hecho de preparar planes de formación y crecimiento personal y profesional adecuados a cada perfil.

Disponemos de un servicio de *coaching* profesional al que pueden acceder todas las personas de MoraBanc que deseen recibir una atención personalizada. El objetivo del servicio es ofrecer un apoyo emocional que permita a las personas definir sus aspiraciones y expectativas y avanzar en su carrera profesional de la forma más plena posible. Este programa de *coaching* y de apoyo emocional deriva del hecho que MoraBanc cree firmemente que, apoyando a los equipos en este ámbito, se contribuye a maximizar la realización de las personas y la identificación con la empresa y sus retos de futuro.

El espíritu del departamento es el de ser cercano a toda la plantilla y también el de ser accesible para asegurar el desarrollo profesional y reconocer su contribución a la entidad. El número de personas trabajadoras del Grupo MoraBanc en 2022 era de 461 personas,[1] distribuidas en las cuatro localizaciones en las que operamos: Andorra, Barcelona, Zúrich y Miami.

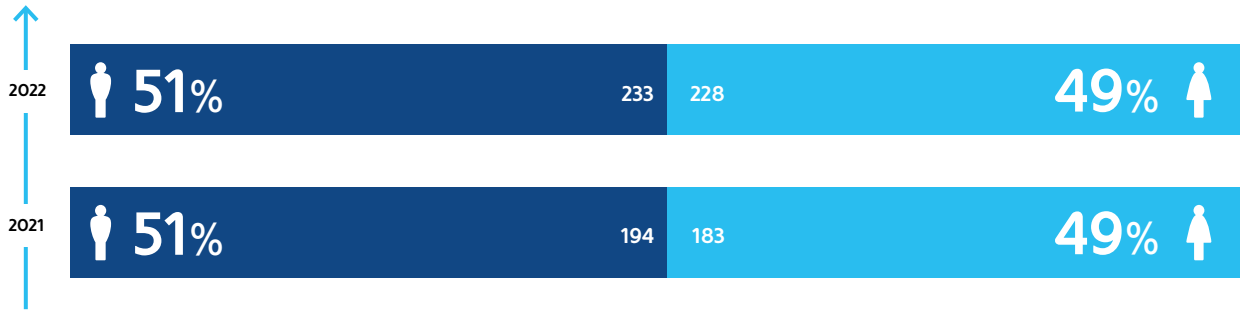
PLANTILLA MEDIA DEL GRUPO MORABANC POR LOCALIZACIÓN



[1] Plantilla media de los ejercicios 2022 y 2021 del Grupo MoraBanc.

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 candidatura para incorporar a la persona más apropiada a cada puesto de trabajo.

DISTRIBUCIÓN DE LA MEDIA DE HOMBRES Y MUJERES EN EL GRUPO MORABANC EN 2022 Y 2021[1]



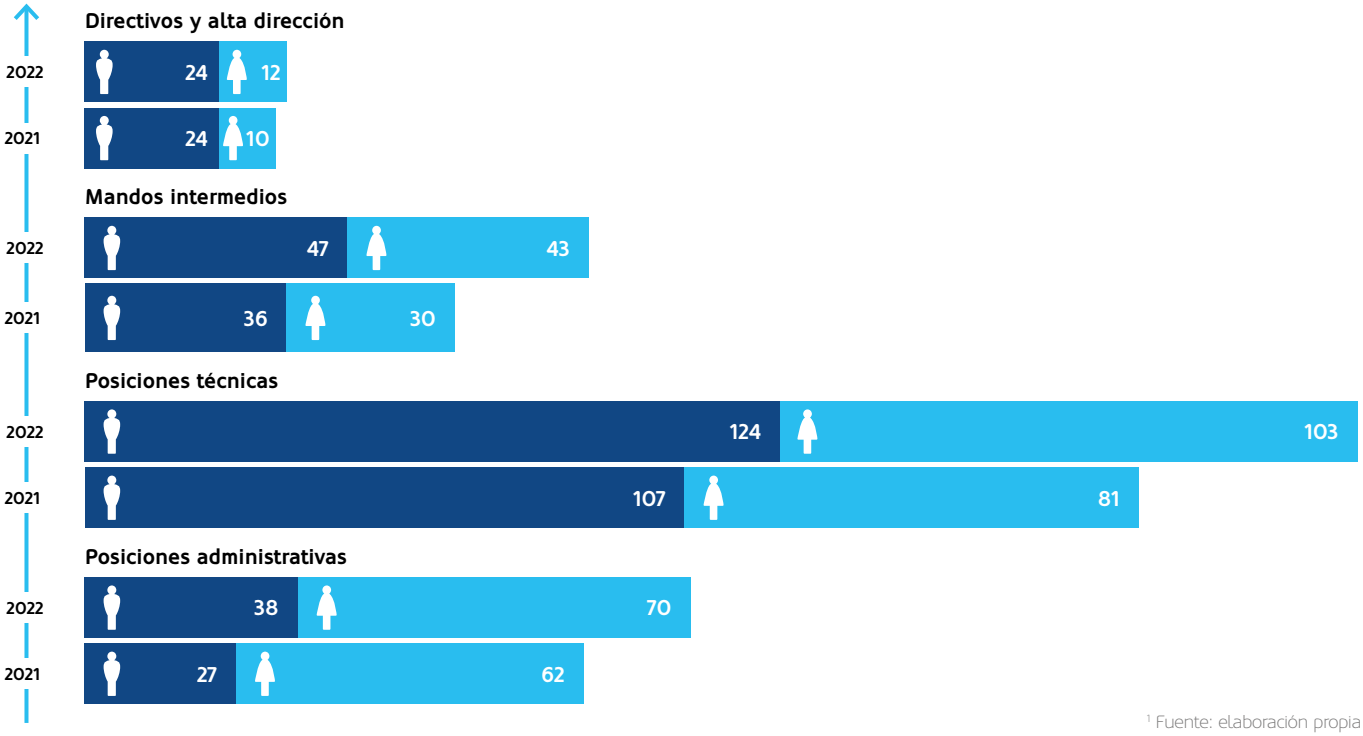
El plan estratégico garantiza la igualdad de oportunidades y la equidad retributiva, entre otros aspectos laborales, y el Departamento de Gestión de Personas trabaja para aplicar medidas que aseguren la diversidad y la igualdad de oportunidades entre las personas de la entidad.

En marzo del año 2022 se aprobó en Andorra la Ley 6/2022, de 31 de marzo, para la aplicación del derecho a la igualdad de trato y de oportunidades y a la no discriminación entre mujeres y hombres, que establece el marco normativo sobre el que podemos estructurar las políticas y acciones organizativas para garantizar la igualdad y la no discriminación entre mujeres y hombres.

En el año 2022 desarrollamos acciones encaminadas a cumplir los objetivos de igualdad marcados por la Ley, tales como la creación, publicación y difusión de un manual de comunicación igualitaria, que marca las directrices para que toda la comunicación que generamos, tanto interna como externamente, fomente la igualdad entre personas, así como la adaptación de nuestro código ético y de conducta.

También en esta línea de trabajo hemos iniciado el desarrollo del plan de igualdad del Grupo, que debe articular las medidas adoptadas por la entidad para garantizar la igualdad de trato y de oportunidades, que se publicará este 2023 y tendrá una vigencia de cuatro años.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA MEDIA DEL GRUPO MORABANC POR CARGO Y GÉNERO EN 2022 Y 2021[1]



[1] Fuente: elaboración propia

El fomento del conocimiento y el desarrollo profesional de las personas que trabajan en MoraBanc se estructura gracias al proyecto MoraBanc Academy, que incorpora diferentes planes de acción:

Plan de Gestión del Conocimiento para armonizar el talento del equipo de personas trabajadoras con objetivos establecidos por el banco.

Plan de Aprendizaje Continuo basado en formaciones complementarias, como diferentes cursos adecuados a cada puesto de trabajo, cursos de idiomas, cursos de eficiencia, etc.

Plan de Formación de MoraBanc, en el que se ofrecen becas para cursar diferentes estudios universitarios referentes para la actividad laboral que desarrollan y para obtener certificaciones financieras.

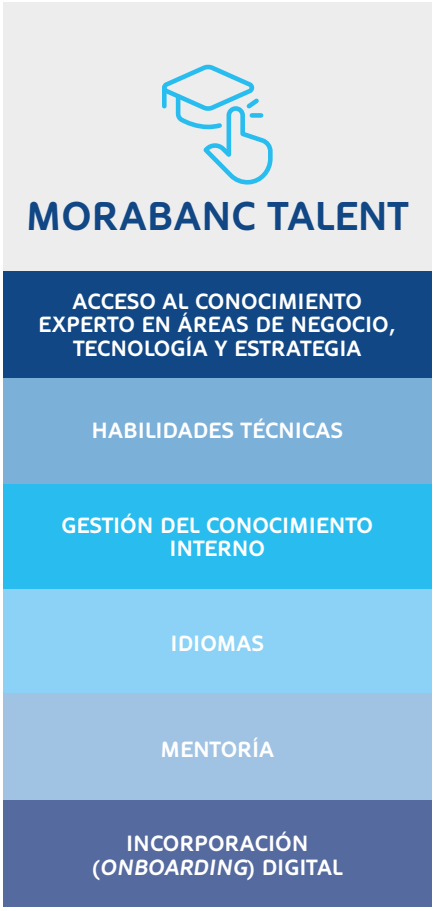
Las personas trabajadoras de MoraBanc tienen a su disposición la plataforma de aprendizaje de la red social orientada a profesionales, LinkedIn, que les ofrece más de catorce mil cursos. Esta iniciativa, pionera en Andorra, les da acceso a conocimientos especializados en materia de innovación, tecnología, negocios y estrategia gracias a diferentes cursos impartidos por personas expertas del sector. Se han creado alrededor de ochenta itinerarios de aprendizaje, de forma que todo el personal dispone de un itinerario formativo adecuado a sus competencias y a su perfil profesional, que combinan tres elementos centrales:

- Contenido diversificado y de alta calidad.
- Personalización.
- Adaptabilidad.

