

Acta de la Junta Directiva de AUSBANC CONSUMO

4 de febrero de 2010

Fallo de la XX Convocatoria de los Euros de Oro de AUSBANC

EURO DE ORO ENTIDAD FINANCIERA DEL AÑO 2009

Al sistema bancario español en su conjunto y en particular, en calidad de entidades más destacadas del Año 2009, a las siguientes:

Banco Santander

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria - BBVA

Banco de Sabadell

Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona - La Caixa

Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Ronda, Cádiz, Almería, Málaga y Antequera - Unicaja

Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Zaragoza, Aragón y Rioja - Ibercaja

Bilbao Bizkaia Kutxa - BBK

Caja de Ahorros de Asturias - Cajastur

Caja de Ahorros de Murcia - Cajamurcia

Caja de Ahorros y Monte de Piedad del Círculo Católico de Obreros de Burgos - Caja Círculo

EURO DE ORO MEJOR PRODUCTO FINANCIERO DEL AÑO 2009

« Plan de Ayuda a los clientes y familias con dificultades » de la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Baleares - Sa Nostra

Campaña publicitaria « Acaba con el suelo de tu hipoteca » de « Hipoteca Smash » del Banco Español de Crédito - Banesto

Campaña « Cero comisiones, cero condiciones » para cuentas corrientes y libretas de ahorro de la Caja de Ahorros de Valencia, Castellón y Alicante - Bancaja

« Programa de Ayudas de Emergencia Social » de la Caja Insular de Ahorros de Canarias - La Caja de Canarias

« Programa NetClub » para clientes jóvenes de la Caja de Ahorros de Galicia - Caixa Galicia

La Junta Directiva de la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (AUSBANC CONSUMO) en reunión celebrada el 4 de Febrero de 2010, con un único punto a tratar en el orden del día, tras amplia deliberación y, teniendo en cuenta las propuestas efectuadas por servicios centrales en Madrid y las delegaciones de Bilbao, Vitoria, Barcelona, Jaén, Sevilla, Canarias (Las Palmas y Tenerife), Baleares, Málaga, Zaragoza, Salamanca, Alicante, Córdoba , Orense, Valencia, San Sebastián, Vigo, Valladolid, Cáceres y Murcia, así como el muestreo efectuado entre Directores de Departamento y letrados de los servicios jurídicos de la Asociación, ha decidido otorgar los *Galardones Anuales en su XX Convocatoria, Euro de Oro «Entidad Financiera del Año 2009» y Euro de Oro «Mejor Producto Financiero 2009»*, a las siguientes Entidades:

Euro de oro “Mejor Entidad Financiera 2009” :

Conforme nos adentramos en el siglo XXI, se hace cada vez más notorio y evidente que la actividad financiera no puede sostenerse dando la espalda a la realidad, ni creando un artificioso universo en el que inmensas ganancias están basadas en un sistema de apuestas trucadas en los mercados de valores. Los responsables de haber creado ese monstruo de extrema codicia con cabeza en Wall Street, han provocado la mayor crisis económica desde la Gran Depresión y luego nos han pedido ayuda a todos los demás, empezando por sus propios conciudadanos. Luego Gobiernos en buena parte del mundo se la han concedido casi ilimitada, en medio de las dificultades económicas, incluso gravísimas, padecidas por la inmensa mayoría de la población. La inmoralidad de estos hechos es evidente. Alzamos la voz no sólo para denunciarlos sino para expresar que existe una alternativa real y cercana para un ejercicio responsable y sostenible de la actividad financiera.

El Euro de Oro del presente ejercicio quiere premiar por tanto al Sistema Bancario Español en su conjunto, porque no sólo ha afrontado con eficacia, compromiso y alta responsabilidad los golpes del “tsunami” financiero internacional sino que además ha sido capaz de realizar adquisiciones en el exterior, contribuyendo a una estabilidad no ficticia del sistema bancario mundial y poniendo de paso en tela de juicio ciertos modelos de desregulación, equivocada supervisión y dudosa calificación financiera.

Según la última Memoria de Supervisión del Banco de España, correspondiente al ejercicio 2008, los más de 278 mil empleados activos del conjunto de entidades registradas trabajaron un total de 457 millones de horas de trabajo para alcanzar la cifra de 3,1 billones de euros en activos, superar los 100 millones de tarjetas de crédito y gestionar más de 1,6 billones de euros en depósitos, con un patrimonio neto de 178.480 millones de euros y un ratio de titulización de activos de apenas el 14 por cien sobre activos totales, con el 54 % del total de créditos destinado a actividades productivas.

