

**PARTE II**  
/INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2006



## CARTA DEL PRESIDENTE

El Grupo Banco Popular tiene vocación de permanencia en el tiempo, con un desarrollo propio que no se basa en la improvisación o en la espontaneidad. No creemos que el éxito se alcance de forma fugaz en un breve período de tiempo y que del mismo modo, desaparezca. El Grupo es fiel a los objetivos que justificaron su creación y mantiene su cultura de servicio con la ilusión y el empuje propios de una entidad que rejuvenece cada año.

Desde hace más de tres décadas ha ido integrando en su estrategia prácticas, políticas y criterios de gestión que –sin perder de vista la prioridad legítima de alcanzar los mejores resultados– tratan de contribuir eficazmente, mediante la creación de empleo y riqueza, al crecimiento económico de su entorno, satisfacer de forma razonable las demandas de sus grupos de interés y colaborar en la protección del medio ambiente.

El mercado y la sociedad en general demandan a las empresas un comportamiento ético y responsable y, en consecuencia, valoran positiva o negativamente la forma en que asumen su compromiso como agentes de desarrollo en la comunidad a la que pertenecen. El Grupo Banco Popular contempla esta demanda no sólo como una exigencia sino que, por convicción propia, considera que la contribución al bienestar social está englobada dentro de la esfera de su responsabilidad.

La responsabilidad social, como la entiende el Grupo, va más allá de la simple acumulación de operaciones de imagen que buscan el efímero beneplácito del mercado o el puntual aplauso de la opinión pública. Se trata de un compromiso permanente en la relación con todos nuestros grupos de interés, afecto a todas las áreas y actividades de la empresa ya que es misión de toda la organización actuar de forma responsable.

Por cuarto año consecutivo, este informe expone de forma detallada las líneas de actuación a través de las que el Grupo Banco Popular ha afrontado su compromiso en materia de Responsabilidad Social. El informe ha sido sometido a verificación externa independiente para validar la adaptación de su contenido a los criterios de la Guía de Global Reporting Initiative (GRI), referente internacional asumido por las empresas como guión para la elaboración de sus informes en esta materia, y se ha solicitado del GRI su calificación de "In Accordance". Es preciso destacar al respecto el considerable esfuerzo que el Grupo ha realizado para adecuar el contenido –en tan sólo un par de meses– a la tercera generación de la Guía, la denominada G3, aparecida en octubre de 2006.

En 2006 el Grupo Banco Popular ha puesto en práctica políticas de responsabilidad social y ha trabajado en el desarrollo y perfeccionamiento de las que habían sido introducidas anteriormente. Aunque se han alcanzado progresos notables, somos conscientes de que el reto de la responsabilidad social es una carrera de fondo en la que hay muchas líneas de meta que cruzar. Seguiremos trabajando para avanzar en la consecución de fines que respondan a las expectativas de nuestros accionistas, clientes, empleados y de la sociedad en general.

A continuación se resumen algunas de las acciones más relevantes que, con mayor detalle, se describen en el presente informe:

La estrategia comercial se diseña sin perder de vista el alcance social de todas nuestras acciones. Se comercializan productos y servicios que tienen por objeto cubrir un fin social, como los que se desarrollan expresamente para hacer más fácil la integración de determinados colectivos que se encuentran en una situación menos favorecida. En esta línea me gustaría destacar la creación de MundoCredit, un nuevo modelo de negocio

enfocado a los trabajadores extranjeros residentes en España, que se caracteriza por la adaptación a sus necesidades y estilo de vida. Hasta el momento se han abierto tres sucursales pero con el objetivo de superar el medio centenar durante 2007.

El Grupo Banco Popular es el conjunto de las personas que lo forman y de su cultura corporativa. Su éxito sería impensable sin el esfuerzo de cada una de ellas, cuya contribución ha hecho posible que nuestro Grupo siga siendo un modelo de referencia, no sólo como entidad financiera europea, sino también como agente dinamizador de la responsabilidad social corporativa. Por eso, como empresa de personas, el conocimiento de sus inquietudes y sus necesidades profesionales es pieza clave y presupuesto de cualquiera de nuestros planes y estrategias. En esta línea, a lo largo de 2006 se ha trabajado intensamente y con una dedicación de recursos –económicos y humanos– sin precedentes, en la elaboración de un nuevo sistema retributivo que se aplicará, desde los primeros meses de 2007, a toda la plantilla. En este ámbito además se confirma el éxito obtenido por el programa de conciliación de la vida laboral y familiar introducido a finales de 2005, a cuyas medidas se han acogido 1.289 empleados en el año 2006, y al que el Grupo ha destinado cerca de un millón de euros.

El Grupo cree que la política de responsabilidad social es una pieza fundamental de su estrategia. Para hacerla más efectiva y facilitar su difusión en toda la organización se ha creado la oficina de Responsabilidad Social Corporativa. Su misión es la de impulsar y desarrollar esa política de acuerdo con las directrices fijadas por el Consejo de Administración.

Por último, me gustaría dejar constancia del agradecimiento de todos los miembros del Consejo de Administración, a nuestros accionistas, clientes, empleados y, en general a todos aquellos que con su apoyo y esfuerzo hacen del Grupo Banco Popular una empresa socialmente responsable que afronta el futuro con ilusión y confianza.