Este proyecto se añade a la red digital de aprendizaje MoraBanc Talent que promueve el conocimiento interno con cursos impartidos por los propios empleados y empleadas del banco que tienen una gran experiencia en diferentes áreas. Actualmente, se han puesto a disposición de los trabajadores más de ochenta cursos.

Con un formato similar al de MoraBanc Talent, el Plan de Formación Inducción se enfoca especialmente a las personas que forman parte del Área de Negocio, ya que les permite mejorar los conocimientos y las aptitudes con un programa de aprendizaje de sesenta horas. El Departamento de Gestión de Personas trabaja transversalmente con los departamentos internos del banco, para gestionar el conocimiento y poner a disposición de cada persona herramientas de aprendizaje progresivo y continuo adaptadas a cada perfil profesional.

El objetivo de esta plataforma es proporcionar formaciones organizadas en píldoras formativas de diversos ámbitos:



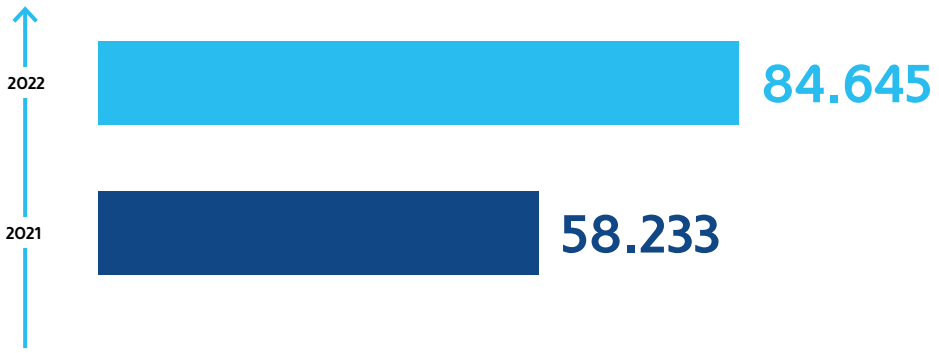
En 2022, a las plataformas de aprendizaje se añadieron jornadas de formación presencial dirigidas, sobre todo, al equipo de personas proveniente de BSA, para dar a conocer el funcionamiento de las aplicaciones internas y los procedimientos y las normativas de MoraBanc.

Gracias a estas plataformas y a las formaciones presenciales, el número total de horas de formación en 2022 se incrementó considerablemente en relación con el 2021, y cada persona hizo una media de 183 horas de formación.

A lo largo del año 2022 se estuvo trabajando en el desarrollo de otra plataforma formativa de última generación, llamada metaverso, en la que las personas del equipo podrán encontrar información relevante relacionada con la entidad y los distintos departamentos que forman parte, de una forma intuitiva y agradable. Esta plataforma se pondrá a disposición de toda la plantilla en 2023.

Desde 1998, MoraBanc desarrolla un programa de estancias profesionales durante los meses de verano para los estudiantes de Andorra y, actualmente, estas estancias son una buena oportunidad para que la juventud conozca cómo funciona el mundo profesional y, al mismo tiempo, realice tareas relacionadas con sus estudios. Se les ofrece una oportunidad profesional, y al mismo tiempo formativa, que puede concluir con la incorporación en MoraBanc al terminar los estudios. Todas las personas seleccionadas tienen más de dieciocho años y son estudiantes universitarios o de formación profesional.

HORAS TOTALES DE FORMACIÓN DE LAS PERSONAS DEL GRUPO MORABANC EN 2022 Y 2021



Fuente: elaboración propia

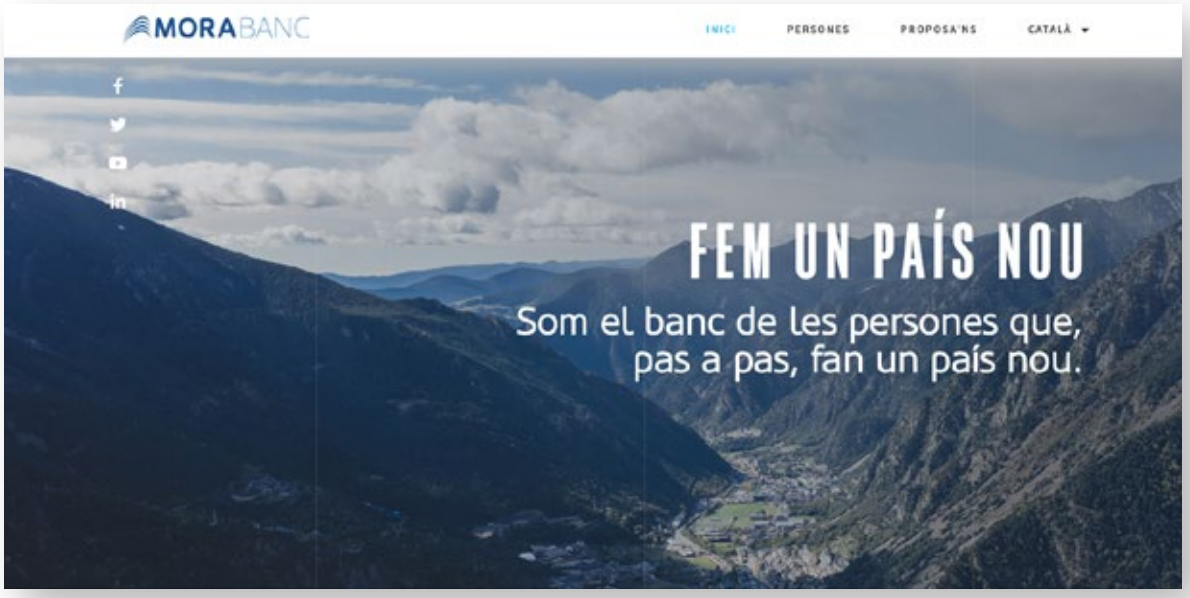
MORABANC, UNA MARCA DE REFERENCIA CON UN POSICIONAMIENTO DIFERENCIADO

MoraBanc se ha convertido en una marca de referencia dentro del sector bancario andorrano. Nuestra fortaleza como entidad y nuestra capacidad de adaptación para dar siempre la mejor respuesta a nuestra clientela, nos ha permitido consolidar este posicionamiento diferencial.

Con la integración de BSA, hemos incorporado la forma de hacer de todo el equipo de personas que formaba la entidad y con quien compartíamos valores de marca, lo que nos ha permitido conseguir una mayor conexión con el público externo.

La generación de valor es nuestro objetivo principal, y con la campaña femunpaisnou.ad, iniciada hace un par de años, vinculamos los valores personales de las personas protagonistas de las cápsulas a los de MoraBanc. Desde una vertiente emocional, se comparten formas de pensar y de hacer las cosas que encaminan Andorra hacia un país nuevo, moderno y abierto al mundo.

MoraBanc se posiciona como el banco de referencia para todos aquellos ciudadanos y ciudadanas que, con su saber hacer, impulsan la nueva Andorra.



Las cosas que realmente son importantes para MoraBanc y para nuestras audiencias

Nuestro enfoque estratégico y de sostenibilidad se basa en aquellas materias que son relevantes e importantes para MoraBanc y para nuestras audiencias. En la tabla siguiente se identifican los temas materiales que son relevantes para la entidad y nos sirven para determinar nuestra estrategia de sostenibilidad a largo plazo.

¿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 la clientela y de las otras audiencias.	Trabajamos para aplicar las mejores prácticas en todo momento, con 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		
Trabajamos para garantizar la igualdad de oportunidades y de retribución entre hombres y mujeres por el mismo trabajo.	Las personas trabajadoras de MoraBanc 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 las personas trabajadoras fidelizadas es un elemento de competitividad para MoraBanc.	Fijamos cuatro objetivos en la gestión de las personas: • experiencias de las personas trabajadoras, • compensación y equilibrio, • conocimiento y desarrollo, y • gestión del talento. La Ley para la igualdad de trato y la no discriminación aprobada en marzo de 2022 contempla medidas de prevención, educación y eliminación de todas las formas de discriminación. Con el fin de garantizar la igualdad de trato y la no discriminación entre mujeres y hombres, así como favorecer la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres, MoraBanc trabaja en la elaboración de un plan de igualdad que estará vigente a partir de 2023. Garantizamos una formación de calidad a nuestras personas trabajadoras y ofrecemos un entorno de trabajo saludable y seguro.

¿De qué se trata?	¿Cuáles son los riesgos y las oportunidades?	¿Qué hacemos en MoraBanc?

CONDUCTA ÉTICA Y RESPONSABLE

Garantizamos conductas éticas y responsables en todos los ámbitos de la organización para transmitir la mayor confianza a nuestra clientela.

