

RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

Empresa evaluada

BANCA MARCH

CIF:A07004021

San Clemente

50007 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Banca March

02 - Dirección - CP - Población

C/ de Felipe Sanclemente, 19, 50001 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Banca

04 - Año comienzo actividad.

1926

05 - Número de personas empleadas

1838

06 - Persona contacto

Juan Royo

07 - E-mail persona contacto

jroyo@bancamarch.es

08.- Página web

<https://www.bancamarch.es/es/>

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)

- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)

- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)

- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)

- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional,

educación, formación, etc)

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1, Información adicional

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

La pandemia aceleró la implantación de tendencias de calado que ya estaban en el horizonte en la sociedad y, por ende, en la economía: la sostenibilidad y la digitalización.

Los ODS se han consolidado como hoja de ruta global, mientras crece la conciencia social y crecen la consideración y el respeto por parte de todos los actores económicos de los criterios sociales, medioambientales y de buen gobierno corporativo (ASG).

La respuesta de Banca March a estas nuevas exigencias del entorno es su modelo de negocio diferencial, que se sustenta en una filosofía de Crecimiento Conjunto con los Grupos de Interés, la visión a largo plazo en inversiones y relaciones con los clientes y la apuesta por la innovación.

En este contexto, se configura como un elemento estratégico la correcta integración de criterios éticos, sociales y ambientales en el desarrollo de su actividad financiera, centrada en el asesoramiento y la gestión de activos de empresarios, empresas familiares y rentas altas y medias-altas, y articulada en torno a una sólida estructura de gobierno corporativo

Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

2.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

2.1. Información adicional

En Banca March tenemos elaborada una matriz de doble materialidad y vamos más allá de los requisitos legales que se exigen al sector bancario: medimos el impacto de los aspectos sociales y ambientales en la actividad tanto en el corto como en el medio o largo plazo. Además, de forma voluntaria, incorporamos aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales?

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

3.1. Información adicional.

1. Incluir riesgos ASG en el proceso de toma de decisiones de inversión.

Se suman a los tradicionales criterios financieros cuantitativos y cualitativos, base histórica de la toma de decisiones de la compañía.

2. Aumentar la implicación de March AM con las empresas en las que invierta.

Buscan una mayor participación en las decisiones de gobierno corporativo de las compañías donde invierten, mediante el ejercicio de su derecho de voto.

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

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

4.1. Información adicional

Nuestra matriz de materialidad define y prioriza nuestras acciones a desarrollar en nuestra estrategia trienal.

5.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

5.1. Información adicional

Mediante el diálogo con nuestros grupos de interés definimos nuestras actuaciones en el corto y medio plazo.

Gobierno de la organización

6.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

6.1.. Información adicional.

Disponemos de una cultura corporativa de manera integrada e integral en la Entidad, donde cada unidad tiene conocimiento de los riesgos a los que se expone, de la forma en que los mismos se gestionan y del apetito al riesgo definido.

El gobierno de la Entidad tiene la responsabilidad global de la aprobación y seguimiento de la implementación de los objetivos estratégicos, el marco de gestión de riesgos y la cultura corporativa. Bajo la dirección y supervisión del gobierno de Banca March, la alta dirección gestiona la actividad del banco de manera consistente con la estrategia de negocio, el apetito al riesgo, remuneración y el resto de políticas aprobadas.

<https://www.bancamarch.es/gobiernocorporativo/es/documentacion-corporativa/>

<https://www.bancamarch.es/resources/doc/gobiernocorporativo/2021/06/07/reglamento-interno-de-conducta-en-el-ambito-del-mercado-de-valores24862.pdf>

7.- ¿Existen vías o canales para comunicar posibles incumplimientos del código ético?

Sí, existen canales de denuncia, confidenciales de aplicación a todos los empleados

7.1. Información adicional

Todas las vías son públicas:

<https://www.bancamarch.es/resources/doc/gobiernocorporativo/2021/06/07/codigo-etico-de-conducta42035.pdf>

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1 Información adicional

Somos una entidad no cotizada con un modelo de negocio singular y diferenciado.

Nuestra diferenciación radica en una filosofía empresarial basada en el crecimiento conjunto, con nuestros clientes, empleados, accionistas y la sociedad.

La consolidación y el éxito de este modelo han sido posibles gracias a la visión a largo plazo y a la fidelidad a unos valores irrenunciables que nos ha convertido en el banco más solvente de España y con el ratio de morosidad más bajo del sistema financiero español.

9.- ¿Existe un manual de prevención de riesgos penales y canales adecuados para comunicar la existencia de comportamientos no éticos dentro de la organización?. ¿Su organización participa de alguna forma en la cadena de valor de organizaciones afectadas por la Directiva de Diligencia Debida?