Febrero 2007

## LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

## ÍNDICE

## 1. EL GRUPO BANCO POPULAR

- 1.1. LA ORGANIZACIÓN
- 1.2. MISIÓN
- 1.3. VISIÓN
- 1.4. VALORES
- 1.5. ESTRATEGIA Y POLÍTICAS DE GESTIÓN
- 1.6. MARCO GENERAL DE RSC
  - 1.6.1. ESTRUCTURACIÓN ORGÁNICA DE LA RSC EN EL GRUPO BANCO POPULAR.
  - 1.6.2. PAGINA WEB CORPORATIVA.
  - 1.6.3. LA POSICIÓN DEL GRUPO BANCO POPULAR ANTE LAS INICIATIVAS DE RSC
- 1.7. ESTADOS FINANCIEROS
- 1.8. EL IMPACTO EN LA ECONOMÍA  
VALOR ECONÓMICO AÑADIDO  
EL EMPLEO GENERADO POR EL GRUPO BANCO POPULAR
- 1.9. GOBIERNO CORPORATIVO
- 1.10. ACCIONISTAS
- 1.11. PREMIOS

## 2. LOS GRUPOS DE INTERÉS

- 2.1. CLIENTES
  - 2.1.1. LA PERSONALIZACIÓN FINANCIERA COMO ÉXITO DEL GRUPO BANCO POPULAR.
  - 2.1.2. CANALES DE SERVICIO AL CLIENTE
  - 2.1.3. LA COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES
  - 2.1.4. PROTECCIÓN DE LOS DATOS DE CARACTER PERSONAL Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN
  - 2.1.5. LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
  - 2.1.6. EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE
  - 2.1.7. LA SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE DURANTE LA UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
  - 2.1.8. PRODUCTOS CON ESPECIAL BENEFICIO SOCIAL
    - PROGRAMA TRABEX.- TRABAJADORES EXTRANJEROS
    - MUNDOCREDIT
    - CLUB SENIOR
    - CLUB POP y CLUB POP CAMPUS
    - COLECTIVOS
    - ACUERDOS DE COLABORACIÓN CON BANCOS DE DESARROLLO
    - PRODUCTOS DE PREVISIÓN
- 2.2. EMPLEADOS
  - 2.2.1. LA GESTIÓN DE PERSONAL DE GRUPO BANCO POPULAR
  - 2.2.2. CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y LABORAL.
  - 2.2.3. COMUNICACIÓN INTERNA Y PARTICIPACIÓN DE LOS TRABAJADORES
  - 2.2.4. LA FORMACIÓN
  - 2.2.5. SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO
- 2.3. PROVEEDORES

### 3. LA SOCIEDAD

#### 3.1. ACCIÓN SOCIAL

- 3.1.1. LA INVERSIÓN SOCIAL DEL GRUPO BANCO POPULAR
- 3.1.2. COLABORACIÓN EN PROYECTOS DE ONGs Y ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO. ASISTENCIA EN CATÁSTROFES Y AYUDAS ECONÓMICAS.
- 3.1.3. FINANCIACIÓN A PARTIDOS POLÍTICOS, SINDICATOS Y ONGs
- 3.1.4. MICROCRÉDITOS
- 3.1.5. OTRAS FINANCIACIONES PREFERENTES PARA PYMES: LÍNEA BEI, y LÍNEAS DEL INSTITUTO DE FINANZAS DE CASTILLA-LA MANCHA Y DEL INSTITUT CATALÁ DE FINANCES
- 3.1.6. TARJETAS SOLIDARIAS
- 3.1.7. FONDOS DE INVERSIÓN
- 3.1.8. PRÉSTAMO PARA ADECUACIÓN DE INSTALACIONES HOSTELERAS A LA LEY ANTITABACO.

#### 3.2. LA SOSTENIBILIDAD

- 3.2.1. SOSTENIBILIDAD EN EL ÁMBITO INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN
  - MATERIAS PRIMAS
  - POLÍTICA DE REDUCCIÓN DE CONSUMO Y AHORRO DE MATERIA PRIMA
  - ENERGIA: REDUCCIÓN DE CONSUMOS INTERNOS
  - OTRAS INICATIVAS: RENOVACIÓN Y TRANSPORTE DE ELEMENTOS PELIGROSOS
- 3.2.2. SOSTENIBILIDAD EN RELACIÓN CON LA SOCIEDAD
  - FINANCIACIÓN DE PROYECTOS CON UN IMPACTO MEDIOAMBIENTAL BENEFICIOSO
  - PROYECTOS SECTOR CENTROS ASISTENCIALES
  - PROYECTOS DEL SECTOR BIODIESEL FINANCIADO POR EL GRUPO

### 4. SISTEMAS DE CUMPLIMIENTO Y CONTROL INTERNO

- 4.1. ÁREAS DE CONTROL
- 4.2. ASPECTOS RELEVANTES
- 4.3. TOTAL DE AUDITORÍAS INTERNAS
- 4.4. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL RIESGO

### 5. VERIFICACIÓN DE CONFORMIDAD CON LOS INDICADORES GRI

## 1.- EL GRUPO BANCO POPULAR

### 1.1. LA ORGANIZACIÓN

#### PRINCIPALES BANCOS Y SOCIEDADES DEL GRUPO

El presente Informe de Responsabilidad Social Corporativa se refiere a las actividades realizadas por Banco Popular Español, S.A. (en adelante, Banco Popular) y su grupo financiero (en adelante, el Grupo o Grupo Banco Popular) que resultan de interés desde el punto de vista de la acción social o de la sostenibilidad.

El Grupo Banco Popular, además de Banco Popular, comprende otros diez bancos en los que la matriz ostenta la mayoría del capital y la gestión, que son los siguientes: Banco de Andalucía, Banco de Castilla, Banco de Crédito Balear, Banco de Galicia, Banco de Vasconia (en adelante, Bancos filiales), Banco Popular Hipotecario, Bancopopular-e.com, Popular Banca Privada, Banco Popular Portugal y Banco Popular France. El Grupo comprende también diecisiete sociedades operativas, que cubren la práctica totalidad de los servicios financieros: gestión de fondos de inversión y de pensiones, intermediación de valores mobiliarios, administración de carteras y patrimonios, factoring, seguros, inversiones en capital riesgo y renting. En alguna de estas sociedades, Banco Popular comparte la propiedad con socios externos de primera fila en sus respectivas ramas de actividad.

El Grupo Banco Popular, tercer grupo bancario de España, cuenta con una plantilla de más de 14.100 personas y dispone de una red de más de dos mil doscientas sucursales distribuidas en todo el territorio nacional, doscientas en Portugal y catorce en Francia, a las que se añaden Oficinas de Representación y Despachos de Colaboración en otros diez países.