Una cultura corporativa fuerte es una ventaja competitiva en el mercado y las carencias en aspectos de ética y responsabilidad podrían conducir a riesgos reputacionales graves.

Disponemos del Código de Ética y Conducta del Grupo MoraBanc y del Código de Conducta del Mercado de Valores del Grupo MoraBanc, ambos de obligado cumplimiento para todas las personas que trabajan en MoraBanc.

- Tenemos unas estructuras de control para velar por una 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 dinero 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 para el mejor interés de la clientela, para ofrecer el producto que mejor se adapte a sus necesidades y a su perfil inversor, teniendo un enfoque total en el cliente y/o clienta.

La clientela es cada vez más exigente y la competencia bancaria o de servicios equivalentes es grande, pero entre nuestros activos se encuentran el conocimiento de nuestros clientes y clientas, así como una manera de hacer banca reconocida.

Tenemos procedimientos y normas de conducta para orientar que actuamos en todo momento con imparcialidad, profesionalidad y teniendo en cuenta el interés de la clientela. Disponemos de normas y procedimientos como la Política de Protección de Activos, la Política de Gestión de Conflictos de Interés y la Política de Gestión y Ejecución de Órdenes.

Protección de la clientela

De conformidad con la normativa aplicable y, en particular, en relación con las disposiciones relativas a la protección de las personas inversoras, MoraBanc tiene establecidos procedimientos y normas de conducta para garantizar que en todo momento se actúe con imparcialidad, profesionalidad y teniendo en cuenta el interés de los clientes y clientas.

MoraBanc clasifica la clientela en las tres categorías establecidas en la Directiva MiFID: contrapartes elegibles, clientela profesional y clientela minorista. Esta clasificación determina el nivel de protección del que gozan, y son los clientes y clientas minoristas los que gozan de la máxima protección.

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 persona. Para asegurar la adecuación o la idoneidad de los productos y servicios financieros para el cliente o clienta, MoraBanc ha clasificado todos los productos MiFID según el nivel de complejidad, liquidez y riesgo.

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

Para asegurar la adecuación o la idoneidad de los productos y servicios financieros para la clientela, MoraBanc ha clasificado todos los productos MiFID según el nivel de complejidad, liquidez y riesgo.

Las necesidades y expectativas de nuestras audiencias

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 nuestras audiencias y para MoraBanc dando respuesta a sus necesidades y expectativas.

	Necesidades y expectativas	¿Cómo creamos valor?
CLIENTELA		
Los clientes y las clientas son nuestra razón de ser, los que nos dan 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 productos y servicios que aportan valor y damos crédito e invertimos en herramientas digitales para facilitar el trabajo con MoraBanc. Proporcionamos información actualizada y adecuada para la toma de decisiones, protegemos sus intereses y estamos cerca de ellos en sus proyectos.
PERSONAS TRABAJADORAS		
Son el elemento esencial de nuestro éxito, gracias a su compromiso y dedicación. Trabajamos para ofrecerles un puesto de trabajo 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 que todas las personas trabajadoras estén alineadas con la consecución de los objetivos del Grupo.
EMPRESAS PROVEEDORAS		
Nos proporcionan productos o servicios para el desarrollo de la actividad. Con ellos establecemos relaciones basadas en la transparencia y el respeto mutuo con el fin de garantizar la calidad y la 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 empresas proveedoras.
ENTIDADES CULTURALES, EDUCATIVAS, 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 programa más amplio de ayudas a las entidades con la tarjeta solidaria, apostamos por el deporte, la cultura, la educación y estamos comprometidos con el medio ambiente, las generaciones futuras y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS).

	Necesidades y expectativas	¿Cómo creamos valor?
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 ORGANISMOS 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 y UIFAND en Andorra, FINRA, SEC y FINCEN en Estados Unidos, FINMA y MROS en Suiza y CMNV y SEPBLAC en España.	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 participación en el capital social de la empresa que toman decisiones sobre la empresa y reciben dividendos. Con el proceso de fusión de MoraBanc con BSABanc, se han integrado 339 nuevos accionistas minoritarios en la estructura de capital.	Permanencia a largo plazo, distribución de los resultados, la mejor gestión posible de la entidad con ética y compromiso.	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 nuestras empresas proveedoras de servicios financieros clave para la consecución de nuestra actividad.	Confianza de 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.

Creamos valor para nuestras audiencias y para MoraBanc dando respuesta a sus necesidades y expectativas.

La experiencia de la clientela en MoraBanc, la brújula para la innovación

Creemos firmemente que la innovación solo es posible con la participación de nuestra clientela, y que las empresas que trabajan poniendo a los clientes y clientas en el centro de su estrategia pueden ofrecer experiencias, productos y servicios que se ajusten mejor a sus expectativas y necesidades reales, ofreciéndoles valor.

Como parte de nuestra misión permanente de trabajar para mejorar la satisfacción de nuestra clientela, durante el 2022, se han creado grupos de trabajo multidisciplinares con los que se están priorizando iniciativas orientadas a repensar procesos internos y externos para ser más ágiles y eficientes, y en consecuencia este hecho impactará directamente en la percepción de nuestra clientela sobre los servicios que le ofrecemos.

Programa Voz del Cliente

Continuamos en marcha con el programa Voz del Cliente, iniciado a mediados del año 2021, que nos permite conocer sus necesidades y expectativas para alinearlas con las iniciativas internas, priorizando su satisfacción y la creación de valor a partir de una comunicación bidireccional.

Esta metodología, que se basa en la escucha activa, continuada, sistemática y estratégica de lo que dicen nuestros clientes y clientas a través de diferentes vías, permite saber cuál es su percepción sobre las experiencias que les ofrecemos en cada una de sus interacciones con MoraBanc.

A través del análisis de la información recibida a través de encuestas de satisfacción y otros canales habilitados para recoger sus opiniones, el programa Voz del Cliente tiene como principal objetivo aportar valor, tanto de forma interna en los procesos del banco, como de forma externa en aquellos que impacten directamente en los usuarios y usuarias de los servicios.

Medir de forma regular y sistemática los principales indicadores de la experiencia, como el NPS (Net Promoter Score) y el CSAT (índice de satisfacción), las palancas de recomendación y satisfacción y los principales puntos de mejora, permite tener datos de referencia y poder compararnos con otras entidades financieras. Adicionalmente, con la información de valor recogida buscamos soluciones para las inquietudes de la clientela, al tiempo que buscamos maximizar la eficiencia interna a través de la priorización de iniciativas. Se trata de un proceso de mejora continua que permite avanzar en todas las áreas en beneficio de la excelencia en el servicio.

Afiliación a la DEC

La adhesión a la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia del Cliente (DEC) en noviembre de 2021 nos convierte en la primera empresa de Andorra en incorporarse a la principal comunidad hispana, independiente y sin ánimo de lucro, formada por grandes empresas y profesionales que persiguen la excelencia en la experiencia de los clientes y clientas. Dicho esto, para nosotros, es mucho más que innovación: es una responsabilidad para con nuestra clientela.

El objetivo principal de la DEC es que las empresas tengan un espacio para compartir conocimientos y buenas prácticas y que se unan para el desarrollo de la experiencia de cliente como disciplina estratégica en el crecimiento de las organizaciones.

Las más de 1.700 empresas que forman parte de la DEC son reconocidas por entregar experiencias únicas y diferenciales que generan vínculos importantes con los clientes y clientas.

Otro ejemplo de nuestro compromiso con la experiencia de los clientes y clientas es la certificación de nuestro equipo de experiencia de cliente por parte de la DEC, gracias a la cual acreditan sus conocimientos y experiencia dentro de los estándares de la Asociación, asegurando así las mejores prácticas en ese ámbito.

Para nosotros, ser miembros de la DEC significa mucho más que un recordatorio de lo que nos mueve, es una declaración de principios sobre nuestro mayor compromiso: continuar trabajando cada día para ofrecer a nuestra clientela la mejor experiencia, la experiencia MoraBanc.

Atención y contacto permanente con nuestras audiencias

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

- 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 mucha información sobre los productos y servicios del Grupo.
- Newsletter al correo electrónico de los clientes y clientas para informarles de las novedades del blog, los productos nuevos, las actividades que organizamos, la información de interés, etc.
- MoraBanc Online y aplicación para los dispositivos móviles.
- Redes sociales: ponemos el foco en las redes sociales como punto de enlace con los clientes y clientas, en un mundo que está cada vez más conectado. Mediante la presencia en las redes establecemos una relación más continua, ya que 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 nuestras audiencias, 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.

