



CULTURA CORPORATIVA Y ÉTICA EMPRESARIAL



Sistema Ético de Gestión

2021

CONTENIDO

| | | | |
|--|----|---|----|
| 1 Misión, visión y propósito | 01 | 8 Criterios de despliegue y proyección del SEG | 11 |
| 2 El Sistema Ético de Gestión y la Responsabilidad Social Corporativa | 02 | 9 Ética dialógica del Grupo: Los grupos de interés | 12 |
| 3 Un marco ético para mitigar riesgos y crear valor | 03 | 10 El concepto de <i>cercanía</i> como elemento de despliegue y proyección del SEG | 13 |
| 4 Elementos fundamentales del SEG: Valores, principios y normas | 04 | 11 Mapa de la cultura corporativa | 14 |
| 5 Los Valores del SEG del Grupo Cooperativo Cajamar | 05 | 12 Cultura corporativa, transformación de capitales y sostenibilidad | 15 |
| 6 Los Principios del SEG del Grupo Cooperativo Cajamar | 06 | | |
| 7 Los Pilares del SEG | 07 | | |
| Familia 1: Gobernanza y principios cooperativos | 08 | | |
| Familia 2: Negocio responsable | 09 | | |
| Familia 3: Gestión eficiente y responsable de los recursos | 10 | | |

1 | MISIÓN, VISIÓN Y PROPÓSITO



La misión y visión del Grupo Cooperativo Cajamar responden a la pluralidad de las entidades que lo conforman, a la diversidad de territorios en los que opera, a su historia y experiencia, a su realidad actual, a sus expectativas de futuro y a su modelo de negocio cooperativo.

Un modelo de negocio de banca minorista de cercanía, basado en el apoyo financiero a las familias y a las micro, pequeñas y medianas empresas, a la economía real y productiva, y a los sistemas productivos locales, especialmente a los de base agroalimentaria y cooperativa.



Por consiguiente, un modelo de negocio que oferta soluciones financieras al tejido productivo para que las empresas puedan con mayor facilidad generar empleo y fijar capital al territorio, promoviendo el progreso económico y social, así como el desarrollo local sostenible y los sistemas productivos locales.

De igual modo, la misión, visión y propósito del Grupo Cooperativo Cajamar, a través de su base cooperativa, recogen el principio de creación de valor compartido, entendiendo que el desarrollo de la entidad debe ir en paralelo con el propio desarrollo de la sociedad en la que opera.

Es decir, la entidad debe crecer con la sociedad, alineando sus intereses con cada uno de los grupos de interés con los que se relaciona e interactúa.

MISIÓN

Contribuir con soluciones financieras al desarrollo económico y el progreso social de nuestros socios y clientes, a través de una estrategia basada en los principios de la cooperación, la economía social y el desarrollo sostenible, en el entorno donde realizamos nuestra actividad.

VISIÓN 2030

Grupo líder en crédito cooperativo y referente en el sector agroalimentario en España, reconocido por su solidez, su compromiso y sus altos estándares éticos en relación con sus clientes, socios, empleados y el entorno donde opera y basado en un modelo Sostenible.

PROPÓSITO

Seguir garantizado el bienestar y el progreso de las PERSONAS cooperando para generar IDEAS e innovación que contribuyan a articular de forma sostenible los TERRITORIOS.

2 | EL SISTEMA ÉTICO DE GESTIÓN Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



El Sistema Ético de Gestión (SEG) es el conjunto de valores, principios y normas de naturaleza ético-social, coherentes entre sí, que rigen el comportamiento del Grupo en todos y cada uno de sus ámbitos de actuación, propiciando y fortaleciendo el cumplimiento del ordenamiento jurídico, el respeto de la dignidad humana y la responsabilidad social corporativa.



El Grupo define la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como la **respuesta implícita o explícita de la organización a las expectativas ético-sociales** concretas que los grupos de interés, y la sociedad en su conjunto, tienen puestas sobre aquel en sus cuatro desempeños fundamentales: cooperativo, económico-financiero, social y ambiental.

Por consiguiente, la RSC promoverá y desarrollará políticas, medidas e instrumentos (normas de conducta y modelos de gestión) transversales a toda la organización, relativas a cada uno de los pilares que se describen más abajo, teniendo siempre presente y siendo coherente con el resto de contenidos del SEG.