Existe un manual de riesgos penales con sus procedimientos, con un canal de comunicación adecuado, que se audita periódicamente para mantener su vigencia

9.1. Información adicional

En coherencia con nuestra política de transparencia, ponemos a su disposición de todos nuestros grupos de interés la información corporativa de Banca March.

Estatutos Sociales

Reglamento de la Junta General de Accionistas

Reglamento del Consejo de Administración

Reglamento Interno de Conducta en el ámbito del Mercado de Valores

Código Ético de Conducta

<https://www.bancamarch.es/gobiernocorporativo/es/documentacion-corporativa/>

Plan de Responsabilidad Social

10.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

10.1. Información adicional.

Disponemos de un Plan Estratégico en Sostenibilidad

11.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales,

11.1. Información adicional.

Disponemos de indicadores trimestrales para el seguimiento de los aspectos materiales

MEDIOAMBIENTE

? Compromiso Colectivo de Acción Climática, impulsado por UNEP FI.

? Alineación con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

? Influencia en la sociedad mediante el fomento de la inversión en sectores que desarrollen una gestión ambiental eficiente.

? Consumo de energía.

PROFESIONALES

? Número total y distribución de profesionales atendiendo a criterios representativos de la diversidad (sexo, edad, país, etcétera).

? Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.

? Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.

? Remuneraciones medias y su evolución desagregada por sexo, edad y categoría profesional o igual valor.

? Brecha salarial, remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.

? Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones y el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.

? Profesionales con discapacidad.

? Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.

CLIENTES

? Encuestas de calidad.

? Encuestas de reputación y riesgos reputacionales.

? Digitalización.

? Coinversión.

? Inversión Socialmente Responsable ISR (gestión discrecional de carteras GDC, fondos de inversión ISR tanto de March AM como de otras gestoras, Coinversión ¿con criterios ASG?).

FINANZAS SOSTENIBLES

? Proporción en los activos totales de exposiciones a actividades económicas elegibles y no elegibles según la Taxonomía.

? Proporción en los activos totales de exposiciones a Administraciones Centrales, Bancos Centrales y emisores supranacionales.

? Proporción en los activos totales de exposiciones a derivados.

? Proporción en los activos totales de exposiciones a empresas que no están obligadas a

publicar información no financiera de conformidad con el artículo 19 bis o 29 bis de la Directiva 2013/34/UE.

? Información cualitativa.

? Entidades de crédito: proporción de la cartera de negociación y de préstamos interbancarios a la vista en los activos totales.

? Empresas de seguros y reaseguros: proporción de las actividades económicas de seguros ?no vida? elegibles y no elegibles según la Taxonomía.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

12.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

12.1. Información adicional

Uno de los pilares del modelo de negocio único y no replicable de Banca March es la calidad del servicio, donde la satisfacción de los clientes y su atención personalizada marquen la diferencia de sector. Con la misión de potenciar su modelo y adecuarlo a las nuevas necesidades, Banca March ha puesto en marcha el Centro de Soluciones a Clientes (en adelante, CSC), ubicado dentro de la unidad de calidad.

El CSC analiza, controla, diseña y adecua los sistemas, organización y procedimientos de resolución de incidencias que pudieran provocar quejas y reclamaciones de clientes, con el máximo nivel de calidad y eficiencia, y que permita disminuir el impacto en el negocio de las incidencias destacadas.

Los principales objetivos del CSC son:

? Promover la satisfacción de los clientes:

o Que los clientes perciban que el banco se preocupa por ellos y por su satisfacción.

o Reforzar el vínculo de los clientes con el banco.

? Garantizar la calidad:

o En la resolución de incidencias

o En la mejora de los productos/servicios para evitar nuevas incidencias

? Eficientar y liberar a los equipos comerciales de tareas administrativas

13.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

13.1. Información adicional

Para medir la percepción que los clientes de Banca March tienen del servicio que reciben de la Entidad, Banca March tiene implantado un Proyecto de Medición y Análisis de la Satisfacción del Cliente Externo.

Las encuestas permiten determinar, no sólo el grado de satisfacción con el servicio prestado, sino también aquellos elementos que generan insatisfacción, para definir acciones de mejora.

Para Banca March, mantener una relación a largo plazo con los clientes es prioritario, ya

que es símbolo de un servicio de calidad excelente. En este sentido, los resultados de las encuestas de satisfacción que Banca March realiza cada año son excepcionales y sitúan a la Entidad entre las mejor valoradas. Así, según el último informe de STIGA sobre Benchmarking de Satisfacción de Clientes en el Sector Financiero, Banca March cuenta con las oficinas mejor valoradas de la banca española.

Nivel de satisfacción y grado de recomendación

Así, los índices de satisfacción global (ISG) y de recomendación (NPS) miden el nivel de satisfacción del cliente y en qué medida tienden a recomendar la Entidad. Estos índices se situaron en un 8,35 y 38,4% respectivamente, muy por encima de los que registra la media del sector.