03

RESULTADOS

Resultados crecientes con un balance fuerte

Principales datos financieros

BALANCE DE SITUACIÓN Y PATRIMONIO NETO CONSOLIDADOS

En miles de euros	31/12/2022	31/12/2021
ACTIVO		
Efectivo, saldos en efectivo en bancos centrales y otros depósitos a la vista:	252.332	346.674
Activos financieros mantenidos para negociar	87.914	89.100
Activos financieros no destinados a negociación valorados obligatoriamente a valor razonable con cambios en resultados	257.895	394.068
Activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado global	736.108	1.052.545
Activos financieros al coste amortizado	2.886.548	2.489.978
Derivados - contabilidad de coberturas	28.442	2.706
Cambios del valor razonable de los elementos cubiertos de una cartera con una cobertura de riesgo de tipo de interés	-	2.076
Inversiones en dependientes, negocios conjuntos y asociadas	5.224	5.205
Activos amparados por contratos de seguro o reaseguro	27.787	33.296
Activos tangibles	102.360	102.630
Activos intangibles	28.843	25.467
Activos por impuestos	9.255	7.342
Otros activos	2.702	3.634
Activos no corrientes y grupos alienables de elementos que se han clasificado como mantenidos para la venta	3.185	3.288
TOTAL ACTIVO	**4.428.595**	**4.558.009**

En miles de euros	31/12/2022	31/12/2021
PASIVO		
Pasivos financieros mantenidos para negociar	34.003	42.241
Pasivos financieros designados a valor razonable con cambios en resultados	246.854	364.696
Pasivos financieros al coste amortizado	3.642.297	3.606.290
Derivados - contabilidad de coberturas	346	6.179
Cambios del valor razonable de los elementos cubiertos de una cartera con una cobertura de riesgo de tipo de interés	3.629	-
Provisiones	19.910	23.123
Pasivos por impuestos	7.224	7.677
Pasivos amparados por contratos de seguro y reaseguro	81.843	75.430
Otros pasivos	25.184	27.626
TOTAL PASIVO	**4.061.290**	**4.153.262**

En miles de euros	31/12/2022	31/12/2021
PATRIMONIO NETO		
Capital	44.022	42.407
Prima de emisión	18.462	-
Ganancias acumuladas	323.352	311.681
Reservas de revalorización	-	-
Otras reservas	-31.252	-24.515
Resultado atribuible a los propietarios de la dominante	40.118	34.046
Otro resultado global acumulado	-27.393	-11.444
Intereses minoritarios [participaciones no dominantes]	-4	52.572
TOTAL PATRIMONIO NETO	**367.305**	**404.747**
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	**4.428.595**	**4.558.009**

ESTADOS DE RESULTADOS CONSOLIDADOS

En miles de euros	31/12/2022	31/12/2021
PÉRDIDAS Y GANANCIAS		
Margen financiero	45.770	30.538
Resultado por comisiones	70.881	67.194
Resultados de entidades valoradas por el método de participación	575	596
Resultados de operaciones financieras	7.910	21.984
Ingresos de explotación netos	6.015	5.745
Resultado de explotación neto	**131.151**	**126.057**
Gastos de administración	-82.056	-64.628
Amortización	-7.435	-7.318
Dotación a provisiones, deterioro neto, de activos no financieros y otras ganancias por activos no financieros y activos no corrientes	1.902	-15.826
Resultado antes de impuestos	**43.562**	**38.285**
Impuesto sobre beneficios	-3.444	-3.747
RESULTADO DEL EJERCICIO	**40.118**	**34.538**
Del cual atribuible a los propietarios de la dominante	40.118	34.046
Del cual atribuible a los intereses minoritarios	-	492

ESTADO DEL VALOR AÑADIDO

En miles de euros	31/12/2022	31/12/2021
Valor económico creado	**131.151**	**126.057**
Margen financiero	45.770	30.538
Comisiones por servicios netos	70.881	67.194
Resultado de operaciones financieras	7.910	21.984
Otros ingresos	6.590	6.341
Valor económico distribuido	**85.500**	**68.375**
Valor económico retenido	**45.651**	**57.682**
Valor económico distribuido y retenido	**131.151**	**126.057**

Aportamos valor a los grupos de interés y a la sociedad

CLIENTELA

Seguimiento e interacción en nuestras redes sociales: 18.148 seguidores, en total, entre las 5 redes sociales en las que estamos presentes (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter e Instagram).

EMPRESAS PROVEEDORAS

- Trabajamos con nuestras empresas proveedoras con relaciones a largo plazo que aporten valor.
- En la medida de lo posible, extendemos los principios del banco en términos de sostenibilidad a las empresas con las que trabajamos.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Impacto en medios de comunicación:

- 95% de noticias positivas.
- Lideramos la presencia en prensa con una cuota de mercado del 70%.
- El 90% de las noticias de MoraBanc las generamos nosotros mismos.

CONTRAPARTES, CUSTODIOS, CORRESPONSALES, ETC.

- Calificación BBB-F3 a corto plazo por Fitch Ratings.
- Alta solvencia CET1 *fully-loaded* del 18,06%, superior a la media europea[1] del 15,27% *phase-in*.
- Fuerte posición de liquidez: 294,14% superior a la media europea[1] del 161,46%.

PERSONAS TRABAJADORAS

- 84.645 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.

ENTIDADES CULTURALES, DEPORTIVAS Y SOCIALES

- Inversión en obra social: 3,7% del beneficio.
- Reparto de la tarjeta solidaria: 77.395 € y ya se ha repartido más de un millón trescientos mil euros entre las 21 entidades afiliadas al proyecto.
- Número de entidades beneficiarias de la política social del banco: 73.
- Número de personas beneficiadas: 885.219.

ACCIONISTAS

- 339 accionistas.
- Rentabilidad (ROE) del 10,90% superior a la media europea[1] del 7,68%.
- Banco sólido, solvente y comprometido con la economía andorrana y la sociedad.

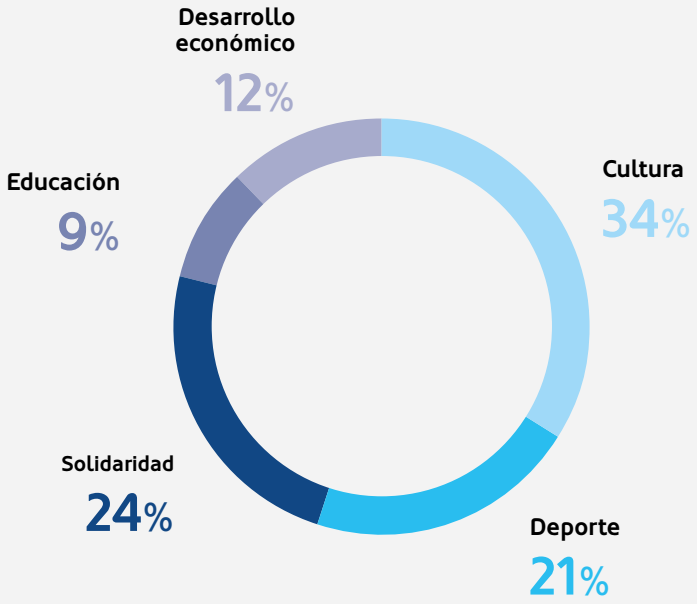
INSTITUCIONES Y ORGANISMOS REGULADORES

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

[1] Datos: https://www.bankingsupervision.europa.eu a 31/12/2022

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 PROYECTOS Y PROGRAMAS SOCIALES EN 2022



Fuente: elaboración propia

Desarrollo económico y social

MoraBanc tiene un decidido compromiso con Andorra y con la sociedad, y la voluntad de devolver parte del valor que genera con su política de responsabilidad social empresarial. Los principales proyectos que se han podido desarrollar en 2022 con el apoyo de MoraBanc han sido los siguientes:

- MoraBanc es miembro de Empresa Familiar Andorrana (EFA), un organismo que vela por la cultura empresarial y por 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. En la jornada del foro bajo el título "2022: retos y tendencias para el Principado de Andorra", celebrada en junio, se han tratado las perspectivas del acuerdo con la Unión Europea. Además, MoraBanc hace posible la participación de la EFA en el European Family Business desde el 2016.
- Colaboramos con la Cámara de Comercio e Industria para facilitar la formación continuada a las empresas y profesionales del Principado y contribuir de esta forma a la competitividad empresarial del país.
- 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, asociaciones, centros formativos, etc.

Las acciones para la sociedad a la 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 Andorra la Vella sigue siendo nuestra aportación más destacada en el ámbito cultural. La 27.ª edición estuvo a caballo del año 2021 y 2022, formada por tres espectáculos de primer nivel mundial y tres géneros, la canción de autor de José Luis Perales, la lírica del tenor maltés Joseph Calleja y la danza del Béjart Ballet Lausanne, celebrada en junio de 2022. En otoño, celebramos otro ciclo de la Temporada con dos espectáculos de alto nivel que llenaron el centro de congresos: el pianista Lang Lang en noviembre y Joan Manuel Serrat con su gira de despedida.

  Abrir la cultura y acercarla al público con espectáculos de primer nivel en Andorra con precios asequibles es lo que da sentido a este ciclo. El festival Temporada genera una actividad económica indirecta relacionada con las contrataciones de bienes y servicios, así como en 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.
- Este año hemos colaborado con el Ciclo de Cámara Románica de Andorra.

Deportes

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

- MoraBanc es la principal empresa patrocinadora 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.
- MoraBanc también es la principal empresa patrocinadora del FC Andorra con la voluntad de crear un proyecto que ilusione al país y que contribuya a generar oportunidades para Andorra.
- Mantenemos el compromiso con la nieve. MoraBanc apoya a 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, a 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 de la MoraBanc Copa de Andorra de Esquí de Montaña, y a Grandvalira, este año también en el sector de Ordino Arcalís.