El equipo humano de Grupo Banco Popular trabaja con el propósito de ofrecer a los clientes del Grupo los mejores productos y las mejores soluciones a la medida de cada necesidad o negocio individual, con profesionalidad y transparencia.

### 1.2. MISIÓN

La misión del Grupo es la creación de valor sostenido a largo plazo para sus inversores, lo que incluye, afrontar, al mismo tiempo su responsabilidad ante sus grupos de interés, la sociedad y su entorno, con eficacia, honestidad y diligencia.

Esta misión se fundamenta en su identidad y cultura corporativa propias, como grupo financiero de ámbito fundamentalmente ibérico, especializado en particulares,

comercios y empresas, y que mantiene su orientación decidida hacia la calidad de servicio, la rentabilidad y la eficiencia, en un proceso de renovación permanente ante los desafíos del nuevo mercado europeo de servicios financieros.

### 1.3. VISIÓN

El negocio se sustenta en la confianza y fidelidad de los clientes, por lo que se cuidan todos los elementos y cualidades que las hacen posibles, como la integridad, transparencia, discreción y responsabilidad. La asunción de tales criterios éticos es un deber ante clientes, accionistas, autoridades y ante la sociedad en general, y debe conformar el desarrollo de la actividad diaria.

### 1.4. VALORES

La cultura corporativa del Grupo y de las personas que trabajan en él, puesta de manifiesto en el Repertorio de Temas -publicado anualmente desde hace décadas- y en el Libro de Estilo (ver página [www.bancopopular.es](http://www.bancopopular.es)), en los que se expresan las normas y los criterios éticos que han configurado el Grupo a lo largo de los años, se refleja fielmente en los siguientes siete principios, sencillos, pero suficientemente expresivos:

#### Espíritu de trabajo en equipo

El trabajo en equipo, dentro del clima necesario de colaboración, comunicación y confianza, es una fórmula de gestión del Grupo, cuyo éxito se debe a la suma del de todas las personas que prestan servicios en él.

#### Cultura de servicio al cliente

El cliente es el eje alrededor del que está esencialmente orientado el trabajo del Grupo. A los clientes se les ofrece un servicio ágil, eficiente y de máxima calidad. Se les trata como a los empleados del Grupo les gustaría ser tratados, trabajando conjuntamente con ellos, adaptándose a sus necesidades y ofreciéndoles respuestas ágiles e individualizadas.

#### Desarrollo sostenible de la empresa

El Grupo asume como valor el desarrollo sostenible, en su sentido de búsqueda permanente del desarrollo económico, la integridad medioambiental y el bienestar social.

#### Respeto a las personas y a su diversidad

El respeto mutuo es un pilar fundamental de las relaciones internas, que guía todas las tareas y funciones asumidas dentro del Grupo.

El principio de diversidad rige como regla de actuación en todos los ámbitos, con respeto y aceptación de la diversidad de opiniones, perspectivas, culturas, edades y sexos. En esta línea, no se han producido operaciones susceptibles de ser consideradas episodios de trabajo forzado o no consentido.

#### Iniciativa y compromiso

La iniciativa en la toma de decisiones y el alto grado de compromiso caracterizan a las personas que prestan sus servicios en el Grupo, por cuanto que el esfuerzo individual contribuye al éxito colectivo, y éste sólo es posible a través de la aportación e implicación de todas las personas que trabajan en los distintos puestos y funciones.

#### Flexibilidad y disposición al cambio

Como impulsores de procesos de cambio, los empleados del Grupo mantienen una actitud flexible y ágil ante la evolución del negocio y de su entorno, que hace posible que, año tras año, el mercado reconozca al Grupo Banco Popular como una organización eficiente, dinámica y segura.

#### Compromiso con el desarrollo del talento

El modelo de Gestión de Personas del Grupo tiene como elemento fundamental el mantenimiento de un alto nivel de confianza y de delegación en los empleados, a quienes ofrece una adecuada carrera profesional, mediante un sistema de promoción interna.

### 1.5. ESTRATEGIA Y POLITICA DE GESTION

---

#### SEÑAS DE IDENTIDAD DEL GRUPO BANCO POPULAR

- Preferencia por el mercado minorista.
- Estrategia comercial orientada a la banca de clientes, basada en la vinculación a través de múltiples productos.
- Oferta personalizada de productos, adaptada a las preferencias de cada segmento homogéneo de clientes.
- Canales múltiples de distribución comercial: red de agentes, sucursal, tarjeta, cajero automático, teléfono, internet.
- Competencia basada en la calidad, agilidad y personalización del servicio.
- Acuerdos y alianzas con otras entidades, en términos paritarios, para el desarrollo de actividades globales o específicas.

#### CRITERIOS DE GESTIÓN

- Crecimiento rentable del negocio.
- Máxima sanidad del balance.
- Elevada eficiencia operativa.
- Regularidad de la marcha del negocio, del beneficio y del dividendo.
- Organización orientada al cliente, flexible y plana.
- Profesionalidad de los procesos de decisión.
- Gestión activa del capital intelectual, formación y motivación del equipo humano.
- Empleo intensivo de la tecnología de la información para potenciar la acción comercial.
- Transparencia informativa interna y externa.

La gestión comercial del Grupo se fundamenta en un conjunto de criterios de aplicación sistemática a todas las áreas de negocio y que se pueden resumir en las pautas siguientes:

1.-Orientación a la banca de clientes. La estrategia comercial del Grupo Banco Popular se dirige, como objetivo principal, a hacer banca de clientes y con clientes, multicanal y multimarca, en el mercado ibérico.

En esta estrategia, la sucursal es el centro de las relaciones con el cliente como punto de venta, servicio y asesoramiento. Se trata de establecer una relación de conocimiento, de confianza mutua, que vincule estrechamente a la clientela con el Grupo, en la que éste pueda ofrecerle una gama lo más extensa posible de servicios financieros. En el Grupo Banco Popular lo primero es atender al cliente, antes que vender productos.