La RSC actúa como correa de transmisión entre el SEG y la sociedad en su conjunto, desarrollando voluntariamente aspectos éticos y sociales que van más allá del ordenamiento jurídico y del respeto de la dignidad humana, aspectos estos últimos que considera dados y dignos de absoluta protección.



ORDENAMIENTO JURÍDICO

Naturaleza: Límite y restricción

Función de la RSC: Respeto y protección



DIGNIDAD HUMANA

Naturaleza: Límite y restricción

Función de la RSC: Respeto y protección



VÍNCULOS ÉTICO-SOCIALES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Naturaleza: Oportunidad de acción e innovación

Función de la RSC: Promoción y desarrollo

3 | UN MARCO ÉTICO PARA MITIGAR RIESGOS Y CREAR VALOR



El desarrollo de la actividad financiera del **Grupo Cooperativo Cajamar en un entorno ético** permite reducir la incidencia que puede tener en la organización el problema general de los contratos incompletos, así como hacer más duraderos y estables los vínculos con los grupos de interés, especialmente con sus socios, clientes y empleados.

De igual modo, **un entorno relacional y ético estable reduce significativamente la incertidumbre**, haciendo más previsible el entorno futuro en el que la Entidad desarrollará su actividad.



Por este motivo, más allá de los bienes y valores abstractos a los que el SEG quiere proteger o aspirar, este tiene unos objetivos muy claros para el desempeño del negocio del Grupo: crear el marco propicio para **minimizar los riesgos y costes**; y crear el marco favorable para **maximizar la creación de valor compartido y de valor cooperativo**.

La minimización de riesgos y costes se relaciona con la reducción del impacto social negativo, con la reducción de los costes sociales derivados de la ineficiencia, así como con la reducción de las externalidades negativas que pueden derivarse de la actividad del Grupo. Por su parte, la maximización de la creación de valor compartido y de valor cooperativo está relacionada con la maximización de los vínculos ético-sociales con los grupos de interés y con la sociedad en su conjunto, creando con su actividad tanto valor para el grupo como para el conjunto de la sociedad.



CREACIÓN DE
VALOR COMPARTIDO



SEG
MODELO DE NEGOCIO



RIESGOS Y COSTES

4 | ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL SEG: VALORES, PRINCIPIOS Y NORMAS



El concepto de **ética implícito en el SEG del Grupo Cooperativo Cajamar tiene asociadas dos perspectivas complementarias.**

Una **ética basada en valores corporativos** innegociables, inherentes, omnipresentes y consustanciales a su modelo de negocio y a sus aspiraciones reputacionales (ÉTICA DE LA CONVICCIÓN), y una **ética basada en principios** (ÉTICA DIALÓGICA), adecuada y adaptable al entorno y a las expectativas de los grupos de interés.

Hablamos de una **ética garantista** (ÉTICA DE LA CONVICCIÓN) que sienta las bases materiales para asegurar la confianza y la reputación en y de la Entidad; y una **ética creativa e innovadora**, profundamente dinámica, que permita sentar las bases formales para adaptar su comportamiento a las restricciones del entorno y a las expectativas de los grupos de interés.

La ética de la convicción es una ética de carácter dogmático/material, basada en convicciones profundas de la entidad, en tanto que la ética dialógica es una ética de carácter programático/formal, consecuencia de un proceso iterativo de escucha activa, de diálogo y de negociación permanente con los grupos de interés.

ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL SEG

NORMAS

Gobernanza y buenas prácticas bancarias

PRINCIPIOS

Ética dialógico-formal (entorno y grupos de interés)

VALORES

Ética material
Ética de la convicción



5 | LOS VALORES DEL SEG DEL GRUPO COOPERATIVO CAJAMAR



Los valores son los elementos capitales del SEG del Grupo Cooperativo Cajamar.

Definen criterios básicos de comportamiento que son esenciales, innegociables e inaplazables para la entidad, y sientan las bases para la proyección de esta hacia la sociedad en términos de imagen, confianza mutua, impacto socioeconómico y reputación.



Transparencia

Está relacionado con la puesta en conocimiento de los grupos de interés de la información que les es relevante para identificar, medir y mitigar los riesgos en los que incurrir y que se derivan de la actividad del Grupo. Supone trasladar de forma clara, explícita, rigurosa y veraz los objetivos, pretensiones y procedimientos de la Entidad para que dicha información sea sometida al escrutinio público y a la valoración general de la sociedad.