El director del Tesoro británico, Alistair Darling, justificaba a principios del pasado año una segunda aportación extraordinaria por parte de su Gobierno por importe de 74.000 millones de dólares - que se sumaban a los 55.000 millones de dólares del primer plan de ayudas a la banca británica - asegurando que:

"Los bancos de todo el mundo se han metido en dificultades enormes, y claramente los gobiernos de todo el mundo están teniendo que resolver el problema"

Por su parte, el Plan de Rescate aprobado por el Gobierno norteamericano se situó en una cifra de 700.000 millones de dólares: sólo con el concurso de tan inmensa cantidad de dinero las mayores entidades bancarias norteamericanas han atravesado el desierto del ejercicio 2009 tras la debacle de Lehman Brothers y los sucesivos rescates de aparentes colosos como Citigroup y la aseguradora AIG. Todo ello en medio del justificado malestar de los contribuyentes norteamericanos a quienes el anuncio de tímidas devoluciones parciales de ayudas no parece acabar de convencer,

por lo cual el presidente Barak Obama ha acusado recientemente de tomar “decisiones estúpidas” a los banqueros causantes de la crisis financiera internacional.

Volviendo a Europa, el Gobierno alemán tuvo que salvar la segunda entidad financiera de Alemania, el Commerzbank, con una inyección de capital de 10.000 millones de euros a principios de 2009. En total, 70.000 millones de euros fueron aprobados por el Gobierno alemán para la recapitalización de entidades en apuros. En la mismísima Suiza, el Gobierno helvético tuvo que intervenir con 60.000 millones de dólares para salvar a UBS de sus activos tóxicos, que fueron transferidos al Banco Nacional de Suiza, más una inyección de capital directa de más de 4.000 millones de dólares, por lo que la Confederación Helvética pasó a controlar el 9,3 % del capital de UBS.

En Francia el presupuesto para la “recapitalización” de entidades bancarias en dificultades fue de 40.000 millones de euros y en Austria de 15.000 millones de euros.

A pesar de que a partir del último trimestre de 2009 se han sucedido los anuncios de algunas entidades rescatadas para la “devolución” más o menos paulatina y parcial de las inmensas ayudas gubernamentales recibidas, es obligado persistir en el examen de lo ocurrido, no un “borrón y cuenta nueva”, señalando y denunciando aquéllos comportamientos financieros no sólo reprochables desde el punto de vista de la conciencia moral sino que además, intextricablemente aparejados a tan nefastas consecuencias económicas. Distinguiéndolos constructivamente de aquéllas otras conductas y procesos que han resultado más satisfactorios y responsables. Las cuales creemos que merecen con toda justificación, nuestro apoyo y reconocimiento explícito en los presentes Galardones Euro de Oro 2009.

Antes de pasar a la enumeración de las entidades que en representación de todo el sistema bancario español van a materializar “exaequo” el Euro de Oro 2009, queremos recordar que procedentes del epicentro de la responsabilidad en la crisis financiera internacional, todavía se reciben en España ciertos ataques periódicos por parte de entidades calificadoras como Moody's Investor Services o Standard and Poor's, las cuales en su momento no fueron capaces de advertir con ninguna antelación tragedias financieras como las de Lehman Brothers o la del sistema bancario de Islandia, que muy poco antes de declararse en bancarrota, contaban con elevadas calificaciones de solvencia por parte de estas agencias. Dichos ataques deben ser entendidos en el contexto de las expectativas que tienen algunos culpables de la crisis financiera de seguir actuando como si nada hubiera pasado, o a pesar de todo lo que ha sucedido. Nada más lejos de la realidad, como recientemente han puesto de manifiesto tanto la AEB como la CECA al apoyar explícitamente las medidas de penalización a la especulación salvaje en los mercados bancarios propuestas por el presidente estadounidense Barak Obama, quien reiteradamente ha hecho un llamamiento a la responsabilidad y al examen de conciencia por parte de Wall Street.

Cuando por otro lado muchas personas que pagan sus impuestos y que nunca se han saltado un semáforo en rojo pueden estar invirtiendo irresponsablemente a través de los llamados “hedge funds” en actividades declaradamente ilegales e ilícitas, es que algo muy perverso, que precisa ser removido, está todavía latiendo en los mercados financieros internacionales.