Innovación en los productos y servicios

14.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

Se planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

14.1. Información adicional.

El departamento de Marca y Reputación es el encargado de medir la repercusión de las acciones Innovación en los productos y servicios en colaboración con otras áreas y unidades del banco.

Incorporar la innovación en Banca March es uno de los valores intrínsecos.

Ejemplo: Chat GPT Banca March

En Banca March se ha iniciado hace años un proceso de transformación que nos ha permitido dar pasos hacia la digitalización y la innovación.

A lo largo de este tiempo, la Entidad ha avanzado de manera decidida y en 2023 se ha dado un paso más con la incorporación de Chat GPT para Banca March, un entorno privado y exclusivo para los profesionales de la Entidad, sin perder la información y funcionalidades del entorno público.

En los últimos meses, Chat GPT se ha convertido en una herramienta de vanguardia y ha revolucionado los sistemas de inteligencia artificial.

Esta tecnología, desarrollada en 2022 por Open IA es un modelo de lenguaje entrenado con una gran cantidad de datos de texto, siendo capaz de generar respuestas coherentes a las diferentes solicitudes de los usuarios.

Banca March ha adquirido la primera licencia de la herramienta GPT que permite hacer uso de la herramienta en un entorno seguro, manteniendo la privacidad de la información, pero disponiendo de la misma información que facilita el entorno público

Adicionalmente a la denominación del March Bróker y el desarrollo de Chat GPT de Banca March, durante 2023 se han desarrollado los siguientes avances en materia de digitalización y transformación digital:

Uso del buzón virtual para la correspondencia de clientes: siguiendo el Plan Trienal en el ámbito de transformación digital y mejora de la eficiencia, la Entidad impulsa el uso de del buzón virtual a través de una serie de acciones específicas, lo que repercute en ventajas estratégicas en el modelo de negocio de Banca March.

Disponer de las comunicaciones en el buzón virtual presenta muchas ventajas para sus clientes respecto a la correspondencia postal:

- o Disponibilidad inmediata y permanente en el buzón por parte de todos los titulares de las cuentas
- o Sin peligro de extravío, interceptación o entrega en domicilios no deseados
- o Posibilidad de descarga y administración digital por parte de los clientes
- o Servicio gratuito

Calidad de los productos y servicios

15.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

15.1. Información adicional.

Como todo el sector bancario, contamos con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos ASG de prestación de nuestros servicios en asesoramiento financiero y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas en la comercialización de nuestros productos y asesoramiento.

Evalúamos la eficiencia de los aspectos ASG en la prestación de nuestros servicios, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales en cumplimiento de la legislación (MIFID, SFDR, NFRD...) y también de forma voluntaria.

Como por ejemplo el proyecto "Cavallets de mar balears", un proyecto que abre la puerta a futuras iniciativas de sostenibilidad y protección de la biodiversidad marina <https://blog.bancamarch.es/innovacion-y-sostenibilidad/cavallets-de-mar-balears-un-proyecto-o-que-abre-la-puerta-a-futuras-iniciativas-de-sostenibilidad-y-proteccion-de-la-biodiversidad-marina/>

Encuestas de Calidad Interna

El proyecto de Calidad Interna trata de valorar el servicio que cada unidad presta al resto de áreas del banco con las que tiene relación como proveedor de servicios, con la finalidad de identificar los puntos fuertes y las áreas de mejora de cada unidad. En estas encuestas se evalúan equipos de trabajo, no a los profesionales de manera individual.

16.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

16.1. Información adicional.

Seguimos los más exigentes sistemas de evaluación de la calidad basada en nuestra exigencia de crecimiento conjunto, profesionales excelentes y productos exclusivos.

Calidad de servicio superior

Banca March cuenta con las oficinas mejor valoradas de la banca española, según el último informe de STIGA sobre Benchmarking de Satisfacción de Clientes en el Sector Financiero.

Es la Entidad mejor valorada en los cuatro aspectos evaluados: trato, privacidad y discreción, profesionalidad y tiempo de espera.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

17.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

17.1. Información adicional.

Compromiso fundamental con la transparencia, la honestidad y la responsabilidad, así como con el cumplimiento de todas las leyes y regulaciones aplicables.

La integridad implica actuar siempre en el mejor interés del cliente. Implica también un enfoque en la equidad y la justicia, y en la protección de los intereses de los clientes y otros grupos de interés relevantes.

Adhesión a altos estándares éticos y de comportamiento moral en todas las acciones y decisiones que se toman en la organización.

Seguimos todas las recomendaciones y buenas prácticas de las instituciones del sector: CNMV, Banco de España, DGS.

Un valor clave para construir la confianza y la reputación de Banca March y, es esencial para mantener relaciones sólidas y duraderas con los clientes y los distintos grupos de interés.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

18.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

18.1. Información adicional

Gracias a su modelo de gestión de personas, centrado en la formación y la especialización, Banca March ha consolidado su posición como una de las empresas líderes para trabajar y la principal cantera de gestores de banca privada y asesoramiento a empresas en el ámbito bancario español.