Integridad

Hace referencia a la entereza moral, a la rectitud, al deber, a la firmeza y a la honradez como cualidades del comportamiento del Grupo. Supone actuar decididamente para que la Entidad sea leal a su naturaleza, a sus orígenes, a sus convencimientos y a su vocación teniendo presentes las expectativas de los grupos de interés.

Diversidad

Hace referencia a la constatación, respeto y valorización de la pluralidad de intereses, percepciones, creencias, formas de pensar, capacidades y sensibilidades, tanto en el seno de la organización como en el conjunto de la sociedad.

Responsabilidad

Hace referencia a la debida identificación, valoración y asunción de las consecuencias de los actos del Grupo teniendo presentes las obligaciones contraídas y las expectativas de los grupos de interés.



VALORES DEL GRUPO

6 | LOS PRINCIPIOS DEL SEG DEL GRUPO COOPERATIVO CAJAMAR



Los principios son los elementos del SEG del Grupo que orientan a la acción a partir de los elementos materiales (valores) y los elementos contextuales (entorno y expectativas de los grupos de interés) que inciden de forma directa en su comportamiento.

Sientan las bases para definir, identificar y desplegar buenas prácticas bancarias en el conjunto de nuestro ámbito de actuación.

Existen dos tipos de principios, los derivados de la naturaleza de la Entidad por un lado, y los derivados de su compromiso con los grupos de interés y con la sociedad en su conjunto por otro. Los principios derivados de su naturaleza son el **principio de cooperación** y el **principio de economía social**.

Por su parte, los principios derivados de su compromiso son el **principio de prudencia**, el **principio de eficiencia**, el **principio de creación de valor compartido** y el **principio de sostenibilidad**.

PRINCIPIOS DEL SEG



Cooperación

Puesta en común de esfuerzos, conocimiento y recursos por parte de los miembros de la comunidad (grupos de interés) para conseguir un mayor beneficio mutuo, una mayor eficiencia y una mayor equidad.

Economía Social

Conjuga los desempeños económico-financiero, social y ambiental con el desarrollo del territorio y de los sistemas productivos locales a partir del modelo cooperativo.

Prudencia

Se actúa de forma oportuna, meditada, justa, adecuada, proporcional y moderada para afianzar tanto la seguridad, la solvencia y la fortaleza de la Entidad, como los beneficios para el conjunto de la sociedad.

Eficiencia

Optimización y asignación eficiente de los recursos, consecución de los objetivos y la adaptación de aquellos a estos según el criterio de racionalidad económica y el análisis coste-beneficio.

Valor compartido

Búsqueda del beneficio mutuo entre la Entidad, los grupos de interés y la sociedad en su conjunto.

Sostenibilidad

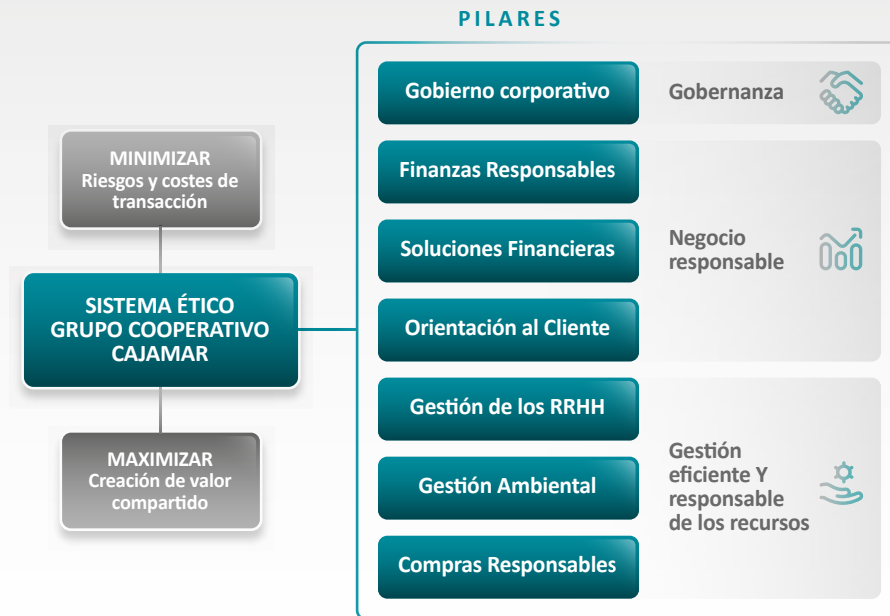
Se aplica el principio de precaución y la evitación de la traslación de cargas impropias (financieras, sociales, ambientales...) a las generaciones futuras.