Solidaridad

La tarjeta solidaria MoraBanc es una iniciativa dirigida a contribuir a la justicia social y fomentar la solidaridad entre la clientela. Las donaciones se destinan a 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 y actualmente la cifra es de 21 entidades. Hemos repartido 77.395 €, y desde su introducción, ya hemos repartido a la sociedad más de un millón trescientos mil euros. Las aportaciones de la tarjeta solidaria repercuten a nivel local, ya que generan actividad económica con la contratación de personas, de productos y servicios para alcanzar los objetivos de los programas de las entidades. Un año más hemos estado junto a Cáritas con la campaña de recogida de juguetes, en la que ha participado tanto nuestra clientela como las personas que trabajan en MoraBanc.

Además, en MoraBanc fomentamos la solidaridad entre nuestra gente y contamos con el equipo de Voluntarios MoraBanc, en el que las personas que forman parte de la entidad participan en actividades solidarias organizadas por las organizaciones del país.

Medio ambiente

El papel de las entidades financieras frente a la emergencia climática es muy relevante, ya que, por un lado, son las facilitadoras de la actividad económica y doméstica mediante la concesión de las líneas de crédito y préstamos, así como los agentes de cambio para redirigir la financiación hacia actividades que promuevan una economía baja en carbono, hecho primordial para limitar el calentamiento global.

En MoraBanc, tenemos un compromiso con la sostenibilidad, con la preservación del medio ambiente y del entorno natural y con la lucha contra el cambio climático.

Nuestros compromisos se reflejan en la política ambiental:

- 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 comunicarla tanto interna como externamente.

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

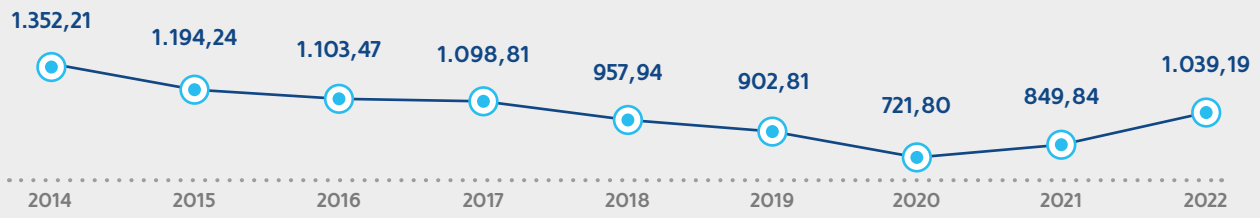
Ante la problemática del calentamiento global, en MoraBanc seguimos las líneas marcadas por la legislación andorrana, con la aprobación en 2022 del plan de movilidad sostenible del personal y la aplicación de un estricto plan para el ahorro energético y la gestión sostenible y con sobriedad de la energía en los centros de trabajo de MoraBanc.

En este sentido, además de añadirnos de forma voluntaria y proactiva al Pacto para el Ahorro Energético del Gobierno de Andorra en octubre, hemos llevado a cabo una importante campaña de sensibilización interna y externa para promover la concienciación sobre la emergencia climática y la necesidad de utilizar la energía de una forma cuidadosa y rigurosa. Las acciones priorizaban la comunicación desde una perspectiva empática y emocional, como la difusión de mensajes que ayuden a comprender de forma práctica las causas de las medidas de ahorro, o la distribución de mantas entre las personas de la plantilla dada la reducción de la temperatura ambiental.

Este año 2022 hemos puesto las bases para que, de cara al próximo año, podamos hacer un análisis completo de la emisión de gases de efecto invernadero de nuestro Grupo, sea por nuestra actividad, analizando los productos y servicios que ofrecemos, como también por la que generamos con nuestras instalaciones y desplazamientos de las personas de nuestro equipo de trabajo.

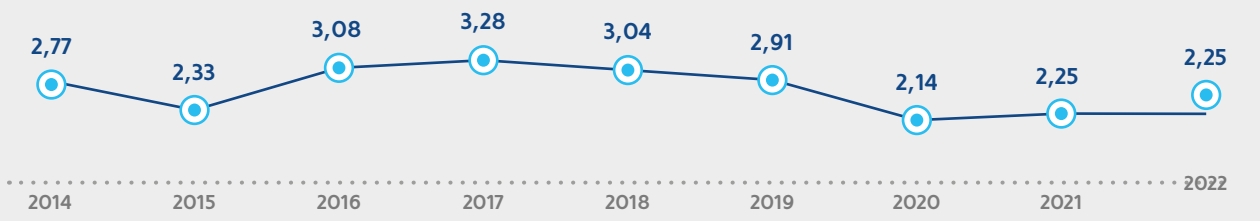
Sin embargo, hemos querido hacer una estimación de nuestra huella, ya que este año, con motivo de la integración con BSA, hemos crecido tanto en número de personas como en centros de trabajo, lo que inevitablemente se ha reflejado en un aumento del 22% de nuestras emisiones.

EVOLUCIÓN DE LAS EMISIONES TOTALES DEL GRUPO MORABANC EN TCO_2 EQ ENTRE EL 2014 Y EL 2022



Fuente: elaboración propia

EVOLUCIÓN DE LAS EMISIONES TOTALES DEL GRUPO MORABANC EN TCO_2 EQ POR PERSONA TRABAJADORA



Fuente: elaboración propia

Con los datos obtenidos en los últimos años, hemos activado varias palancas para potenciar el cambio de hábitos:

1. Incorporar el teletrabajo para reducir el número de viajes.
2. Reducir los trayectos al mediodía.
3. Hacer más sostenibles los desplazamientos, sea por el uso de vehículo compartido, el bus a demanda o el uso de vehículos eléctricos o híbridos.
4. Sensibilizar al equipo de trabajo y a la clientela sobre usar la energía con sobriedad.
5. Mejorar la eficiencia energética de nuestras instalaciones.

Los retos de 2023 del Grupo MoraBanc para contribuir a la sostenibilidad y a la lucha contra el cambio climático pasan por aplicar el plan de movilidad sostenible a todo el grupo y por hacer un diagnóstico global de nuestras emisiones de CO_2 que nos permita establecer un plan de eficiencia energética en todos los ámbitos de nuestra actuación.

04

VALOR

Cómo aseguramos y protegemos el valor

Un gobierno corporativo fuerte y profesional

MoraBanc es un banco con una 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.

Joan Maria Nin Génova
PRESIDENTE

Lluís Alsina Álvarez
CONSEJERO DOMINICAL
CONSEJERO DIRECTOR GENERAL

Oscar Aristot Borrás
CONSEJERO DOMINICAL
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DELEGADA

Francesc Xavier Maymó Gatell
CONSEJERO DOMINICAL

Marc Mora Guerín
(Representante de Mora Fills, SA)
CONSEJERO DOMINICAL

Miquel Alabern Comas
CONSEJERO INDEPENDIENTE

José Manuel Lara García
(Representante de Pedroso Estelar, S.L.)
CONSEJERO INDEPENDIENTE Y PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE RIESGOS Y DE LA COMISIÓN DE TECNOLOGÍA, INNOVACIÓN Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Miguel Antonio Pérez Carnicero
CONSEJERO INDEPENDIENTE
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE AUDITORÍA Y CUMPLIMIENTO

Marc Vilallonga Puy
SECRETARIO, NO CONSEJERO

Nota: El Sr. Agustín Berasaluce Astarloa ha sido miembro del Consejo de Administración como consejero independiente y presidente de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones hasta el día 4 de diciembre de 2022, fecha en la que expiró el plazo estatutario por el que fue nombrado.

Comisión Delegada

Corresponde a la Comisión Delegada, de acuerdo con sus normas de funcionamiento, entre otras funciones: (i) efectuar cualquier tipo de recomendación y sugerencia al Consejo de Administración para mejorar la rentabilidad del negocio de la Sociedad y del Grupo, (ii) realizar el seguimiento y asegurar la adecuada gestión de las inversiones en economía real o *private equity*, (iii) reflexionar, analizar, valorar, trabajar y, si procede, preparar propuestas para el Consejo de Administración en cuestiones de índole patrimonial, y (iv) revisar y aprobar, si procede, las propuestas de inversión relevantes, fuera de presupuesto, delegadas por el Consejo de Administración.

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 de los códigos 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, reguladores 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. 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 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 Retribuciones

La Comisión de Nombramientos y Remuneraciones, entre otras funciones, adapta el gobierno corporativo de MoraBanc a los estándares y a las mejores prácticas en este ámbito, 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 la alta dirección: formula el informe correspondiente de las remuneraciones de los consejeros y consejeras, incluidos los ejecutivos y ejecutivas, y de las demás personas de la alta dirección.

El Consejo de Administración y sus comisiones se adecuan a las normativas de la Unión Europea en materia de transparencia y ética.

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 Ejecutivo

Es el máximo órgano de gobierno formado por la Dirección General del banco. Gestiona los aspectos más relevantes de la entidad, tanto de negocio como financieros, alineando todas las actuaciones con los objetivos del plan estratégico.

Lluís Alsina Álvarez
CONSEJERO
DIRECTOR GENERAL

Sara Álvarez Cazorla
DIRECTORA GENERAL ADJUNTA
ÁREA FINANCIERA

Alfons Guillamet
ÁREA DE TECNOLOGÍA
Y OPERACIONES

Gerard Albà[1]
ÁREA DE INVERSIONES

[1] Incorporado a la Dirección General del banco en diciembre de 2022.
El Sr. Pablo San Román Sánchez ejercía sus funciones como miembro del Comité Ejecutivo y de la Dirección General del banco hasta el 31 de diciembre de 2022.