El Galardón Euro de Oro de este año no es un suma y sigue, sino que quiere además de denunciar los espejismos financieros del modelo especulativo de banca de inversión y de sus ramificaciones supervisoras y calificadoras, otorgar reconocimiento a un modelo de gestión bancaria original, centrado aunque con los claroscuros de toda actividad humana, en las necesidades del cliente y que ha mantenido sin ayudas públicas directas la confianza y la solvencia durante el brutal ejercicio de 2009, significándose dicho Galardón en las siguientes entidades financieras, las cuales a nuestro juicio se han distinguido, cada una en su propia dimensión, por su robustez, flexibilidad, activo compromiso, buen desempeño y resultados:

BANCOS SANTANDER Y BBVA: Unicos bancos comerciales de dimensión internacional que no han recibido inyecciones públicas de capital a lo largo de la crisis. Con importantes adquisiciones en Europa, Estados Unidos, China y Brasil, ambas entidades han escalado posiciones en lo más alto del mapa bancario mundial sin perder la identidad ni la solidez original de su negocio.

BANCO SABADELL: Entre los bancos medianos, el Sabadell ha mantenido su posición de liderazgo en ratios de solvencia y morosidad, contribuyendo de forma importante a la tensión competitiva del sector y habiendo realizado además, recientes adquisiciones en Estados Unidos.

LA CAIXA: Lidera el ranking mundial de cajas de ahorro y el segmento de banca de particulares en España con un estilo de gestión que la convierte en un referente internacional del sector, también en cuanto al volumen e impacto de su Obra Social.

UNICAJA, IBERCAJA, BBK, CAJASTUR, CAJAMURCIA y CAJA CIRCULO DE BURGOS, como representantes más destacadas de la pujanza del sector de cajas de ahorros con liderazgo en cada uno de sus territorios de origen, elevados ratios de solvencia “core capital” que alcanzan el 14,1 % en BBK, el 12 % en Cajastur; el 11,51 % en Unicaja; el 9,76 % en Caja Círculo, el 8,81 % en Ibercaja y el 8,28 en Cajamurcia y con niveles de morosidad que están muy por debajo a la media, todos ellos en cifras inferiores o muy inferiores al 3 por cien y además, con una activa contribución a la estabilidad global del sistema bancario español.

A todos ellos concede la Junta Directiva de Ausbanc Consumo, con toda justicia e intención, como representantes más destacados del sistema bancario español en sus respectivos ámbitos, el Galardón Euro de Oro Mejor Entidad Financiera de 2009.

Euro de Oro “Mejor Producto Financiero 2009”

“Plan de Ayuda a los clientes y familias con dificultades” de la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Baleares - Sa Nostra

Desde Ausbanc siempre hemos defendido que las señas de identidad de las cajas de ahorro españolas forman parte de la solución a los problemas financieros del mundo.

En octubre de 2008, “Sa Nostra” anunció la puesta en marcha de un ambicioso Plan de Ayudas para familias y clientes con dificultades económicas, tanto transitorias o temporales en el pago de su hipoteca como en situaciones más graves, todo ello con el objetivo de ayudar financieramente a que dichas familias y clientes conservaran su vivienda habitual. El Plan estaba dotado inicialmente con un presupuesto de 200 millones de euros, pero la intensidad de los efectos de la crisis financiera en el empleo y en la actividad empresarial han hecho que durante el ejercicio de 2009 dicho presupuesto se haya elevado hasta alcanzar los 332 millones de euros, con un total de 2.112 clientes y familias beneficiadas, según datos difundidos recientemente por la entidad balear.

El plan de “SA NOSTRA” , brillantemente incardinado en la irrenunciable y ejemplar función social, también financiera, de las cajas, tuvo además la gran virtud de no sólo anticiparse a los efectos de la crisis sino de crecer con las crecientes necesidades. Ha significado la puesta en marcha de una ayuda financiera decisiva, efectiva y actualizada a todas aquellas familias y clientes que, afectados por la coyuntura desfavorable, se vieran en la difícil tesitura de padecer una grave situación económica que no les permitiera afrontar las deudas contraídas en la adquisición de la vivienda propia.

“SA NOSTRA” ha anunciado recientemente que durante la vigencia del Plan y especialmente durante todo el ejercicio de 2009, se han renegociado un total de 2.112 hipotecas, 1.800 a través de novación y carencia y 220 mediante la refinanciación.