7 | LOS PILARES DEL SEG (I)



Los pilares del SEG son los ámbitos temáticos, o grupos de políticas, medidas e instrumentos, a través de los que se trasladan los valores, principios y normas al conjunto de la Entidad.

Se pueden agrupar según las siguientes familias: **la gobernanza, el negocio responsable y la gestión eficiente de los recursos.**



7 | LOS PILARES DEL SEG (II)



Familia 1 GOBERNANZA Y PRINCIPIOS COOPERATIVOS



La gobernanza o gobierno corporativo hace referencia a las políticas, medidas e instrumentos que previenen, mitigan o minimizan el posible conflicto de intereses entre, por un lado los administradores y directivos, y, por el otro, los socios / accionistas / inversores, teniendo presentes los **principios cooperativos**:

→ **Retornos / rentabilidad**

→ **Representatividad**

→ **Democracia interna**

→ **Participación / accesibilidad**

Los modelos institucional y de negocio del Grupo articularán políticas, medidas e instrumentos que promuevan las buenas prácticas de gobierno corporativo, así como los principios cooperativos, de acuerdo con los valores y principios del SEG.

→ **Protección socio / accionistas / inversor**

→ **Autonomía**

→ **Cooperación intercooperativa**

GOBIERNO CORPORATIVO

El gobierno corporativo hace alusión al conjunto de políticas, medidas e instrumentos, tanto internos (protección de los derechos de los socios accionistas, composición y funcionamiento del consejo, información corporativa, etc.) como externos (comportamiento en los mercados de capitales, en el mercado de trabajo, etc.), que tienen como objetivo fundamental proteger a socios, accionistas e inversores, manteniendo como objetivo la minimización de los costes de agencia.

7 | LOS PILARES DEL SEG (III)



Familia 2 NEGOCIO RESPONSABLE



El negocio responsable hace referencia al modelo de negocio basado en el beneficio mutuo en las relaciones comerciales (estrategia ganar-ganar) y en la creación de un impacto positivo en la sociedad:

- Soluciones innovadoras de negocio
- Atención al cliente
- Protección del cliente
- Experiencia de cliente
- Soluciones para la inclusión financiera
- Soluciones para la economía productiva y los sistemas productivos locales
- Inversión socialmente responsable
- Inversiones de impacto
- Contribución a la sociedad
- Balance de las externalidades

El Grupo articulará políticas, medidas e instrumentos que promuevan el negocio responsable, la inversión socialmente responsable y las relaciones a largo plazo con sus clientes y proveedores de acuerdo con los valores y principios del SEG y garantizando la equidad y la sostenibilidad en la cadena de suministro.

FINANZAS RESPONSABLES

Relacionadas con las actividades e inversiones financieras autorreguladas por criterios éticos, sociales y ambientales compatibles con el desempeño económico-financiero de las mismas y el desarrollo de la economía productiva y los sistemas productivos locales.

SOLUCIONES FINANCIERAS

Hacen referencia al diseño de productos y servicios financieros innovadores e inclusivos que se adapten al perfil y a las verdaderas necesidades y expectativas de los socios, clientes y usuarios en materia de ahorro, inversión y servicios financieros en un entorno de seguridad y confianza.

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Relacionada con la consecución de una relación estable y duradera con el cliente en términos de atención, protección, satisfacción y experiencia, garantizando el beneficio mutuo y la creación compartido.

