

PRINCIPALES ASUNTOS E IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL ESTUDIO DE DOBLE MATERIALIDAD

ASPECTOS MATERIALES: Relación con el negocio y repercusiones en el mismo

Las principales cuestiones materiales para CaixaBank incluyen:

CIBERSEGURIDAD

La ciberseguridad es una de las prioridades de CaixaBank ante el aumento de la actividad en Internet (el incremento del número de vulnerabilidades, la propagación del ransomware en grandes empresas, los ataques a infraestructuras críticas, la mayor automatización y la comercialización de la ciberdelincuencia y el ciberfraude). Como institución financiera, CaixaBank es un objetivo prioritario para los ciberdelincuentes. Un ciberataque exitoso podría causar pérdidas financieras, interrumpir los servicios, dañar nuestra reputación y acarrear repercusiones legales. Para mitigar estos riesgos, CaixaBank invierte en sistemas de seguridad avanzados, gestión proactiva de riesgos y sensibilización de los empleados en materia de ciberseguridad. Dar prioridad a la ciberseguridad garantiza la confidencialidad de los datos de los clientes, asegura el cumplimiento normativo y mantiene la confianza entre las partes interesadas. Además, mejora la resiliencia empresarial, ya que protege contra interrupciones que puedan afectar al servicio al cliente. CaixaBank mantiene su compromiso de permanecer alerta y adaptar sus medidas de seguridad para combatir las amenazas cibernéticas emergentes.

PROPOSICIÓN DE VALOR, MARKETING RESPONSABLE Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La propuesta de valor, el marketing responsable y la satisfacción del cliente tienen unas repercusiones muy importantes en CaixaBank, siendo fundamentales para el rendimiento en términos de costes, ingresos y riesgo. En términos de ahorro de costes, la propuesta de valor, el marketing responsable y la satisfacción del cliente pueden suponer un gran ahorro de costes y tiempo para CaixaBank en términos de errores y malentendidos que pueden surgir en la oferta de productos y servicios adecuados a las necesidades de los clientes. Una comunicación eficaz por parte del personal bancario, por ejemplo, para informar sobre las condiciones y requisitos de las solicitudes de crédito, puede reducir la probabilidad de cometer errores costosos. En términos de generación de ingresos, una oferta clara y transparente de productos y servicios puede ayudar a generar ingresos para el banco. Si los clientes comprenden claramente los productos y servicios del banco, es más probable que los adquieran, lo que, a su vez, aumentará los ingresos del banco y la satisfacción de los clientes. En relación con la reducción de los riesgos operativos, la cuestión es importante, ya que puede reducir los riesgos operativos con repercusiones directas en los resultados financieros de la empresa. Por ejemplo, si un cliente no entiende claramente los términos y condiciones de un préstamo o una cuenta bancaria, pueden producirse fallos en los procesos de pago, lo que podría dañar la reputación del banco y crear problemas de gestión de riesgos. Asimismo, en relación con el cumplimiento normativo, el marketing

responsable y la transparencia con los reguladores pueden reducir la exposición de CaixaBank a riesgos financieros y legales, ya que ofrecer productos y servicios de forma transparente puede ayudar a cumplir con la normativa y los estándares éticos. Si se comunica de forma poco clara o engañosa, el banco podría enfrentarse a multas o sanciones reglamentarias que afectarían a su rentabilidad.

SOLUCIONES DE FINANCIACIÓN E INVERSIÓN MEDIOAMBIENTALES

Las soluciones de inversión y financiación medioambiental son estratégicas para el negocio de CaixaBank. Al ofrecer productos sostenibles y soluciones ESG, CaixaBank contribuye a la transición hacia una economía neutra en carbono, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Los riesgos asociados a este aspecto material se refieren principalmente al posible daño a la reputación de CaixaBank por financiar proyectos medioambientales controvertidos o sectores con un gran impacto medioambiental. Desde el punto de vista financiero, el riesgo para la empresa radica en las operaciones de financiación que pueden no generar rendimientos. Por este motivo, CaixaBank aplica criterios medioambientales y sociales de exclusión en sus decisiones de inversión y financiación, y fomenta el diálogo con los grupos de interés para identificar y gestionar los riesgos y oportunidades relacionados con el medio ambiente, cuidando el planeta y la sociedad.

REPERCUSIONES DE LOS ASPECTOS MATERIALES

Evaluación de las repercusiones y métricas

Las principales repercusiones relacionadas con los aspectos materiales para CaixaBank incluyen:

Impacto 1 -> CONTRIBUCIÓN A LA ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO O A SU MITIGACIÓN MEDIANTE OPERACIONES DE FINANCIACIÓN E INVERSIÓN EN MATERIA DE MEDIO AMBIENTE.

La repercusión se observa en la mayoría de los productos y servicios bancarios (más del 50 %).

El medio ambiente, la sociedad y los consumidores/usuarios finales se ven afectados por las actividades comerciales relacionadas con la financiación y las soluciones de inversión medioambientales, así como por la descarbonización tanto en las operaciones de financiación como en las de inversión.