Siempre con el objetivo de que los clientes pudieran conservar su domicilio habitual, la entidad propone distintas soluciones según la situación personal de cada cliente. Sa Nostra estudia el caso y ofrece la **alternativa más adecuada**, de acuerdo con las posibilidades de las familias.

El Plan de ayudas de Sa Nostra mantiene además dos líneas de actuación. Por un lado ofrece la posibilidad de la **novación** del préstamo con periodos de carencia, la **ampliación del plazo de la deuda** o la modificación de la forma de pago. También se propone la **dación** o compra-venta del inmueble con la posibilidad en alquiler.

Una segunda línea de actuación, ésta con cargo al presupuesto de la Obra Social, se ha dirigido a los clientes con dificultades más graves, motivadas por accidentes, enfermedades severas o situaciones extremas, las cuales les impidan asumir los créditos hipotecarios suscritos. En algunos de los casos se ha optado por la

bonificación total o parcial de intereses. El presupuesto destinado a esta segunda línea del Plan de Ayuda ha ascendido a 2,3 millones de euros.

Por todo ello, la Junta Directiva de la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios concede con toda justicia e intención al "Plan de Ayuda a los clientes y familias con dificultades" de la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Baleares - Sa Nostra el Galardón "Euro de Oro Mejor Producto Financiero de 2009"

Campaña publicitaria de "Acaba con el suelo de tu hipoteca" de "Hipoteca Smash" del Banco Español de Crédito - Banesto

La crisis económica tiene muchos efectos. Hay quien tal vez para eludir el examen sobre cuáles están siendo sus méritos para hacerle frente, haya querido presentar la actividad publicitaria como si fuera un problema, desviando así el foco de la opinión pública.

Nosotros no compartimos ese punto de vista. Seguimos creyendo que la buena publicidad es un motor esencial de la sana competencia y para la información de los consumidores y como prueba de ello el Euro de Oro Mejor Producto Financiero 2009 se concede por primera vez tras veinte años de convocatoria, a una campaña publicitaria inteligente, generadora de competencia, además de oportuna para los usuarios y llena de frescura en su presentación.

La campaña publicitaria "Acaba con el suelo de tu hipoteca" diseñada por Banesto para su producto "Hipoteca Smash" ha tenido el gran acierto de poner el foco en una mala práctica bancaria de evidente actualidad la cual está descrita con meridiana claridad y sencillez en el propio mensaje publicitario:

"Si el Euribor baja y tu hipoteca no, pásate a la Hipoteca Smash de Banesto y acaba con el suelo de tu hipoteca"

Por añadidura a lo certero del mensaje, la forma en que se presenta y materializa es atractiva, inteligente, fresca y por qué no decirlo, divertida, con lo cual facilita su difusión y genera una positiva corriente competitiva de doble alcance: para superar una mala práctica bancaria que daña el bolsillo del cliente y para mejorar el nivel competencial en la oferta de préstamos hipotecarios.

Por todo ello, la Junta Directiva de la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios concede con toda justicia e intención a la Campaña publicitaria de "Acaba con el suelo de tu hipoteca" de "Hipoteca Smash" del Banco Español de Crédito - Banesto el Galardón "Euro de Oro Mejor Producto Financiero de 2009"

Campaña “Cero comisiones, cero condiciones” para cuentas corrientes y libretas de ahorros de la Caja de Ahorros de Valencia, Castellón y Alicante - Bancaja

En Ausbanc siempre hemos defendido que las cajas de ahorro son el modelo para luchar contra la exclusión financiera y social. Este modelo se compone de la suma de todas las actuaciones concretas que se mantienen estables en el tiempo y en el espacio para proporcionar servicios bancarios básicos y oportunidades de ahorro seguro a toda la población. La titularidad de una cuenta bancaria es un requisito básico para el desarrollo de la persona en la sociedad actual. Este año el Euro de Oro quiere nuevamente reconocer y honrar un producto que está destinado a cubrir esa necesidad básica, una de cuyas variables fundamentales y posible barrera de entrada es, obviamente, el coste del servicio.

Desde que Bancaja adoptara su “Compromiso Bancaja” en el año 2005, estos Galardones Euro de Oro han premiado en dos ocasiones anteriores los méritos de aquél novedoso, fructífero y sostenido enfoque. Este año la entidad levantina vuelve al podio de galardonados por su campaña “Cero comisiones. Cero condiciones”, la cual significa sencillamente que todos sus clientes particulares no pagan comisiones de mantenimiento y administración de cuentas corrientes ni de ahorro, ni por transferencias o ingresos de cheques nacionales.