Este entorno propicia el crecimiento y desarrollo de sus profesionales, fundamentado en principios de meritocracia, colaboración en equipo, innovación y aprendizaje continuo.

Banca March apuesta firmemente por la excelencia y la diferenciación, con un plan formativo anual adaptable a las necesidades de los equipos y al contexto vigente en cada momento.

Este enfoque integral refleja su compromiso con el desarrollo profesional y la creación de un ambiente propicio para la evolución y el éxito continuado de su talento humano.

El bienestar de todo el equipo humano de Banca March es una prioridad para la Entidad.

Por cuarto año consecutivo Banca March ha obtenido la certificación Great Place to Work.

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

Se trata de un hito que se suma a los ya conseguidos por la Entidad en 2022, cuando se situaba como la quinta mejor empresa para trabajar en España según el ranking Best Workplaces elaborado por Great Place to work, y por segundo año consecutivo se

posiciona como el único banco español en el ranking europeo.

La consultora internacional GPTW ha destacado de Banca March aspectos como la estrategia empresarial clara y dirigida a la consecución de los objetivos, la confianza en la dirección, el liderazgo cercano y el trabajo colaborativo, así como los elevados indicadores de satisfacción de los profesionales en las encuestas anuales, como el Índice de Satisfacción Global (ISG) y el Net Promoter Score (NPS).

Adicionalmente, la consultora independiente Top Employers Institute, ha certificado a Banca March, por quinto año consecutivo, como empresa TOP EMPLOYER 2023, derivado de la excelencia de las políticas de gestión de personas y el compromiso demostrado por todos los profesionales, situados en el centro del modelo de negocio y sobre la base del crecimiento conjunto.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

19.- ¿Cómo se garantiza en su empresa el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultural)?

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

19.1. Información adicional

La Entidad mantiene un firme compromiso con la diversidad de sus profesionales y la sociedad, que se traduce en alianzas con fundaciones, centros especiales de empleo y asociaciones de utilidad pública con el objetivo de sensibilizar sobre diversidad y promover la inserción laboral de las personas con discapacidad.

A modo de ejemplo, Banca March colabora desde hace más de 9 años con la Fundación Randstad, cuyo objetivo es conseguir la igualdad de oportunidades laborales de las personas con discapacidad.

Este compromiso se traduce también en una ayuda especial para profesionales con discapacidad reconocida y para profesionales con hijos con discapacidad reconocida superior al 33 %.

Estas ayudas se encuentran integradas en el Plan de Igualdad

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

20.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

20.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de corresponsabilidad y conciliación personal, familiar y laboral, especificarlas.

Responsabilidad y respeto a la conciliación de la vida familiar y laboral, al apoyo a la igualdad de oportunidades, así como a la inclusión y sensibilidad con los más

desfavorecidos.

Banca March ha desarrollado un plan de medidas de conciliación con el objetivo de impulsar el equilibrio vida-trabajo entre sus profesionales, según la legislación vigente y que busca impulsar la autorregulación voluntaria en la materia de la entidad.

La búsqueda del equilibrio responde a una cultura socio laboral y empresarial basada en la corresponsabilidad, la confianza, la flexibilidad, el respeto y el compromiso mutuos. Para Banca March, conciliar no es trabajar menos, sino trabajar de una forma diferente, con mayor calidad de vida, con horarios más flexibles, con ayuda de las nuevas tecnologías, con la educación en estilos de liderazgo, en valores, en definitiva, con mayor responsabilidad hacia el objetivo común, que es el crecimiento conjunto

Formación y desarrollo profesional

21.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

21.1. Información adicional.

La plataforma interna SOMOS gestiona toda la formación y mide el éxito y el cumplimiento de nuestros objetivos en diálogo con nuestros trabajadores

22.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

El modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas con herramientas como, por ejemplo, desarrollo de un plan de carrera, que se mide y comunica de forma sistemática.

22.1. Información adicional

Banca March tiene un modelo de negocio único, basado en el liderazgo en solvencia, asesoramiento responsable, solidez reputacional, calidad del servicio, tecnología de asesoramiento y gestión de personas.

Nos hemos convertido en la mejor escuela de gestores de banca privada y asesoramiento a empresas de la banca española, con una inversión en formación muy superior al resto de entidades y una cultura de exigencia centrada en la mejor atención al cliente.