Las soluciones de financiación e inversión medioambientales, junto con la descarbonización de las operaciones de financiación e inversión, revisten especial importancia para las partes interesadas externas. Estas iniciativas responden a la creciente preocupación por la sostenibilidad medioambiental y reflejan el compromiso de CaixaBank con las prácticas responsables. Esta preocupación genera inquietud entre los clientes e inversores, lo que repercute en la percepción y la confianza que se tiene del banco. La gestión eficaz de estos aspectos no solo influye en la confianza de los clientes, sino también en la salud financiera y la reputación de la empresa. Por lo tanto, es esencial mantener una posición sólida en el mercado y satisfacer y conservar la lealtad de los inversores y de la sociedad en su conjunto. CaixaBank incentiva las prácticas que apoyan la mitigación del riesgo ESG ante los retos vinculados al cambio climático, implementando una gestión proactiva del riesgo medioambiental y climático en las carteras de financiación e inversión. Esto tranquiliza a las partes interesadas en cuanto a la resiliencia y viabilidad a largo plazo de la empresa. Estas soluciones atraen a inversores

comprometidos con la sostenibilidad, responden a la creciente demanda de inversiones responsables y atraen a inversores que buscan apoyar proyectos e industrias que promueven prácticas respetuosas con el medio ambiente. En este sentido, la actividad se alinea con las expectativas de los grupos de interés y fomenta la creación de valor a largo plazo. Estas iniciativas refuerzan la posición de CaixaBank como líder sostenible del mercado, lo que le permite destacar entre sus competidores y mejorar su reputación en materia de sostenibilidad entre los grupos de interés.

En la misma línea, CaixaBank ha generado los siguientes impactos:

- Métrica de salida: Financiación de 11 proyectos por un importe de 1.527 millones de euros en 2024.
- Valoración del impacto 1: Generación de 14.533 GWh/año de energía verde.
- Métrica de impacto¹: 3.944 kt CO₂e/año de emisiones de gases de efecto invernadero evitadas.

Impacto 2 -> MAYOR CONOCIMIENTO DE LOS CLIENTES SOBRE EDUCACIÓN Y SALUD FINANCIERA

El impacto afecta a todos los grupos de clientes vulnerables que CaixaBank identifica en su plan de cultura financiera. Las iniciativas llevadas a cabo por CaixaBank en este ámbito son de gran relevancia para los grupos de interés externos.

Alfabetización financiera enfocada a grupos concretos

Con el objetivo de aumentar los conocimientos financieros de sus clientes, CaixaBank adapta y personaliza los contenidos y formatos de educación financiera a las necesidades de los diferentes colectivos. La educación financiera está dirigida principalmente a los grupos vulnerables, entendidos como aquellas personas cuyas circunstancias personales, económicas, educativas o sociales se encuentran en una situación particular de subordinación, indefensión o abandono, aunque sea de carácter territorial, sectorial o temporal, que les impide ejercer sus derechos como consumidores en condiciones de igualdad.

Además, se crea contenido para el público en general y otras partes interesadas para quienes se ha identificado una necesidad. En particular, el contenido está principalmente dirigido a los siguientes grupos:

> Menores y jóvenes

- > Personas mayores (grupo de personas mayores)
- > Personas en situación de vulnerabilidad
- > Personas con discapacidad intelectual
- > Accionistas y el público general

¹ Para obtener más información sobre los datos de valoración del impacto y las métricas de impacto, consulte el Informe sobre bonos verdes 2024, disponible en: [Informe de bonos SDG | CaixaBank](#)

Estas iniciativas demuestran el compromiso y la alineación estratégica de CaixaBank con la promoción de la prosperidad económica y social, centrándose en tres áreas principales: inclusión social y financiera, empleabilidad y ocupación, siendo un actor clave en el bienestar financiero y personal de una sociedad cada vez más longeva. De esta manera, estas acciones se alinean con las expectativas de las partes interesadas y fomentan la creación de valor a largo plazo.

Como resultado de los esfuerzos de CaixaBank en las diferentes áreas, en 2024 se destacarán las siguientes cifras:

- Métrica de salida: 2.289 talleres para jóvenes con 54.175 asistentes.
- Valoración del impacto: 550.000 clientes entre 12 y 17 años de edad.
- Métrica de impacto: 1,8 M € de transacciones de Bizum a través de imaginTeens desde su lanzamiento (marzo de 2024).

Anexo I Definiciones de tipos de métricas

Métrica de producción: se refiere a los resultados ambientales o sociales directos causados por las actividades comerciales de una empresa en términos de operaciones, productos/servicios y/o cadena de suministro. Las métricas deben enlazarse directamente con el tema del material.

Evaluación del impacto: Se refiere al proceso de evaluar y cuantificar los daños y/o beneficios externos (externalidades positivas/negativas) para la sociedad y el medio ambiente que se producen como resultado de los resultados ambientales y/o sociales directos generados por la actividad de una empresa. Actividades de negocio. La valoración suele implicar enfoques cuantitativos o monetarios, o una combinación de ambos. La valoración cuantitativa mide el impacto de las externalidades negativas/positivas en los actores sociales (por ejemplo, la sociedad en general, las comunidades locales, los usuarios finales/consumidores) y/o el medio ambiente (por ejemplo, el capital natural) en términos cuantitativos en lugar de monetarios. Las valoraciones monetarias miden el impacto de la externalidad negativa/positiva causada en términos monetarios (por ejemplo, los costes sociales del daño medioambiental causado).

Métrica del impacto: Es la medida cuantitativa (monetaria o no monetaria) utilizada para medir el impacto causado en los grupos de interés externos a la sociedad o en el medio ambiente. Convierte la métrica de producción en una métrica de impacto cuantitativa mediante la evaluación del impacto de los daños o beneficios externos (externalidades negativas/positivas) para la sociedad o las partes interesadas medioambientales. Tenga en cuenta que las métricas de resultados e impacto están directamente relacionadas entre sí y con el tema material que se evalúa, pero la métrica/unidad utilizada no puede ser la misma.