2.-Servicios personalizados. El Grupo dispone de una oferta de productos suficientemente variada que comercializa con la flexibilidad necesaria para adaptarse a las necesidades de una clientela de empresas pequeñas, medianas y grandes, y particulares, con un perfil sociológico y financiero muy diverso. Cada cliente requiere una relación distinta, de acuerdo con sus preferencias acerca de los productos de ahorro e inversión, de financiación, de servicios y de previsión. El concepto de hacer trajes a medida, que el Grupo estableció hace muchos años, sigue siendo una de sus señas de identidad en el mercado de servicios financieros.

La personalización de los servicios prestados se lleva a cabo bajo el criterio de segmentación del mercado por actividades y perfiles de clientes. Un gran segmento corresponde a la Banca Minorista, que incluye banca de particulares (colectivos, banca personal y banca privada), banca de empresas y, desde hace más de cinco años, también banca a distancia por internet (a través del canal de distribución Bank-on-line y por la entidad especializada bancopopular-e), y banca telefónica. El otro gran segmento lo constituye la Banca Mayorista, que agrupa y coordina las actividades de financiaciones estructuradas, mercados de capitales y operaciones de capital riesgo.

3.-Optimización de la red de sucursales. En 2006 el Grupo ha continuado con el plan de expansión de oficinas con el fin de alcanzar una mayor cuota de mercado y la mayor cercanía posible a la clientela potencial en áreas con buenas expectativas de crecimiento.

4.-Empleo de múltiples canales de comercialización. La vinculación de la clientela puede conseguirse de muchas formas según las características de cada segmento. La sucursal es la pieza básica en el negocio de banca comercial para llegar al cliente, aunque no la única. Al tiempo, otros canales como los cajeros automáticos, la banca telefónica y por internet desempeñan un papel creciente en la prestación de servicios, la consulta de operaciones y la información sobre productos.

#### **Estrategia del Grupo Banco Popular para el trienio 2004-2006. Culminación del Plan Suma.**

El Grupo Banco Popular ha alcanzado a 31 diciembre 2006 los objetivos propuestos en su plan estratégico a 3 años 'SUMA'. El Plan SUMA ha venido acompañado de un cambio de estrategia, actuando sobre márgenes, reforzando el capital y reforzando la vinculación de los clientes.

Como resultado, el Grupo en estos 3 años ha mostrado un

crecimiento rentable, equilibrado y sostenido. Asimismo, se ha impulsado el negocio con PYMEs y particulares y se ha maximizado la rentabilidad por cliente.

Grupo Banco Popular sitúa a sus clientes como eje central de su estrategia comercial, incorporando el factor Calidad de Servicio como referencia de todas sus acciones.

Se ha avanzado en el incremento y optimización de la red de sucursales y resto de canales 'a distancia', cada vez con mayor peso en cuanto a número de transacciones realizadas. Además, se ha diseñado una oferta de productos y servicios adecuada a los clientes extrajeros.

Como consecuencia de su acuerdo estratégico con IBM, el Grupo se mantiene a la vanguardia de la banca española en adopción e implantación de las más sofisticadas herramientas tecnológicas.

El Grupo Banco Popular ofrece uno de los mejores ratios de eficiencia de la banca europea, gracias a su exhaustiva política de control de costes. Asimismo y citando un reciente informe de Standard & Poor's con fecha 8 de enero, Banco Popular arroja los más altos ratings asignados a un banco privado en España, lo cual refleja su sólida estructura financiera, su recurrencia en la obtención de ingresos y la calidad de sus activos.

Con esta estrategia basada en una elevada eficacia y eficiencia comercial, un servicio de calidad, una oferta de productos innovadora, una amplia base de clientes y un conjunto equilibrado de negocio, el Grupo ha potenciado enormemente su capacidad para obtener fuertes resultados en el futuro.

Es política del Grupo trasladar el éxito de su modelo a empleados, clientes y accionistas.

#### **Reordenación de la Dirección General del Grupo.**

##### Comité de Dirección y Comité de Negocio del Grupo

Este año se han creado el Comité de Dirección y el Comité de Negocio como órganos de apoyo a la Dirección General del Grupo.

El Comité de Dirección, presidido por el Consejero Delegado y compuesto por ocho miembros, cuenta entre sus funciones con las de analizar y decidir sobre las propuestas de las distintas áreas, con el fin de dotar a la Dirección General de una visión más rica y amplia de todas las áreas de negocio considerando su impacto. Además, se encarga de la puesta en funcionamiento y de

la aplicación práctica de las políticas establecidas por el Grupo, y mantiene reuniones mensuales de manera ordinaria, si bien puede celebrar sesiones extraordinarias si los asuntos o circunstancias de cada momento lo aconsejan.

El Comité de Negocio está igualmente presidido por el Consejero Delegado y compuesto por veintidos miembros, funciona como un foro de integración de los asuntos relevantes y estratégicos del negocio, y ordinariamente se reúne con carácter trimestral. Sus cometidos van en la línea de la promoción del desarrollo del negocio, la gestión del día a día y la participación en el diseño y seguimiento de la estrategia comercial del Grupo. Informa sobre las distintas unidades de negocio que lo componen y coordina sus actuaciones conjuntas.

## 1.6. MARCO GENERAL DE RSC

### 1.6.1 Estructuración orgánica de la RSC en el Grupo Banco Popular

Como continuación al acuerdo adoptado por el Consejo de Administración de Banco Popular en 2005, que atribuyó a la Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses competencias relativas a la fijación de la política, control e información de todo el Grupo Banco Popular en materia de Responsabilidad Social Corporativa, dicha Comisión ha decidido en 2006 crear la Oficina de Responsabilidad Social Corporativa.

El principal cometido de la Oficina es desarrollar la estrategia de responsabilidad social de acuerdo con la política y los criterios fijados por el Grupo, además de atender la creciente demanda de información, tanto sobre esta materia de agentes externos, como de los propios empleados.