Algo en apariencia tan simple como eximir totalmente de comisiones la mera tenencia de una cuenta corriente o de una libreta de ahorro - punto de apoyo histórico en la conformación de las cajas - es en realidad un acto de importancia trascendente porque rompe la barrera del coste e impulsa además la competencia en un terreno donde lo original significa hacer lo que se hizo antes pero en condiciones muy distintas. Eso es innovación: la dejación del vulgar mandato de complicar las cosas.

Por todo ello, la Junta Directiva de la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios concede con toda justicia e intención a la **Campaña “Cero comisiones, cero condiciones” para cuentas corrientes y libretas de ahorros de la Caja de Ahorros de Valencia, Castellón y Alicante - Bancaja** el Galardón “Euro de Oro Mejor Producto Financiero de 2009”

Programa de Ayudas de Emergencia Social de la Caja Insular de Ahorros de Canarias - La Caja de Canarias

La situación económica actual ha generado un alarmante crecimiento del número de personas en situación de exclusión social o en riesgo de caer en ella, principalmente como consecuencia del incremento sostenido del paro y de la consiguiente finalización de los periodos de cobro de las prestaciones por desempleo. Como decíamos antes, las cajas de ahorro ofrecen a través de su Obra Social, un marco

idóneo para sumar esfuerzos en la lucha contra estas situaciones. En esta ocasión, los Galardones Euro de Oro Mejor Producto Financiero 2009 quieren premiar y reconocer la destacada actuación impulsada por la Caja Insular de Ahorros de Canarias - La Caja de Canarias, la cual a través de su Programa de Ayudas de Emergencia Social ha logrado implicar en esa tarea urgente a las administraciones públicas locales, amplificando con ello las posibilidades y extensión de la iniciativa. Dicho Programa de Ayudas que merecidamente sube al podio de galardonados en la presente edición de los Euros de Oro, fue puesto en marcha en junio de 2009 y hasta la fecha ha movilizó ayuda económica para necesidades básicas a miles de familias en Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura, en concreto y según los últimos datos publicados, con la tramitación de un total de 3.042 solicitudes de ayuda por un importe global de 1.492.282 euros. Las ayudas, gestionadas desde las respectivas áreas de los Servicios Sociales de los distintos Ayuntamientos sobre las que resuelve la Obra Social de la caja, se concretan en dos modalidades; en función de las necesidades del beneficiario: una Tarjeta Regalo a utilizar en supermercados de las cadenas Spar y Vivó y en pagos directos de recibos básicos.

La iniciativa hoy premiada, nació con el objetivo de colaborar con los ayuntamientos, aportando recursos económicos para atender a familias afectadas por una situación de extrema necesidad y que no pueden afrontar gastos fijos mensuales referidos a alimentación, alquileres, educación o gastos médicos. En este sentido, el programa dota de recursos económicos y facilita los trámites y el abono de ayudas a las familias canarias más necesitadas, implicando y ampliando por tanto la gestión social de los ayuntamientos.

El programa está dotado con un presupuesto global de 4.040.000 de euros, repartidos entre los 2.000.000 de euros que aporta la Obra Social de la Caja de Canarias para todas las Islas; otros 2.000.000 de euros que aporta el Cabildo de Gran Canaria para la isla grancanaria; y 40.000 euros más que aporta el Cabildo de Fuerteventura para la isla majorera. Supone por tanto una iniciativa especialmente valiosa tanto en original planteamiento de coordinación con los Ayuntamientos como por el volumen de recursos implicados y número de beneficiarios.

Por otro lado, Caja de Canarias ha ampliado el radio de actuación de su 'Programa de Ayudas de Emergencia Social' a las personas afectadas por catástrofes locales como el temporal acontecido en Tasarte (Gran Canaria), o el incendio que el pasado verano azotó La Palma, destinando ayudas directas de 1.000 euros a cada familia afectada por estos fenómenos. Este importe ha sido destinado a ayudar a costear los gastos imprescindibles para que estas familias puedan volver a la normalidad cuanto antes, es decir, reforma de viviendas, reposición de enseres y electrodomésticos o adquisición de artículos de primera necesidad. Sin olvidar por último, pero no menos importante y necesario, que el programa de microcréditos empresariales por parte de la Caja de Canarias ha promovido durante 2009 la creación de 130 puestos de trabajo directo en un total de 85 actuaciones de financiación.