En todos nuestros análisis de clima laboral destaca el elevado orgullo de pertenencia, que se traduce en un altísimo nivel de compromiso, de satisfacción por el trabajo bien hecho y de alineación de intereses entre la empresa y sus profesionales, y todo ello tiene una repercusión directa en el crecimiento de negocio

Seguridad y Salud

23.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Se dispone de un Plan de Empresa Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

23.1. Información adicional.

A modo de ejemplo, la Fundación Freno al Ictus nos otorgó el sello "Brain Caring People" por la campaña divulgativa "Banca March contra el ictus" y la certificación de "Espacio Cerebroprotegido" para todas nuestras oficinas y servicios centrales, que cuentan con personal especialmente formado, capaz de identificar, estabilizar y reaccionar, en caso de que cualquier persona sufra un ictus en sus instalaciones o en la práctica de su trabajo.

El proyecto incluyó la campaña de sensibilización "Banca March contra el ictus" para visibilizar e informar sobre esta patología, su prevención y la importancia del tiempo de actuación frente a esta enfermedad.

La campaña consistió en un conjunto de materiales divulgativos, distribuidos a través de los diferentes canales de comunicación de la entidad.

Para nosotros es prioritario establecer un entorno de trabajo seguro, donde poder desarrollar una carrera profesional larga y fructífera, en la que la salud de todos nuestros profesionales tiene una importancia capital?

Banca March es la primera entidad financiera en recibir esta acreditación.

El proyecto de certificación "espacio cerebroprotegido" consistió en la formación del 100 % de la plantilla para la identificación, estabilización y actuación ante un posible ictus, con un doble objetivo: reducir el tiempo de actuación para salvar vidas y evitar secuelas y saber cómo estabilizar al afectado para así poder activar cuanto antes el protocolo Código Ictus a través de los servicios de emergencia.

Tras esta formación, todos los centros de negocio y servicios centrales de Banca March cuentan con personal formado para identificar un posible caso de ictus y actuar con rapidez, convirtiéndose de este modo en el primer eslabón en la cadena de supervivencia ante la enfermedad.

El ictus es una enfermedad tiempo-dependiente, con lo cual reducir el tiempo de actuación es vital para minimizar sus secuelas.

Hoy gracias a Banca March y nuestro compromiso con el efecto multiplicador contra el ictus, un millar y medio de personas más pueden dar la alarma para ganar tiempo al reloj y salvar vidas entre sus colaboradores y clientes.

Según la Sociedad Española de Neurología, el 50 % de los afectados por un ictus quedan con secuelas discapacitantes o fallecen, y el 35 % de los casos se producen en edad laboral, provocando una mortalidad 5 veces superior a la del cáncer de mama.

El objetivo primordial de esta certificación es salvar vidas y evitar secuelas.

El ictus es una alteración de la circulación cerebral que compromete la llegada de sangre al cerebro provocando el consiguiente daño neuronal. Los datos son reveladores: se estima que una de cada seis personas tendrá un ictus a lo largo de su vida. Actualmente, es la primera causa de discapacidad adquirida en el adulto y representa la segunda causa de mortalidad, siendo la primera en el caso de las mujeres, de manera que cada año afecte a unas 120.000 personas en España, provocando la muerte o una discapacidad grave en un

porcentaje elevado de los casos.

Por esta razón es esencial la rapidez en la actuación y una formación adecuada.

Solo así los empleados podrán identificar las señales de alerta de esta enfermedad, señales que suelen pasar desapercibidas en muchos casos por el desconocimiento entre la población.

PROVEEDORES

Compras responsables

24.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

24.1. Información adicional

La subcontratación y los proveedores es un tema estratégico para el Grupo, por ser una cuestión englobada en el diálogo con los grupos de interés.

El compromiso del Grupo con la sostenibilidad y los derechos humanos se extiende a todos sus colaboradores.

Con este fin, la Entidad busca que la conducta de sus proveedores sea respetuosa con los derechos humanos, sociales y laborales conforme a los principios de actuación y las recomendaciones para el desarrollo de la actividad de negocios publicados por la ONU, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT). En definitiva, el Grupo exige que sus colaboradores tengan prácticas compatibles con su Código Ético.

Banca March asume los siguientes compromisos con sus proveedores:

Concurrencia. Para un mismo proceso de compra, se abre el abanico de oportunidades en mercado, de manera que se pueda ofrecer la mejor respuesta posible a la unidad peticionaria.

Transparencia durante la selección.

Todos los proveedores que participan tienen derecho a conocer previamente las condiciones de contratación y se le expresan de manera clara, los criterios de evaluación y selección, internamente auditables.

Transparencia en la adjudicación. La toma de decisiones está regulada por niveles de atribuciones de manera que las decisiones se van asignando a los comités correspondientes, dirección y/o administración.

Igualdad y no discriminación. No se impone ninguna condición que suponga una discriminación directa o indirecta frente a otro participante

Confidencialidad. Toda información manejada durante el proceso de negociación se considera como confidencial.

Sostenibilidad en la elección de los proveedores

La Política de Compras del Grupo busca preservar de una manera equilibrada y duradera los impactos medioambientales, sociales y económicos del Grupo y de sus grupos de interés (GI) a corto, medio y largo plazo.