#### La verificación del presente informe

El Grupo Banco Popular, somete a sus auditores, PricewaterhouseCoopers Auditores, S. L. (en adelante "Pwc"), la verificación del presente informe, para lo que se aplicarán los criterios del Global Reporting Initiative (en adelante, GRI), de acuerdo con cuya guía de actuación G3 se ha redactado este informe. El número de horas empleadas por Pwc para verificar dicho Informe ha sido de 316.

### 1.6.2 Página Web corporativa

La página web corporativa [www.grupobancopopular.es](http://www.grupobancopopular.es), y la de Banco Popular y de los bancos filiales reflejan fielmente la imagen corporativa del grupo, en relación

con los distintos aspectos del negocio que son relevantes para sus inversores y grupos de interés.

#### Accesibilidad de la Página web

Banco Popular se encuentra en pleno proceso de adaptación de su página web corporativa, con el fin de garantizar a la inmensa mayoría de los usuarios el mejor y más sencillo acceso a sus contenidos, con independencia del tipo de hardware, software, capacidades de los usuarios, infraestructura de red, y localización geográfica.

La iniciativa que regula y marca las normas de accesibilidad en la web es la Web Accessibility Initiative (WAI), desarrollada por World Wide Web Consortium (W3C). El objetivo de la entidad es conseguir el nivel AA de accesibilidad de WAI en la web corporativa durante el primer trimestre de 2007.

### 1.6.3 La posición del Grupo Banco Popular ante las iniciativas de RSC

#### El Pacto Mundial

Desde su formulación, el Grupo ha manifestado su compromiso con los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, como iniciativa ética por la que las empresas de todos los países acogen, como una parte integral de su estrategia y de sus operaciones, diez principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.

Dada la implantación territorial del Banco Popular y su Grupo, no se ha considerado necesario participar activamente en ninguna asociación concreta cuyo fin exclusivo sea la defensa de los Derechos Humanos en todo el mundo, ni suscribir formalmente ninguna declaración internacional al respecto.

No obstante, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses, del Consejo de Banco Popular, acordó asumir y adoptar las medidas para trasladar a toda la organización la aplicación concreta de los diez principios contenidos en el Pacto Mundial ("El Grupo Banco Popular manifiesta su apoyo decidido y su compromiso con los diez principios contenidos en el Pacto Mundial de Derechos Humanos (Global Compact), auspiciado por el Secretario General de las Naciones Unidas").

#### Cuestiones concretas relacionadas con el respeto de los derechos y libertades.

El Grupo Banco Popular no ha sufrido durante el ejercicio 2006 ningún incidente que haya supuesto un episodio de discriminación hacia ningún empleado, cliente o cualquier persona afectada por las actividades del Grupo. De la misma manera, no ha habido ningún incidente que haya supuesto violación en los derechos de pueblos indígenas, en tanto en cuanto las operaciones del Grupo se circunscriben al ámbito geográfico de la Península Ibérica. El Grupo no realiza actividades que conlleven un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil.

En cuanto a la formación del personal en materia de derechos humanos, el Programa “Implicando Equipos”, impartido a directivos, del que se informa en el epígrafe dedicado a Formación, es una primera aproximación del Grupo en esta materia. Por otro lado, el personal de seguridad de los edificios del Grupo ha sido formado en aquellos aspectos de los derechos humanos que son relevantes en el desempeño de sus labores. En concreto, el 78% del personal de seguridad tiene formación en esta materia. El resto, un 22%, está recibiendo la formación necesaria al respecto.

Durante el ejercicio 2006 el Grupo no ha sido objeto de ninguna acción por vulnerar la libre competencia, ni por poner en práctica acciones monopolísticas. Tampoco ha recibido multas ni sanciones significativas derivadas del incumplimiento de la normativa vigente.

En 2006, el Grupo ha aprobado un Código de Conducta con Proveedores, que recoge, aclara y sistematiza los criterios de selección y actuación que el Banco viene aplicando de acuerdo con su cultura corporativa y con los principios del Pacto Mundial de Derechos Humanos, para su aplicación por las entidades del Grupo.

### Global Report Initiative: La Guía G-3

El Global Reporting Initiative (“GRI”), constituido por Naciones Unidas con el objetivo de fomentar la calidad, el rigor, y la utilidad de las memorias de sostenibilidad de las empresas, sirve de guía orientadora para la elaboración de las citadas memorias sobre el desempeño económico, ambiental y social de la empresa. El presente Informe se ha elaborado de conformidad con los indicadores de Global Reporting Initiative en su Guía G3, y a la luz de los criterios específicos para entidades financieras recogidos en el Suplemento para el Sector de Servicios Financieros (Financial Services Sector Supplement).

El G3 incluye dos bloques de Principios, el primero concerniente al contenido de la memoria (Materialidad, participación de los Grupos de Interés, Sostenibilidad y Exhaustividad) y el segundo referido a la calidad de la

misma (Equilibrio, Precisión, Periodicidad, Claridad, Fiabilidad).

El Principio de Materialidad abarca aquellos aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización. El presente Informe plasma este Principio en los valores y retos, presentes y futuros, de la organización, las políticas y estrategias que sigue, así como en los riesgos e impactos que afectan a la organización y su entorno.

Con respecto al Principio de Participación de los Grupos de Interés, la Entidad centra su actividad en conseguir un equilibrio entre todos ellos: brindar el mejor servicio a los clientes teniendo en cuenta sus intereses y mejorando la oferta de productos, procurando el mayor respeto hacia los empleados y su situación laboral y personal, sin perder nunca de vista la mejora continua de la rentabilidad de los accionistas. En cuanto al entorno del Grupo Banco Popular en general, el Grupo intenta mejorar su situación, tanto en el ámbito social como en el medioambiental en la medida de lo posible, desde su papel en la sociedad como entidad financiera.

En cuanto al Principio de Sostenibilidad, el Banco abarca este concepto en su sentido más amplio, e intenta reflejar en este Informe todas aquellas actividades que contribuyen a preservar el medio: tanto en su labor de financiación de proyectos con un alto contenido medioambiental a otras entidades, como en su actividad diaria.