Comité Regulador, de Intervención y Control (CRIC)

El CRIC gestiona aspectos relacionados con auditoría, reputación o integridad. También es el responsable del seguimiento de las relaciones con las instituciones y los 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 con los objetivos y alinear los planes de acción de todo el Grupo.

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, la clientela, el accionariado y las personas trabajadoras.

El Código de Ética y 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. Todo el equipo de profesionales que conforman MoraBanc, en cualquiera de los países donde opera la entidad, está obligado 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 dinero 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 a la alta dirección 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 dinero o valores o de financiación del terrorismo. 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.

El Grupo MoraBanc dispone de la Política de Gestión de Conflictos de Intereses, que establece las bases de los procedimientos de actuación a seguir en materia de prevención y gestión de los conflictos de intereses, que pueden surgir entre las personas accionistas, miembros del Consejo de Administración, personas empleadas o directivos y directivas de MoraBanc respecto a su clientela y empresas proveedoras.

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.

En el ámbito fiscal, MoraBanc dispone de un área específica dentro del departamento de Asesoría Jurídica que vela por el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias de MoraBanc en todas las jurisdicciones en las que desarrolla su actividad.

Finalmente, para asegurar el cumplimiento del sistema de buen gobierno corporativo de la entidad, como la 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.

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.

Alineación con las mejores prácticas para presentar nuestra información

Presentamos la información siguiendo la línea de ejercicios anteriores con la voluntad de ser más transparentes con nuestras audiencias y dar una visión más conectada de nuestra actividad con nuestra estrategia y nuestro entorno. Ponemos en contexto lo que hacemos con nuestros valores, nuestra visión, 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 siguiendo las directrices del Marco Internacional de Reporting Integrado 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 2022 se ha elaborado según los estándares GRI, en su opción de conformidad esencial. La gestión de nuestra actividad se sustenta en la relación con nuestras audiencias, fundamental para conocer sus expectativas e intereses, que condicionan muchas de las decisiones y actuaciones que tomamos como organización. Por esta razón, y con el propósito de realizar un ejercicio de transparencia hacia las audiencias, 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 2020 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 las audiencias con los que nos relacionamos.

Los resultados obtenidos gracias al análisis de materialidad nos han servido para trabajar internamente iniciativas para mejorar la sostenibilidad, dirigidas tanto al equipo humano como a las audiencias externas.

En definitiva, se trata de trabajar en una estrategia de sostenibilidad alineada con lo que las audiencias consideran necesario y con la estrategia de negocio del banco. En 2023 se aprobará esta estrategia y marcará las líneas de trabajo a priorizar en materia ESG.

Los resultados obtenidos gracias al análisis de materialidad nos han servido para trabajar internamente iniciativas para mejorar la sostenibilidad.

Información de la materialidad

Para elaborar este informe, hemos revisado los resultados del análisis de la materialidad que realizamos en 2020 y podemos confirmar que los contenidos definidos anteriormente proporcionan una visión esmerada 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 audiencias que 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 tres fases:

1. IDENTIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS POTENCIALMENTE RELEVANTES

Se identificaron y definieron las audiencias de la organización, así como su priorización, en función de la relevancia que ejercen. Posteriormente, se identificaron los temas económicos, sociales, ambientales, éticos y de buen gobierno, potencialmente relevantes, vinculados a los impactos positivos y negativos de la cadena de valor de la organización desde la perspectiva de la sostenibilidad. Para llevar a cabo esta identificación, se utilizaron fuentes de información interna y externa: tendencias globales y sectoriales en sostenibilidad, el contexto andorrano y un análisis interno.

2. PRIORIZACIÓN

Los aspectos materiales se seleccionaron a partir de un doble análisis: interno y externo. Esto permitió conocer el grado de importancia que los temas identificados tenían tanto para MoraBanc como para las audiencias. Tanto en la priorización interna como externa se realizaron encuestas *online*. Para el análisis estadístico del ámbito externo, se ponderaron las respuestas según la importancia que cada una de las audiencias tenía para la propia empresa. Esta aproximación permite dar una visión de conjunto más coherente y de acuerdo con la realidad de MoraBanc.

3. VALIDACIÓN

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, contemplando tanto sus impactos positivos como negativos. En este contexto, el objetivo es garantizar que la materialidad ofrezca una visión razonable y equilibrada de los temas más relevantes para el desarrollo sostenible y responsable en el ámbito económico, ambiental y social de MoraBanc.

MATRIZ DE MATERIALIDAD DE MORABANC 2022

RELEVANCIA PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS

Residuos **Energía**	**Cumplimiento ambiental y socioeconómico** **Impactos económicos indirectos** **Diversidad, igualdad de oportunidades y no discriminación** **Salud y seguridad en el trabajo**	**Lucha contra la corrupción** **Privacidad del cliente** **Ética empresarial**
Conciliación Relación trabajador-empresa Comunidades sostenibles Materiales	**Comunidades locales**	**Calidad y excelencia en la práctica bancaria** **Formación y educación** **Innovación en productos y servicios**
Educación financiera Productos y servicios con beneficio social/ambiental Evaluación ambiental y social de los proveedores Estrategia ESG Inversión socialmente responsable Alianzas territoriales Emisiones Criterios ESG en las operaciones Atención y servicio a clientes Agua	Empleo Internacionalización y diversificación del negocio	**Desempeño económico** **Gestión de riesgos** **Alianzas estratégicas**

RELEVANCIA PARA MORABANC

Adicionalmente, se publica información relacionada con temas no materiales, dado que permiten explicar de manera más completa el desempeño de MoraBanc en los diferentes ámbitos de la sostenibilidad.

Fuente: elaboración propia

05

ÍNDICE GRI

Índice de contenidos del Global Reporting Initiative

MORABANC

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

(VERSIÓN 2021 DE LOS ESTÁNDARES GRI)

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
GRI 2 - CONTENIDOS GENERALES 2021			
		LA ORGANIZACIÓN Y SUS PRÁCTICAS DE PRESENTACIÓN DE INFORMES	
2.1	**Detalles de la organización**	7, 17, 23 Mora Banc Grup, SA Av. Meritxell, 96 AD500 Andorra la Vella. Principado de Andorra El Grupo MoraBanc fue fundado en 1952 por la familia Mora y hoy el capital está en manos de 339 accionistas. El Grupo está formado por: - Mora Banc Grup, SA entidad bancaria que tiene por objeto social efectuar todo tipo de operaciones que sean permitidas a las entidades bancarias por la legislación vigente en Andorra. - Mora Assegurances, SAU tiene por objeto la realización de toda clase de actividades de seguro, reaseguro y cobertura de riesgo en el ramo vida. - Mora Gestió d'Actius, SAU tiene por objeto la gestión de organismos de inversión colectiva y la realización de la actividad de gestión discrecional e individualizada de carteras y de asesoramiento en materia de inversiones. - Mora Wealth Management España AV, SAU, es una agencia de Valores, habilitada para prestar los servicios de inversión, de gestión discrecional de carteras, asesoramiento financiero y recepción y transmisión de órdenes. - Boreal Capital Management, AG tiene como actividad la gestión de patrimonios y el asesoramiento financiero. - Boreal Capital Holdings USA, LLC es la sociedad de cartera de inversiones. Actúa como cabecera del resto de sociedades establecidas en los EE. UU.: • Boreal Capital Management, LLC tiene como objetivo la gestión de patrimonios y el asesoramiento financiero. • Boreal Capital Securities, LLC realiza la actividad de Broker Dealer.	
2.2	**Entidades incluidas en el informe de sostenibilidad**	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.	
2.3	**Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto**	Este informe se ha elaborado de conformidad con los estándares GRI, opción esencial, y comprende el período entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2022, dado que presentamos publicaciones con una periodicidad anual. Para cualquier duda que pueda surgir en relación con este informe, ponemos a disposición del público la dirección electrónica comunicacio@morabanc.ad.	
2.4	**Reexpresión de la información**	No ha habido 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.	
2.5	**Verificación externa**	El informe no ha sido verificado externamente.	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
		ACTIVIDADES Y PERSONAS TRABAJADORAS	
2.6	**Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales**	15-23, 30-31, 34, 56-57 MoraBanc pone a disposición de la clientela servicios de banca comercial, banca privada y *wealth management*, fondos de inversión gestionados por la sociedad gestora del Grupo y seguros de la compañía aseguradora del Grupo. **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 y clientas, y diseñamos productos y servicios adecuados a sus necesidades. Desarrollamos una segmentación comercial según las necesidades de cada grupo, teniendo en cuenta la edad y los 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 de particulares**: Seguros ramo de vida; Cuentas y tarjetas; Ahorro; Hipotecas; Préstamos y créditos; Productos de inversión; Asesoramiento en materia de inversiones; Gestión discrecional e individualizada de carteras; MoraBanc Digital; Recepción, transmisión y ejecución de órdenes **Banca de empresas**: Productos de inversión; Tarjetas de crédito; Tesorería e inversiones; Asesoramiento en materia de inversiones; Atención personalizada; Gestión discrecional e individualizada de carteras; MoraBanc Digital; Negocio internacional **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**: Seguros del ramo de vida; Asesoramiento en materia de inversiones; Broker *online*; Gama de préstamos e hipotecas; Gestión discrecional e individualizada de carteras; Productos estructurados; MoraBanc Digital; Recepción, transmisión y ejecución de órdenes; Tarjetas de crédito **Wealth Management**: Asesoramiento en materia de inversiones; Elección de banco custodio; Estructuración del patrimonio financiero; Gestión discrecional e individualizada de carteras; Recepción, transmisión y ejecución de órdenes	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
		Mora Gestió d'Actius, SAU: Sociedad gestora de organismos de inversión colectiva del Grupo, que opera bajo la marca MoraBanc Asset Management, con una oferta variada y competitiva de fondos de inversión. **PRODUCTOS Y SERVICIOS:** **MoraBanc Asset Management** Comunicación y divulgación de la visión de mercados de nuestros expertos. Fondos de inversión y SICAV. **Mora Assegurances, SAU:** es la compañía de seguros de vida del Grupo y tiene por objetivo ofrecer todo tipo de seguros en el ramo de vida 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 Unit Linked, que puede ser de tipo MoraBanc Unit Linked Fondos, MoraBanc Unit Linked Carteras o MoraBanc Unit Linked Activos, según el activo al que están vinculadas. De acuerdo con nuestra actividad, diferenciamos nuestras empresas proveedoras según si prestan servicios financieros, de auditoría y consultoría, y las que nos proveen de materiales, hacen el mantenimiento y el suministro de infraestructuras. Por el compromiso con la sostenibilidad, priorizamos las empresas que trabajan con actitud responsable hacia la sociedad y el entorno.	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
2.7	**Personas trabajadoras**	39-42	