7 | LOS PILARES DEL SEG (IV)



Familia 3 GESTIÓN EFICIENTE Y RESPONSABLE DE LOS RECURSOS



La gestión eficiente y sostenible de los recursos hace referencia a la minimización del impacto y de las externalidades negativas sobre la sociedad y el medio ambiente, y que son resultado de la utilización de recursos materiales e inmateriales (intangibles):

- Recursos económicos
- Recursos financieros
- Recursos humanos
- Cadena de suministro
- Recursos sociales
- Recursos de conocimiento
- Recursos ambientales

**GESTIÓN EFICIENTE,
RESPONSABLE Y SOSTENIBLE DE**

El Grupo articulará políticas, medidas e instrumentos que promuevan la gestión y sostenible de los recursos de acuerdo con los valores y principios del SEG.

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Gestión eficiente, responsable y sostenible de los disponibilidad y capacidad de las personas empleadas, garantizando la preservación de su dignidad, la igualdad de oportunidades y sus derechos, así como un buen clima laboral que permita la consecución de los objetivos de la Entidad y la creatividad, la innovación y la autorrealización de las personas que la conforman.

GESTIÓN AMBIENTAL

Consecución de los objetivos económico-financieros de la entidad minimizando los recursos socio-ambientales utilizados y el impacto negativo sobre las comunidades y los ecosistemas.

COMPRAS RESPONSABLES

Promoción y traslación de los principios y valores de la Entidad al conjunto de la cadena de suministro, promoviendo una gestión eficiente, responsable y sostenible de la misma en un entorno de equidad, corresponsabilidad y beneficio mutuo.

8 | CRITERIOS DE DESPLIEGUE Y PROYECCIÓN DEL SEG



El despliegue y la proyección del **SEG** en el conjunto de la sociedad se realiza a través de los siguientes criterios:

- **Cumplir o explicar**
- **Diálogo permanente con los grupos de interés**
- **Innovación y proporcionalidad**
- **Integración de la información financiera y no financiera (INF)**
- **Estandarización a partir de los elementos diferenciales**



| | COMUNICACIÓN | GESTIÓN | IMPACTO SOCIAL | |
|----------------------|--------------|---------|----------------|--|
| CUMPLIR O EXPLICAR → | ✓ | | | |
| DIÁLOGO → | ✓ | ✓ | ✓ | |
| INNOVACIÓN → | ✓ | ✓ | ✓ | |
| INF → | ✓ | ✓ | ✓ | |
| ESTANDARIZACIÓN → | ✓ | ✓ | ✓ | |

9 | ÉTICA DIALÓGICA DEL GRUPO CAJAMAR: LOS GRUPOS DE INTERÉS



El concepto de ética del Grupo es eminentemente dialógica. El diálogo es un instrumento de comunicación con los grupos de interés, pero también contribuye a perfilar las relaciones éticas entre aquellos y la Entidad.

El Grupo define a sus grupos de interés (*stakeholders*) como aquellas instituciones o grupos de personas, organizados o no, que interactúan con la entidad en el desempeño de su negocio, entendido este en su sentido más amplio. Igualmente, se consideran grupos de interés aquellos grupos de personas que tienen un interés legítimo, directo o indirecto, en alguno o en varios ámbitos del desempeño de la entidad: **cooperativo, económico-financiero, social y/o ambiental.**

Por extensión, y en un sentido amplio del impacto de su gestión, el Grupo considera la necesidad de mantener igualmente un diálogo permanente y constructivo con las comunidades locales y con la sociedad en su conjunto.

El Grupo es consciente de que la propia evolución del negocio, del marco regulatorio y de la propia sociedad hace que los grupos de interés no sean departamentos estancos. Nos podemos encontrar, por un lado, con nuevos grupos de interés que no existían con anterioridad y que son consecuencia, bien de la articulación y vertebración de nuevos movimientos sociales, o bien lo son del desarrollo institucional de nuestra sociedad.

De igual manera, nos podemos encontrar con grupos de interés que tradicionalmente no han interactuado con la entidad, y que, por el propio desarrollo vertical, horizontal, institucional o territorial de su negocio, adquieren una especial relevancia y notoriedad.

Finalmente, y como ejemplo de complejidad a la hora de elaborar un diálogo permanente y fructífero con los grupos de interés, hemos de decir que las fronteras entre estos son cada vez más difusas debido a la complejidad de nuestra sociedad y al nivel de interrelaciones

personales e institucionales existentes en nuestros días. Dicha complejidad es causa y efecto a la vez del intercambio permanente de roles que los individuos experimentan en su vida cotidiana. V. gr.: un trabajador que es a su vez cliente y/o socio de la entidad.