El último Principio relativo al contenido del Informe es el de Exhaustividad, el cual indica el alcance, cobertura y tiempo de la Memoria. El Informe de RSC comprende todas las actividades que, con una repercusión desde el punto de vista de la Responsabilidad Social Corporativa, han desarrollado Banco Popular y el resto de bancos y sociedades de su Grupo. Con el fin de mostrar la dimensión de las actividades del Grupo en el tiempo, se han relacionado los datos en el período temporal más amplio posible para dar una visión general de las mejoras en los distintos campos. En algunos casos, se dan datos cuantitativos que abarcan hasta cinco años. Asimismo, el Grupo Banco Popular somete su Informe de RSC a verificación por parte de auditores externos.

Dentro de los principios de calidad, se encuentra el Principio de Equilibrio. El Grupo presenta la información de la Memoria en un formato que permite a los usuarios ver las tendencias de todos los datos e indicadores que presenta, lo cual permite analizar los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo.

Con respecto al Principio de Periodicidad, la información reflejada en el Informe se prepara siguiendo los años naturales, indicando al principio del mismo el período al que hace referencia. No obstante, en muchas ocasiones la información puede quedar fuera de contexto si no se presenta comparada con datos referentes a fechas anteriores, en cuyo caso se incluyen esos datos para la mejor comprensión del lector.

El Principio de Claridad hace referencia a la manera de presentar la información, que debe ser comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la Memoria. En el caso del Grupo, la información que contiene el Informe de RSC intenta satisfacer las necesidades informativas de los usuarios al incluir todas las actividades relacionadas con la responsabilidad corporativa, y está ordenado de manera que se pueda ver con facilidad las distintas iniciativas ordenadas por intereses comunes.

Con respecto a los Principios de Precisión y de Fiabilidad, el Grupo pretende asegurar tanto la veracidad de los datos del Informe como la precisión de los mismos a través de la verificación por parte de auditores externos.

#### Fundación Empresa y Sociedad

Como manifestación de su vinculación con la sociedad, Banco Popular participa como socio de la Fundación Empresa y Sociedad desde 2005, con el objetivo de que esta Fundación sirva de cauce para profundizar en la integración de la acción social dentro de la estrategia de la organización, con un uso apropiado de los medios que el Grupo destina a la mejora de su política de responsabilidad social corporativa.

#### 1.7. ESTADOS FINANCIEROS

En la documentación anual, en la que se encuentra incorporado el presente Informe, se da amplia información sobre los estados financieros de la sociedad a través del Informe de Gestión y las Cuentas Anuales.

#### 1.8. EL IMPACTO EN LA ECONOMÍA

Banco Popular, como tercer mayor grupo bancario español por volumen de negocio, tiene un peso destacado en la creación de valor económico a escala nacional, de modo que su actividad empresarial contribuye de modo relevante a la generación del Producto Interior Bruto español. Al tiempo, el fuerte crecimiento del Grupo en términos de activos corre paralelo a la creación de nuevos puestos de trabajo, con un efecto significativo en la generación de empleo de nuestra economía.

A continuación se analiza el impacto del Grupo en la economía española en estos dos aspectos: por una parte, su aportación al producto interior bruto y por otra, su contribución a la creación de empleo.

#### La aportación del Grupo a la economía nacional

El análisis de la aportación consiste en evaluar el valor añadido generado por el Grupo en un ejercicio para compararlo con el Producto Interior Bruto (PIB) de nuestra economía en ese mismo periodo.

El valor añadido creado por el Grupo, aplicando el método llamado de rentas, es la suma de las remuneraciones pagadas a los factores primarios de producción. Estos conceptos son en primer término las rentas del trabajo (costes de personal, contribuciones a fondos de pensiones), las rentas pagadas al capital (dividendos) y las aportaciones a instituciones sin fines de lucro (donativos). A estos pagos externos hay que sumar el excedente que la empresa retiene dentro de su balance para su futuro desarrollo (beneficio no distribuido que se incorpora a reservas) y para mantener su integridad patrimonial (provisiones, saneamientos de activos y amortizaciones). Por último hay que sumar los impuestos pagados.

De los conceptos anteriores debe detrarse la parte de las rentas que han sido pagadas en otros países, tales como costes de personal en el exterior, dividendos percibidos por accionistas no residentes, o impuestos pagados en el extranjero. Una vez deducidas estas partidas, el importe resultante es el valor añadido generado por el Grupo en España en el ejercicio, o lo que es lo mismo, su aportación al Producto Interior Bruto de la economía nacional en ese periodo.

Conviene advertir que el cálculo del valor añadido en 2004-2006 se ha hecho a partir de los datos que, con fecha 22 de diciembre de 2006 ha facilitado el Ministerio de Economía. Se han utilizado estos datos actualizados para la elaboración del cuadro correspondiente, por lo que las cifras del PIB para los años 2004 y 2005 difieren de las publicadas en el Informe de RSC del año anterior.

El valor añadido creado por el Grupo en 2006 asciende a 2.948 millones de €, un 13,7% superior al del año anterior. De este total, las rentas del trabajo se elevan a 706 millones de € (el 24%), 41 millones de € más que en 2005. En cuanto a las rentas de capital ascienden a 535 millones de € (un 18,2%), 66 millones de € más que el año pasado y los donativos son 23 millones de € (un 0,8%). A continuación, el excedente suma 1.008 millones de € (34,2%) cifra resultante de 556 millones de € de beneficio no distribuido y 452 millones de € de

provisiones y amortizaciones. Este excedente supera los 918 millones de € obtenidos en el año 2005, correspondientes a la suma de 469 millones de € de beneficio no distribuido, más los 449 millones de € de provisiones y amortizaciones.

Por último, los impuestos representan 675 millones de € (22,9%) que en su mayor parte (632 millones de €) corresponden al impuesto de sociedades. A partir de las cifras anteriores, tras deducir las rentas pagadas en el extranjero, el valor añadido generado en España resulta 2.751 millones de €, con un crecimiento del 13,4% frente al año anterior. Este importe supone el 93,3% del valor añadido total. Durante el año 2005 los impuestos representaron 518 millones de € (20%) que en su mayor parte (447 millones de €) correspondieron al impuesto de sociedades.