Plantilla media a 31 de diciembre:

Distribución de la plantilla por países:

Países	2022[1]	%	2021[2]	%
Andorra	404	88%	324	86%
EE. UU. (Miami)	32	7%	32	8%
Suiza	9	2%	10	3%
España (Barcelona)	16	3%	11	3%
Total	**461**	**100%**	**377**	**100%**

Plantilla media del Grupo MoraBanc por tipo de contrato y jornada:

Tipo de contrato	2022[1]	2021[2]
Hombres	228	193
Mujeres	223	179
Indefinido	**451**	**372**
% Indefinido	98%	99%
Hombres	5	2
Mujeres	5	3
De duración determinada	**10**	**5**
% de duración determinada	2%	1%

Tipo de jornada	2022[1]	2021[2]
Hombres	232	194
Mujeres	215	177
Completa	**447**	**371**
% Completa	97%	98%
Hombres	2	0
Mujeres	12	6
Parcial	**14**	**6**
% Parcial	3%	2%

Personas trabajadoras externas	2022	2021
Hombres	1	6
Mujeres	11	8
	12	**12**

La plantilla externa está formada por 12 personas que dan servicio al Grupo con tareas administrativas y auxiliares, generalmente en el Back Office y en las cajas de las oficinas.

[1] Plantilla media de los ejercicios 2022 y 2021
[2] Plantilla media de los ejercicios 2021 y 2020

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS

GOBIERNO

2.9 **Estructura y composición del gobierno corporativo**

64-67

Seguidamente, indicamos los miembros que componen el Consejo de Administración de Mora Banc Grup, SA, su cargo y tipo de consejero.

Consejo de Administración en fecha 31/12/2022:

MORA BANC GRUP, SA

Miembros	Cargo	Condición
Juan Maria Nin Génova	Presidente	
Lluís Alsina Álvarez	Consejero director general	Dominical
Oscar Aristot Borrás	Consejero	Dominical
Francesc Xavier Maymó Gatell	Consejero	Dominical
Marc Mora Guerín (Representante de Mora Fills, SA)	Consejero	Dominical
Miquel Alabern Comas	Consejero	Independiente
José Manuel Lara García (representante de Pedroso Estelar, S.L.)	Consejero	Independiente
Miguel Antonio Pérez Carnicero	Consejero	Independiente
Secretario:		
Marc Vilallonga Puy	Secretario no consejero	-

Nota: El Sr. Agustín Berasaluce Astarloa ha sido miembro del Consejo de Administración como consejero independiente hasta el día 4 de diciembre de 2022, fecha en la que expiró el plazo estatutario por el que fue nombrado.

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

Equipo Directivo a fecha 31/12/22:

Lluís Alsina Álvarez	Consejero director general
Sara Álvarez Cazorla	Directora general adjunta Área Financiera
Alfons Guillamet Martínez	Subdirector general Tecnología y Operaciones
Pablo San Roman Sánchez[1]	Subdirector general Gestión de personas
Gerard Albà Soler[2]	Subdirector general Inversiones
José Ignacio Amilburu Pérez	Subdirector general Área de Riesgos
Amparo M. Nieto Linares[3]	Subdirectora general Cumplimiento Normativo
Jorge Figueredo	Dirección de Auditoría Interna

[1] A cargo de sus funciones en el equipo directivo hasta diciembre de 2022.
[2] Incorporado en diciembre de 2022.
[3] A cargo de sus funciones en el equipo directivo hasta diciembre de 2022. En enero de 2023, la Sra. Mireia Montoriol asume las funciones de responsable de Cumplimiento Normativo.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
		ESTRATEGIA, POLÍTICAS Y PRÁCTICAS	
2,22	**Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible**	11-13, 27-29	
2,23	**Compromisos**	48-49, 70-71 MoraBanc está sujeta al decreto por el que se aprueba el texto refundido de la Ley 8/2013, de 9 de mayo, sobre 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 y la cumple estrictamente. Además, cuenta con un Código de Conducta del Mercado de Valores y un Código de Ética y de Conducta del Grupo, que también contiene el CT de la AFA 163/05, sobre normas éticas y de conducta, de obligado cumplimiento para todas sus personas trabajadoras. Por otra parte, MoraBanc también se compromete a cumplir con las normas reguladas en el Código Deontológico que aprobó la Asamblea General de la ABA, el 13 de enero de 2017, y 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 en sus relaciones con clientes, terceros, supervisores y reguladores.	
2,27	**Cumplimiento de las leyes y regulaciones**	MoraBanc no ha recibido ninguna multa o sanción por el incumplimiento de las leyes y normativas en el ámbito social y económico o medioambiental.	12 13
2,28	**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. - Confederación Empresarial de Andorra (CEA), a través de Andorran Banking. - Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Andorra (CCIS). - Instituto de Estudios Jurídicos, Económicos y Financieros de Andorra (JEF), a través de Andorran Banking. MoraBanc socio de Actinn, clúster de la tecnología y la innovación. Actinn es el primer clúster de Andorra de carácter privado y tiene como objetivo promover la competitividad de los miembros asociados, potenciando la colaboración entre empresas de diferentes sectores y otros agentes para ofrecer soluciones basadas en nuevas tecnologías en el Principado de Andorra.	
		IMPLICACIÓN DE LAS AUDIENCIAS	
2,29	**Enfoque de la implicación de las audiencias**	48-49 Las audiencias que MoraBanc ha identificado en su actividad son las personas trabajadoras, la clientela, las empresas proveedoras, las entidades culturales, deportivas y sociales, los medios de comunicación, las instituciones y organismos reguladores y las personas accionistas. Para seleccionar estas audiencias, MoraBanc ha tenido en cuenta el informe de materialidad elaborado en 2020, en el que se determinaron las personas y organizaciones afectadas por la actividad de MoraBanc.	8
2,30	**Convenios colectivos**	MoraBanc no dispone de convenio colectivo, dado que la normativa andorrana establece que son las mismas personas trabajadoras quienes deben emprenderlo y, hasta ahora, no se ha dado el caso.	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS

GRI 3 - TEMAS MATERIALES (2021)

DIVULGACIÓN DE TEMAS MATERIALES

3.1	**Proceso para determinar los temas materiales**	11-13, 72-73 La finalidad de esta memoria es ofrecer una visión real del desempeño económico, social, ambiental 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 abarca las sociedades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y que se detallan en el apartado "Gestión económica".	
3.2	**Lista de temas materiales**	72-73	
3.3	**Gestión de los temas materiales**	11-13, 27-29, 72-73 Estamos comprometidos con la preservación del medio ambiente y del entorno natural, valor innegable de Andorra, y con la lucha contra el cambio climático. MoraBanc incorpora medidas de ahorro energético y de recursos en el desarrollo de su actividad.	12 13

TEMAS MATERIALES

ECONOMÍA

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021)			
GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO (2016)			
3.3	**Gestión de los temas materiales**	27-29, 34 El logro económico es un tema material principal de los grupos de interés de MoraBanc y, además, es un elemento esencial de la actividad. El impacto del logro económico se produce en una parte de los grupos de interés de manera directa: personas trabajadoras, empresas proveedoras, accionistas, clientela, entidades patrocinadas, etc.; y también de manera indirecta en el resto de la sociedad por la generación de riqueza. La entidad evalúa el logro económico gracias al seguimiento continuo de los indicadores de negocio realizando informes puntuales. El Comité Ejecutivo aplica 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 2022.	