Por todo ello, la Junta Directiva de la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios concede con toda justicia e intención al **Programa de Ayuda de Emergencia Social**

de la Caja Insular de Ahorros de Canarias - La Caja de Canarias el Galardón "Euro de Oro Mejor Producto Financiero de 2009"

Por todo ello, la Junta Directiva de la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios concede con toda justicia e intención al Programa de Ayuda de Emergencia Social de la Caja Insular de Ahorros de Canarias - La Caja de Canarias el Galardón "Euro de Oro Mejor Producto Financiero de 2009".

Programa "NetClub" para clientes jóvenes de la Caja de Ahorros de Galicia - Caixa Galicia

Nuestra época es contradictoria para tantos jóvenes que tal vez desanimados por la falta de perspectivas laborales, sienten la paradoja de un mundo de oportunidades al que no pueden tener acceso. Los menores de 26 años son, sin embargo, los futuros clientes de cualquier entidad financiera. Estos Galardones Euro de Oro 2009 se cierran pues con el reconocimiento a una acción sostenida por Caixa Galicia desde el mes de julio de 2001 cuando creó el concepto "NetClub" para dar servicio bancario específico a los menos de 26 años, con atención a sus expectativas y necesidades.

Buena prueba de ello es que durante este tiempo Caixa Galicia ha formalizado un total de nada menos que 160.212 cuentas para usuarios menores de 26 años.

Los productos y servicios de NetClub se han distribuido y diseñado en tres tramos, de 0 a 12 años (con Mi Libreta NetClub); de 12 a 18 (al cumplir años, el cliente se convierte de forma automática en Libreta Junior NetClub) y de 18 a 26 (Libreta Joven NetClub).

Con NetClub, los más jóvenes disponen en Caixa Galicia de libretas, tarjetas, préstamos para financiar su formación o servicios de banca por nuevas tecnologías especialmente concebidos para ellos en condiciones muy ventajosas. Pero además de los servicios financieros concretos, NetClub permite a los más jóvenes disfrutar de otras ventajas a destacar, como el descuento en el precio de las entradas para ciertos espectáculos culturales y eventos deportivos, el pago de matrículas en numerosos centros educativos de forma telemática o la posibilidad de participar en varias pruebas o concursos. El portal web específico para los usuarios de este programa de Caixa Galicia (<http://netclub.caixagalicia.es>) registra una media de 25.500 páginas vistas mensuales, y los concursos desarrollados en este portal han registrado, sólo en los nueve primeros meses del año, más de 7.000 participantes.

Pero a través de Netclub, Caixa Galicia también fomenta entre sus clientes la lectura, ya que en los últimos 12 meses ha repartido 24.534 libros entre los usuarios de su programa, a través del canje de puntos generados por el ahorro. En total, y desde el año 2006, cuando se inauguró la posibilidad de canjear los puntos NetClub por libros, tanto de ficción como educativos o de consulta, se han distribuido un total de 113.958 títulos entre los niños y jóvenes usuarios de este programa.

El desarrollo de esta continuada iniciativa de Caixa Galicia hacia los más jóvenes, siempre orientada al largo plazo, cobra mayor significado y coherencia cuando se ponen sobre la mesa otros datos representativos de la actividad financiera de la entidad de ahorro: en concreto el hecho de que durante los durísimos primeros nueve meses de 2009, el grupo de empresas participadas por Caixa Galicia hubiera sido capaz no sólo de mantener íntegramente el empleo sino de crear 700 nuevos puestos de trabajo hasta sumar un total de 47.700 personas.

Por todo ello, la Junta Directiva de la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios concede con toda justicia e intención al Programa **“NetClub” para clientes jóvenes de la Caja de Ahorros de Galicia - Caixa Galicia** el Galardón **“Euro de Oro Mejor Producto Financiero de 2009”**

En aras al cumplimiento del artículo 2 de los Estatutos por los que se rige la asociación, en relación con lo preceptuado por el artículo 21, 2. c. de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, se informa que el otorgamiento de estos galardones no implica, en ningún caso, recomendación de los productos o servicios y/o entidades galardonadas, ni constituye comunicación comercial sobre los mismos, figurando la mención, logotipos, y cualesquiera otras referencias de las mismas, a los únicos efectos informativos para la mejor identificación de los galardones.