De acuerdo con la Actualización del Programa de Estabilidad 2006-2009 empleado en la elaboración de los Presupuestos Generales del Estado para 2007, el Producto Interior Bruto español a precios corrientes en 2006 asciende a 975.577 millones de €, lo que significa un aumento interanual de 7,7%. Según la Contabilidad Nacional, el correspondiente a 2005 en términos comparables con el anterior (CNE base 2000) es 905.455 millones de €.

Como resumen de todo lo anterior, el valor añadido creado en 2006 por el Grupo Banco Popular en España, que asciende a 2.751 millones de €, representa una aportación del 0,282% al Producto Interior Bruto de nuestra economía, con un sensible aumento respecto al 0,268% relativo al ejercicio anterior.

El cuadro adjunto muestra el valor añadido generado por el Grupo en 2004, 2005 y 2006, su composición por clases de rentas, su importe en España y la contribución al PIB nacional en los tres años.

#### El empleo generado por el Grupo

El fuerte crecimiento del Grupo Banco Popular en los últimos años marcha paralelo a una activa política de contratación de nuevo personal, en número muy superior

al de las bajas producidas, con el consiguiente aumento del empleo.

Al cierre del ejercicio 2006, el Grupo da empleo a 14.056 personas, (252 empleados más que en 2005) de las que 12.636 trabajan en España y el resto, 1.420 personas, en otros países, principalmente en Portugal. El aumento neto de plantilla en el año ha sido de 252 empleados (un 2,1%), todos ellos en España.,

La evolución del número de empleados en los cinco últimos años muestra también un crecimiento del 1,1 % tomando como base la plantilla a final del ejercicio 2001. También ha aumentado la plantilla en España en el quinquenio un 1,5 %.

Los datos anteriores de plantilla corresponden al Grupo económico Popular según la definición de la Circular del Banco de España 4/2004 (que entre otros cambios ha ampliado el perímetro de consolidación) una vez recalculados con el nuevo criterio, por lo que difieren de los publicados en años anteriores.

El perfil típico de los empleados de nuevo ingreso responde a jóvenes de ambos sexos, que acaban de terminar su ciclo de estudios universitarios, con una muy corta experiencia laboral o sin ella.

El crecimiento de la plantilla de personal del Grupo reflejado en las cifras anteriores muestra un comportamiento opuesto al del conjunto de la banca en España, que ha sufrido una caída considerable. Mientras Popular ha aumentado su empleo neto en España en 191 personas, un 1,5%, durante el pasado quinquenio, el sector bancario ha eliminado más de 8.600 puestos de trabajo, una bajada del 6,3%, en el periodo 2001-2005 (aún no se dispone de los datos de 2006).

Esta evolución dispar entre el Grupo y el conjunto del sistema bancario es especialmente destacable si se tiene en cuenta que Popular se sitúa a la cabeza de la banca española en eficiencia -la relación entre costes operativos e ingresos totales- con una ratio del 31,23 % en el año 2006, un nuevo record histórico que supone una ventaja del orden de 11 puntos porcentuales respecto al sector.

Valor añadido generado por Grupo Banco Popular  
 Grupo económico según definición Circular Banco de España 4/2004  
 Miles de €, salvo indicación en contrario

	2006		2005		2004		Var. %
Remuneración del trabajo (a)	705.971	24,0%	664.521	25,6%	638.649	26,9%	6,2%
Sueldos y salarios	536.791		496.262		470.690		8,2
Cuotas de la Seguridad Social	128.891		122.479		118.497		5,2
Aportac. a fondo pensiones externo	23.060		28.457		34.114		<-19,0%>
a fondo externo	19.785		21.427		29.387		<-7,7%>
a fondo interno	3.275		7.030		4.727		<-53,4%>
Otros gastos de personal	17.229		17.323		15.348		<-0,5%>
Remuneración del capital (b)	535.111	18,2%	468.613	18,1%	438.976	18,5%	14,2%
Dividendos de Banco Popular	505.620		441.688		414.252		14,5%
Dividendos de intereses minoritarios	29.491		26.925		24.724		9,5%
Donativos a instituciones sin fines de lucro (c)	22.883	0,8%	22.899	0,9%	22.893	1,0%	<-0,1%>
Beneficio retenido (c)	556.104	18,9%	468.992	18,1%	260.267	11,0%	18,6%
Beneficio neto	1.091.215		937.605		699.243		16,4%
Menos: Dividendos	<-535.111>		<-468.613>		<-438.976>		14,2%
Provisiones y amortizaciones (d)	452.056	15,3%	449.382	17,3%	627.802	26,5%	0,6%
Pérdidas por deterioro de activos	309.885		352.149		431.610		<-12,0%>
Inversión crediticia	302.581		338.326		427.895		<-10,6%>
Otros activos	7.304		13.823		3.715		<-47,2>
Dotaciones a provisiones	39.041		<-2.975>		101.810		
Riesgos contingentes	24.117		6.837		24.606		>
Fondo de pensiones	17.559		11.446		81.159		53,8%
Otras	<-2.675>		<-21.258>		<-3.955>		87,4
Amortizaciones	103.130		100.208		94.382		2,9%
Inmovilizado material	90.419		89.186		84.148		1,4%
Inmovilizado inmaterial	12.711		11.022		10.234		15,3%
Fondo de comercio	0		0		0		
Excedente (d+e)	1.008.160	34,2%	918.374	35,4%	888.069	37,5%	9,8%
Impuestos (f)	675.447	22,9%	517.660	20,0%	382.218	16,1%	30,5%
Impuesto sobre sociedades	632.242		476.878		346.598		32,6%
Impuesto sobre valor añadido (soportado)	29.017		26.506		24.019		9,5%
Otros impuestos	14.188		14.276		11.601		0,6%
<b>Valor añadido (a+b+c+d+e+f)</b>	<b>2.947.572</b>	<b>100%</b>	<b>2.592.067</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.370.805</b>	<b>100,0%</b>	<b>13,7%</b>
<b>Del que: Valor añadido en España</b>	<b>2.751.176</b>	<b>93,3%</b>	<b>2.426.130</b>	<b>93,6%</b>	<b>2.232.197</b>	<b>94,2%</b>	<b>13,4%</b>
Pro memoria: PIB a precios corrientes (millones €) (*)	975.577		905.455		840.106		
<b>Participación en el PIB</b>	<b>0,282%</b>		<b>0,268%</b>		<b>0,278%</b>		