	2022	2021
Valor económico creado	**131.151**	**126.057**
Margen financiero	45.770	30.538
Comisiones por servicios netos	70.881	67.194
Resultado de operaciones financieras	7.910	21.984
Otros ingresos	6.590	6.341
Valor económico distribuido	85.500	68.375
Valor económico retenido	**45.651**	**57.682**
Valor económico distribuido y retenido	**131.151**	**126.057**

201-4	**Asistencia financiera recibida por parte del gobierno**	MoraBanc no recibe ninguna ayuda pública.	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS

GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021)
GRI 203: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS (2016)

3.3	**Gestión de los temas materiales**	56-57 El desarrollo económico es un elemento material para las audiencias de MoraBanc de acuerdo con las preguntas que se les plantean de forma continua. El impacto económico indirecto es una consecuencia del desarrollo económico y por este motivo está incluido como material en la tabla GRI. 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 el logro de los objetivos de los proyectos patrocinados.	
203-2	**Impactos económicos indirectos significativos**	56-57	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021)			
GRI 205: ANTICORRUPCIÓN (2016)			
3.3	**Gestión de los temas materiales**	70-71 La entidad realiza un seguimiento de las acciones y proyectos relacionados con las políticas anticorrupción desde el Área de Cumplimiento Normativo.	
205-1	**Operaciones evaluadas en relación con los riesgos relacionados con la corrupción**	La lucha activa contra la corrupción, el blanqueo de capitales 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.	
205-2	**Comunidades y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción**	70-71	
205-3	**Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas**	En 2022 no hay ningún caso confirmado de corrupción en MoraBanc.	

OTROS ASPECTOS MATERIALES

GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021)

INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

3.3	**Gestión de los temas materiales**	30-31 La innovación continua es uno de los pilares en los que nos basamos para tener la mejor respuesta tecnológica al servicio de las personas y ser el banco de referencia. La Comisión de Tecnología, Innovación y Seguridad de la Información tiene el objetivo de ayudar al Consejo en el conocimiento de las infraestructuras y la estrategia tecnológica y de innovación del Grupo.	

GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021)

CALIDAD Y EXCELENCIA EN LA PRÁCTICA BANCARIA

3.3	**Gestión de los temas materiales**	20-21	

GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021)

ÉTICA EMPRESARIAL

3.3	**Gestión de los temas materiales**	70-71	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
		GESTIÓN DE LOS RIESGOS	
3.3	**Gestión de los temas materiales**	32-33	
102-17	**Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas**	70-71 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 y de las políticas internas de la entidad, para proteger a los clientes y reducir el riesgo de cumplimiento 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
102-30	**Eficacia de los procesos de gestión del riesgo**	32-33	

GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021)

		ALIANZAS ESTRATÉGICAS	
3.3	**Gestión de los temas materiales**	15-23 Los objetivos de MoraBanc se centran en liderar el sector bancario andorrano. Nuestra fortaleza nos ha situado como el banco de referencia y para mantener este crecimiento sostenido establecemos alianzas estratégicas con empresas con las que compartimos valores de calidad, servicio y liderazgo. Compartimos proyectos que añadan valor a nuestra oferta de productos y servicios que ponemos a disposición de nuestros clientes.	

MEDIO AMBIENTE

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021) GRI 302: ENERGÍA (2016)			
3.3	**Gestión de los temas materiales Explicación del tema material y su cobertura**	60-61	12, 13
302-1	**Consumo energético dentro de la organización**	60-61	
GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021) GRI 306: RESIDUOS (2020)			
3.3	**Gestión de los temas materiales**	60-61	12, 13
306-1	**Generación de residuos e impactos significativos relacionados**	60-61	
306-2	**Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos**	Desde MoraBanc se reciclan todos los consumibles que se generan: - El papel y cartón que generamos con nuestra actividad se reciclan de forma periódica. En 2022 reciclamos 22.936 kg, un 30% más que en el año anterior. - Plástico. Las tarjetas de crédito y débito se reciclan. Este año se han generado 38,3 kg. - Tóneres. Las impresoras que utilizamos están monitorizadas para que el mantenimiento de consumibles sea estrictamente lo necesario. La misma empresa que hace el seguimiento de consumibles se ocupa de reciclar los tóneres utilizados, de manera que todas las unidades consumidas son recogidas y recicladas evitando la generación de residuos.	12, 13
GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021) GRI 307: CUMPLIMIENTO AMBIENTAL (2016)			
3.3	**Gestión de los temas materiales**	60-61	
307-1	**Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental**	MoraBanc no ha recibido ninguna multa o sanción por el incumplimiento de las leyes de medio ambiente.	12, 13

	2022	2021
Consumo de papel y cartón	22.936	17.059,78
Tóneres	201	184
Tarjetas	38,3	13,6
Total kg generados	**23.175,3**	**17.257,38**

SOCIAL

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021)			
GRI 403 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO (2018)			
3.3	**Gestión de los temas materiales**	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. MoraBanc cuenta con el apoyo de una empresa especializada para aplicar la Ley 34/2008, de 18 de diciembre, de seguridad y salud en el trabajo. Entre las medidas de prevención se ofrece un plan de formación a nivel básico de 50 horas para configurar los equipos de primera intervención de la entidad. De forma periódica se elaboran informes para analizar la salud en los puestos de trabajo y aplicar medidas que mejoren el bienestar de las personas en su puesto de trabajo.	
403-1	**Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo**	La gestión de la salud y seguridad en el trabajo se trabaja conjuntamente con una empresa externa responsable de identificar, evaluar y controlar los peligros y riesgos asociados al entorno laboral de acuerdo con la normativa vigente.	3
403-2	**Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes**	La identificación de peligros y riesgos asociados al puesto de trabajo se analiza periódicamente por una empresa externa. Se hace una revisión médica a todo el equipo de trabajo en el que se detectan posibles riesgos y peligros asociados a su trabajo.	3
403-3	**Servicios de salud en el trabajo**	Todas las personas que trabajan en MoraBanc reciben formación respecto a la salud y seguridad en el trabajo al incorporarse a la entidad.	3
403-4	**Participación de las personas trabajadoras, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo**	39-42 El Departamento de Gestión de Personas está a disposición de todo el equipo, para que, llegado el caso, puedan dirigirle las situaciones laborales que puedan provocar riesgos. Estas situaciones serán analizadas caso por caso y se tomarán las medidas oportunas.	3 8
403-5	**Formación de las personas del equipo sobre salud y seguridad en el trabajo**	Todas las personas reciben formación relativa a los riesgos asociados a su puesto de trabajo cuando se incorporan a la plantilla. Sin embargo, MoraBanc forma periódicamente equipos de primera intervención y primeros auxilios para capacitar al equipo ante situaciones peligrosas o de riesgo.	3

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
403-6	**Fomento de la salud de las personas trabajadoras**	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 100% de la prima de cobertura del seguro de salud o bien ofreciendo el acceso al servicio de World Care a todos sus trabajadores de forma gratuita.	3, 8
403-7	**Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante 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 puesto de trabajo.	3
403-8	**Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo**	El sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo se trabaja conjuntamente con una empresa externa. De manera regular, se realiza una auditoría de todos los puestos de trabajo que afectan a trabajadores del banco para tomar las medidas adecuadas de acuerdo con la legislación vigente. La auditoría no recoge los puestos de trabajo cubiertos por personal externo de la entidad, pues la gestión de su salud y seguridad recae en la empresa contratante.	3

GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021)
GRI 404: FORMACIÓN Y ENSEÑANZA (2016)

3.3	**Gestión de los temas materiales**	39-42	
404-3	**Porcentaje de trabajadores que reciben evaluaciones periódicas del desarrollo profesional**	Todas las personas que trabajan en MoraBanc se someten a una evaluación anual de sus competencias. En 2022, se evaluó al 100% de los trabajadores.	8

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS

GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021)
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES (2016)

3.3	**Gestión de los temas materiales**	39-42	
405-1	**Diversidad en el órgano de gobierno y trabajadores**	**Composición del Consejo de Administración:** **MORA BANC GRUP, SA** **Por género**	

	2022	2021
Hombres	8	9
Mujeres	0	0
Total	**8**	**9**
% Mujeres	0%	0%

Por edad

	2022	2021
Menores de 30 años	0	-
Entre 30 y 50 años	4	4
Mayores de 50 años	4	6
Total	**8**	**9**

Composición de las personas trabajadoras por categoría laboral se puede consultar en las páginas 39-42.

GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN (2016)

3.3	**Gestión de los temas materiales**	39-42, 44-45	
406-1	**Casos de discriminación y medidas correctoras adoptadas**	Durante el año 2022 MoraBanc no ha tenido ningún caso de discriminación laboral.	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA	ODS
GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021) GRI 413: COMUNIDADES LOCALES (2016)			
3.3	**Gestión de los temas materiales**	56-61 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.	
413-1	**Operaciones con implicación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo**	56-61	
GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021) GRI 418: PRIVACIDAD DEL CLIENTE (2016)			
3.3	**Gestión de los temas materiales**	MoraBanc tiene la obligación de proteger la información personal y privada de su clientela y aplica la legislación vigente en materia de protección de datos e información personal. El Departamento de Cumplimiento Normativo es el responsable de la supervisión, el seguimiento y la verificación del cumplimiento de 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 su clientela y sus personas trabajadoras, como se recoge en su código ético y en la legislación aplicable en materia de protección de datos y secreto bancario. En 2022, MoraBanc no ha recibido ninguna reclamación relacionada con la violación de la privacidad de los clientes o con la pérdida de datos personales.	
GRI 3: TEMAS MATERIALES (2021) GRI 419: CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO (2016)			
3.3	**Gestión de los temas materiales**	70-71 MoraBanc desarrolla su actividad con estricto cumplimiento de la ley andorrana.	
419-1	**Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos sociales y económicos**	En 2022, 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

morabanc.ad

REGISTRO AFA: EB06/95