Banca March utiliza varios elementos para profesionalizar y gestionar correctamente toda la información relacionada con contrataciones a terceros.

La Política de compras del Grupo, así como los procesos de gestión de proveedores que se definen a continuación, aplican a todas las filiales del Grupo exceptuando a Inversis que, por su parte, cuenta con su propia Política y procedimientos para la relación con sus proveedores.

Herramientas tecnológicas de relación con proveedores

Plataforma de sourcing

Actualmente Banca March dispone de una pionera herramienta electrónica de compras cuyo objetivo dar soporte a la gestión de la contratación, en varios ámbitos: el registro y solicitud de oferta, las peticiones internas y la trazabilidad de las ofertas recibidas.

Con esta herramienta se agiliza toda la gestión administrativa de las contrataciones, facilitando además la transparencia en todo el proceso.

Banca March contribuye a la generación de empleo y al desarrollo local mediante su política de compras, adquiriendo la casi totalidad de bienes y servicios a proveedores locales. De esta manera, se contribuye a generar puestos de trabajo en la comunidad.

% importe facturado a proveedores locales (ámbito España) = 94,8 %

Clasificación y evaluación de proveedores

25.-¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

Los criterios de clasificación y evaluación de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

25.1. Información adicional

La subcontratación y los proveedores es un tema estratégico para Grupo Banca March, por ser una cuestión englobada en el diálogo con los grupos de interés.

El compromiso del Grupo con la sostenibilidad y los derechos humanos se extiende a todos sus colaboradores.

Con este fin, la Entidad busca que la conducta de sus proveedores sea respetuosa con los derechos humanos, sociales y laborales conforme a los principios de actuación y las recomendaciones para el desarrollo de la actividad de negocios publicados por la ONU, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

En definitiva, el Grupo exige que sus colaboradores tengan prácticas compatibles con su Código Ético.

Banca March asume los siguientes compromisos con sus proveedores:

? Concurrencia. Para un mismo proceso de compra, se abre el abanico de oportunidades en mercado, de manera que se pueda ofrecer la mejor respuesta posible a la unidad peticionaria.

? Transparencia durante la selección. Todos los proveedores que participan tienen derecho a conocer previamente las condiciones de contratación y se le expresan de manera clara, los criterios de evaluación y selección, internamente auditables.

Transparencia en la adjudicación. La toma de decisiones está regulada por niveles de

atribuciones de manera que las decisiones se van asignando a los comités correspondientes, dirección y/o administración.

? Igualdad y no discriminación. No se impone ninguna condición que suponga una discriminación directa o indirecta frente a otro participante

? Confidencialidad. Toda información manejada durante el proceso de negociación se considera como confidencial.

Homologación de proveedores

26.- ¿Existe en su empresa un proceso de Homologación de Proveedores?

Existe un sistema de homologación transparente con requisitos de Responsabilidad Social Corporativa que se revisa periódicamente y se mejoran los requisitos establecidos

26.1. Información adicional

Indicadores y canales:

Portal de Compras

Reuniones de Seguimiento

Cuestionarios

Canal de Denuncia Confidencial

Portal Homologación Proveedores

Interacción con los proveedores

27. - ¿ Tienen establecidos mecanismos para relacionarse con los Proveedores y conocer su opinión?

Se realizan de forma sistemática encuestas para conocer su opinión y se incorporan acciones de mejora

27.1. Información adicional

Existe un diálogo con proveedores desde antes incluso de la contratación mediante las prospección de la oferta.

El portal de proveedores de Banca March permite el registro y acceso a toda la información del servicio o bien a licitar, así como a las Condiciones Generales de Contratación (CGC). Banca March solicita a los proveedores que acepten dichas condiciones en todas las peticiones de compra para poder resultar adjudicatario.

Adicionalmente, el portal cuenta con una línea de soporte a proveedores donde pueden resolver las dudas técnicas y operativas del proceso.

Proveedores registrados activos: 1.154

Numero de negociaciones: 688

Proveedores adjudicados: 290

Firma electrónica

Con la firma electrónica se acelera el proceso administrativo de firma de documentos, evitando el consumo de papel, el transporte entre empresas y el archivado.

A través de este canal se obtiene además un registro detallado del proceso de firma y ambas partes acceden al documento de manera inmediata.

Número de contratos firmados: 821

Número de contratos firmados a través de la plataforma Evicertia: 820

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

28.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

28.1. Información adicional.

Las aportaciones a ENL realizadas provienen mayoritariamente del correspondiente reparto del beneficio anual, que es aprobado por el Consejo de Administración. En 2023 fueron 478 701 euros.

Las mayores aportaciones de Banca March en 2023 han sido destinadas a la Fundación Juan March y a la Fundación Loro Parque.

La Fundación Juan March recibe una donación anual por valor de 240 000 euros, realizada a partes iguales por Banca March y Corporación Financiera Alba, cuya finalidad es promover la difusión de la cultura.