En consecuencia, y a modo de resumen de lo planteado en el párrafo anterior, la identificación y el diálogo de los grupos de interés, que deben ser permanentes y constructivos, basados en el criterio de creación de valor compartido, deben tener presentes los siguientes aspectos, que son fruto de la complejidad de las sociedades de nuestro tiempo:

- El intercambio de roles sociales de las personas y de las instituciones.
- La articulación y vertebración de nuevos movimientos sociales.
- El desarrollo institucional de nuestra sociedad.

10 | EL CONCEPTO DE CERCANÍA COMO ELEMENTO DE DESPLIEGUE Y PROYECCIÓN DEL SEG



El Sistema Ético de Gestión es la expresión más completa de la cultura corporativa del Grupo. Define tanto lo que es (la naturaleza) como lo que quiere ser (la ética); tanto lo que hace (la misión) como lo que quiere hacer (la visión).

El concepto de CERCANÍA, a través de sus múltiples expresiones y manifestaciones, está presente de forma transversal en el Sistema Ético de Gestión del Grupo, en cada uno de sus elementos, definiendo un modelo de ÉTICA DE CERCANÍA basada en el conocimiento y el beneficio mutuo entre la Entidad y sus grupos de interés (creación de valor compartido).



11 | MAPA DE LA CULTURA CORPORATIVA

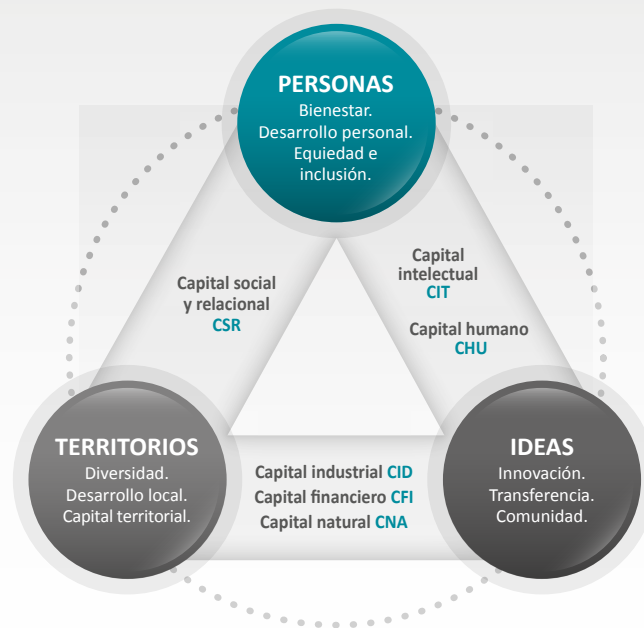


12 | CULTURA CORPORATIVA, TRANSFORMACIÓN DE CAPITALES Y SOSTENIBILIDAD



El Grupo Cooperativo Cajamar se vertebra a través de un genuino sistema de alianzas (Sistema Institucional de Protección: **SIP**) adaptadas a su modelo de negocio de base cooperativa que ha demostrado su capacidad para seguir fijando capital al territorio, promoviendo la economía social y mejorando la competitividad de los sistemas productivos locales.

En definitiva, creando capital territorial a través de estrategias de mutualización basadas en las personas, las ideas y los territorios: los tres pilares en los que el Grupo Cooperativo Cajamar basa su estrategia de sostenibilidad.



PREMISAS Y RESTRICCIONES

$\Delta CNA \geq (\text{absoluto})$

Preservación de los ecosistemas e idea fuerte de la sostenibilidad. El capital natural no puede ser compensado con otros capitales. Debe mantenerse o crecer.

$\Delta CHU \geq \Delta CFI$

Principios de la economía social y anteposición de las personas al capital.

$\Delta CIT \geq \Delta CID$

Digitalización y descarbonización de la economía. Economía de los intangibles.

$\Delta CHU \geq \Delta CID$

Bienestar y empleo.

$\Delta CID \geq \Delta CFI$

La economía financiera al servicio de los territorios y de los sistemas productivos locales.

$(CIT+CHU+CID+CNA+CSR) \geq 0$

Impacto positivo en la sociedad y el medioambiente, y mejora en la dotación de los capitales.



**GRUPO
COOPERATIVO
CAJAMAR**