La Fundación Loro Parque tiene como misión la conservación de los loros y sus hábitats en todo el planeta.

Promueve iniciativas de educación ambiental, investigación, programas de cría responsable y actividades de desarrollo con las comunidades locales.

No consta que se produzca ninguna contribución a partidos y/o representantes políticos.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

29.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

29.1. Información adicional.

Se evalúan todos los proyectos desde el punto de vista de la doble materialidad.

El Grupo considera de vital importancia la correcta integración de criterios éticos, sociales y ambientales en todas las facetas de su actividad financiera. Para asegurar esta integración, la organización cuenta con una robusta estructura de gobierno a nivel corporativo.

El Consejo de Administración, como máxima instancia de decisión, desempeña un papel fundamental al aprobar, de manera indelegable, las políticas y estrategias generales del Grupo, incluyendo aquellas relacionadas con la sostenibilidad.

Con plena consciencia del impacto que su actividad tiene en la sociedad, Banca March se compromete activamente a alinearse con los ODS.

Este compromiso se materializa a través de una sólida Política General de Sostenibilidad, guiada por principios generales de actuación que reflejan su responsabilidad hacia la sociedad y el medioambiente.

Transparencia con el entorno social de la organización

30.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se

comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

30.1. Información adicional

La divulgación de nuestras buenas prácticas y la transparencia es nuestro objetivo estratégico de cara a maximizar nuestro impacto positivo en la sociedad.

Rendición de cuentas: El cumplimiento de los compromisos será monitorizado a través de un reporte corporativo periódico ASG, además de su desarrollo y detalle marcados en el Informe de Estados No Financieros, publicado en la web corporativa.

Comunicación y fomento de buenas prácticas**31.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?**

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

31.1. Información adicional

Comunicamos nuestras buenas prácticas tanto a nivel divulgativo (medios de comunicación, redes sociales...) como académico (convenios con universidades y escuelas de negocios, etc.).

Ejemplo:

Banca March ha sido sede de la jornada Retos Actuales del Gobierno Corporativo

Con foco en los aspectos de buen gobierno corporativo, y en colaboración con la publicación académica Global Policy Journal, la Entidad organizó durante 2023 una jornada bajo el lema ¿Retos actuales del Gobierno Corporativo: reputación, riesgos y sostenibilidad?.

Se trata de la segunda jornada organizada por Banca March en la que reúne a personalidades del mundo académico para analizar los desafíos a los que se enfrenta la industria bancaria en el ámbito del buen gobierno

Esta iniciativa se enmarca en el compromiso de Banca March de contribuir a un crecimiento económico sostenible e inclusivo, mediante iniciativas que promuevan la investigación, el conocimiento y la búsqueda de soluciones para aumentar la riqueza y competitividad del país, mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos, así como el desarrollo de estrategias que refuercen la competencia y buen gobierno de las empresas.

Durante la jornada se presentaron 15 trabajos a cargo de académicos y expertos en el ámbito financiero, una selección de los cuales se publicará en una edición especial de la revista Global Policy en el primer trimestre de 2024.

AMBIENTAL**Impacto ambiental****32.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el**

impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Se evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

32.1. Información adicional

Todos los indicadores se reportan trimestralmente con objetivos estratégicos de cumplimiento.

Compromiso frente al cambio climático

33.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

Economía circular

34.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

34.1. Información adicional

Aunque la economía circular no se clasifica como un indicador material en relación con la actividad del Grupo, Banca March ha adoptado diversas medidas orientadas a la prevención, reciclaje, reutilización y otras formas de recuperación y eliminación de desechos.

Estas iniciativas demuestran la voluntad de Banca March de operar de manera responsable, incluso en áreas que podrían considerarse periféricas a su actividad principal.

Reducción del consumo de papel

Como medida para reducir el consumo de papel, Banca March se ha propuesto digitalizar en los próximos años todas las tipologías de documentos que maneja. La Entidad ha implementado la firma digital de contratos, la obtención de certificados online y el reporte financiero en línea, que abarca también documentos generados en la red comercial.

Para cumplir este propósito, se han sustituido todas las impresoras del Grupo por otras que mejoran la eficiencia de la impresión.

En lo que respecta a las comunicaciones, Banca March favorece un uso responsable del correo electrónico, y ha aportado a su plantilla consejos y medidas para garantizar la eficiencia de las comunicaciones en la Entidad.

Adicionalmente, Banca March impulsa el uso del buzón virtual a través de una serie de acciones específicas que repercuten en ventajas estratégicas en el modelo de Banca March:

? Reducción del consumo de papel.

? Reducción de las emisiones de CO2 a la atmósfera, al minimizar el transporte y

distribución.

? Reducción de costes.

? Mejora de la eficiencia.

Asimismo, las filiales del Grupo también están enormemente implicadas con el compromiso para acabar con el uso de papel en el Grupo.

March AM sigue trabajando de forma consciente en la reducción de papel durante 2023, buscando minimizar la impresión y maximizar el reciclaje. Los equipos de impresión instalados disponen de la certificación CarbonNeutral®, calculando la huella de carbono de los equipos y reduciéndola a cero mediante una combinación de medidas de eficiencia internas y el apoyo a proyectos externos de reducción de emisiones.

Adicionalmente, ha implantado durante el último año tarjetas de visitas digitales para los gestores, principales protagonistas en reuniones con gestoras externas. Cada tarjeta se ha personalizado con los detalles de contrato relevantes de cada empleado y cuentan con un método sencillo para compartirlas a través de un código QR, correo electrónico, redes sociales o aplicaciones de mensajería.

Al eliminar la necesidad de disponer de tarjetas de visita físicas, se reduce el impacto ambiental y se promueven prácticas de negocio sostenible, asimismo, las tarjetas de visita digitales pueden ser compartidas instantáneamente, lo que facilita la red y la construcción de relaciones comerciales.

Banca March está actualmente inmerso en un proceso con el mismo objetivo, implantar en 2024 el uso de tarjeta de visitas con el objetivo de reducir de forma relevante el consumo de papel.

Reducción del consumo de tóner

Como consecuencia del menor uso de papel, se ha registrado una caída importante de consumibles poco ecológicos como los tóneres, las cintas o los cartuchos de colores.

Banca March dispone de un programa de petición y retirada de cajas para consumibles usados denominado Programa LCCP (Lexmark Cartridge Collection Program), a través del cual obtiene información de las ubicaciones de los consumibles utilizados, el número de consumibles retirados por ubicación, las unidades retiradas, la contribución por ubicación, el total de kilos de material de recuperación recogidos, su distribución o la reutilización por tipo de material.

Banca March lleva a cabo medidas que fomentan las prácticas sostenibles en la interacción con sus clientes, como la disposición de bolsas de cartón hechas de fibra de madera certificadas como sostenibles o la emisión de tarjetas fabricadas a partir de plásticos reciclables.

Gestión de residuos en el Grupo

Banca March ha implementado medidas de prevención, reciclaje, reutilización, así como otras formas de recuperación y eliminación de desechos.

Como contribución a la economía circular del Grupo, Banca March ha implementado la recogida de tarjetas en oficinas para darles un segundo uso. Durante 2023 se recogieron un total de 13.500 tarjetas.

Las tarjetas sostenibles, tanto de crédito como de débito, cuentan con un sello que permite a los consumidores identificarlas como tales. La distinción certifica que han superado un proceso de verificación a cargo del laboratorio Digisec Lab, creado por Mastercard, que lidera la coalición Priceless Planet, en virtud del cual se comprueba que el material de las

tarjetas y su proceso de fabricación cumplen con unos requisitos mínimos en cuanto a consumo de energía, huella de carbono, material sostenible utilizado o residuos generados. Banca March dona todos los equipos informáticos obsoletos, con el objetivo de facilitar la digitalización de los menores y jóvenes y paliar la brecha digital en los centros educativos. En 2023 ha donado un total de 300 equipos informáticos que han permitido la digitalización de 17 colegios de la Comunidad de Madrid. March AM, con el mismo fin, también dona su material informático obsoleto (pantallas, teclados, etc.).

Adicionalmente, Banca March ha reducido su consumo de botellas de plástico en sus servicios centrales, mediante su sustitución por jarras de vidrio.

Por su parte, Inversis ha eliminado el consumo de botellas de plástico de agua en reuniones, mediante la instalación de una fuente de agua filtrada y el fomento del uso de vasos y jarras de vidrio. Esta medida, ha supuesto la eliminación del consumo de más de 5.000 botellas de plástico desde su implantación, de las cuales 2.200 han sido durante el 2023.

Recogida de plásticos - Reforest

Durante el mes de septiembre de 2023, Banca March se ha unido a la iniciativa "World Clean up Day", con el objetivo de limpiar las playas y ríos de Mallorca y Madrid. La iniciativa contó con más de 35 voluntarios y se recogieron aproximadamente 500 toneladas de plástico.

Comunicación ambiental

35.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

Se comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

35.1. Información adicional.

Mediante la divulgación de todos los contenidos involucrando a todos nuestros grupos de interés y fomentando las buenas prácticas como por ejemplo el reciclaje de las tarjetas de crédito y débito una vez caducadas.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

36.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

- 1 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 4 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 5 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 6 - Capacitar a las personas de la empresa
- 7 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan

ejemplarmente

8 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local

9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

10 - Disponer de presupuesto

Valoración Global

37.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

8

Puntos fuertes y áreas de Mejora

38.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Comunicación interna y externa

39.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Avanzar en la gestión de la medición de la huella de carbono de nuestra cartera de crédito

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Sí

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?

- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.