(\*) Año 2005: INE - Contabilidad Nacional (CNE base 2000)

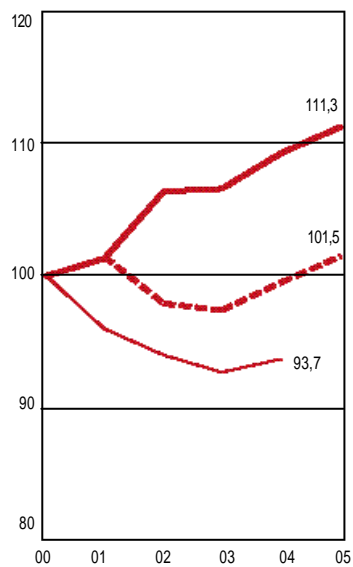
Año 2006: Ministerio de Economía y Hacienda - Actualización del Programa de Estabilidad 2006-2009 (22-12-2006)

Evolución del empleo en el Grupo Banco Popular  
Número de empleados a final de cada ejercicio

	2006	Var.	2005	Var.	2004	Var.	2003	Var.	2002	Var.	2001
Total empleados del Grupo	14.056	1,8%	13.804	2,5%	13.465	0,2%	13.434	5,0%	12.790	1,3%	12.631
En España . . . . .	12.636	2,1%	12.378	2,2%	12.116	-0,5%	12.179	-3,1%	12.574	1,0%	12.445
En el extranjero . . . . .	1.420		1.426		1.349		1.255	>	216		186
Índice (base 100 = 31.12.2001)											
Total empleados del Grupo . . . . .	111,3		109,3		106,6		106,4		101,3		100,0
En España . . . . .	101,5		99,5		97,4		97,9		101,5		100,0
Pro memoria: Total de empleados de la banca en España (*) . . . . .	nd		110.521	-4,0%	109.399	-6,0%	110.981	-7,3%	113.295	-6,3%	118.010
Índice (base 100 = 31.12.2001)											
Total empleados de la banca en España . . . . .	nd		93,7		92,7		94,0		96,0		100,0

(\*) Fuente: AEB - Asociación Española de Banca

Fig.1. Evolución del empleo del Grupo y  
del conjunto de la Banca  
(índice 100 = 31.12.2001)



Plantilla del Grupo  
— Total  
- - - En España  
— Plantilla total de la Banca en España  
(Fuente: AEB)



## 1.9. GOBIERNO CORPORATIVO

Desde las primeras iniciativas y Códigos de Buen Gobierno, el Grupo ha tratado de incorporar aquellos nuevos conceptos y recomendaciones que no formaban parte de su propia cultura corporativa.

Junto con este Informe se presenta el Informe de Gobierno Corporativo, en el que se detallan los principios y reglas que configuran el buen gobierno del Grupo Banco Popular.

Los Códigos de Buen Gobierno han sido objeto de una profunda renovación de sus recomendaciones, de lo que es buena prueba la aprobación del Código Unificado de Gobierno Corporativo, el 22 de mayo de 2006. El Banco Popular y los Bancos cotizados de su Grupo publican sus informes de Gobierno Corporativo de 2006, que se ajustan, en cuanto a su formato y contenido, al modelo de la Circular 1/2004, de 17 de marzo, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, así como a las recomendaciones contenidas en los Informes Olivencia y Aldama, de conformidad con el periodo transitorio previsto por el Código Unificado para el seguimiento de sus recomendaciones. No obstante, esos informes, en atención a la próxima incorporación a la práctica corporativa de las previsiones contenidas en el Código Unificado, recogen las líneas previsibles de las modificaciones de los reglamentos internos que deben abordarse a lo largo de 2007.

## 1.10. ACCIONISTAS

La cultura empresarial del Banco se basa en ofrecer y mantener los cauces adecuados y crecientes de información y participación de los accionistas en las decisiones más relevantes de la Entidad. El Grupo mantiene una política adecuada de retribución a los accionistas, cuyo número ha crecido de forma significativa en los últimos años, para superar la cantidad de ciento seis mil, con un aumento de más del seis por ciento en este año. Destaca el esfuerzo por difundir lo antes posible la información anual. Además de esta forma se facilita al accionista un periodo de tiempo para solicitar aclaraciones, formular consultas y efectuar propuestas, con el fin de asegurar la simetría en la difusión de la información y la prontitud en su publicación.

La Oficina del Accionista, creada en 1972, trata de asegurar una fluida comunicación con los accionistas, actuales o potenciales, mediante un trato personalizado. Junto a la atención presencial, por teléfono, por escrito o por correo electrónico, en la página web del Banco, existe

un capítulo específico dedicado a los accionistas donde pueden consultar los datos más relevantes sobre el Banco y su capital social. Las preguntas más frecuentes de los accionistas son las relativas a la cotización, evolución y datos fundamentales de la acción, resultados trimestrales y anuales, dividendos pagados y composición del accionariado.

Junto con la Oficina del Accionista, el Área de Relaciones con Inversores canaliza la relación con los inversores institucionales y analistas financieros. Esta relación se centra en el mantenimiento de numerosas reuniones informativas a lo largo de todo el año, tanto en España como en el extranjero. Durante 2006 se han concertado más de 500 entrevistas de estas características.

## 1.11. PREMIOS

Prueba de la calidad en la gestión que el Grupo ha seguido en 2006 son los premios recibidos en diversas categorías. A continuación se mencionan los más significativos:

[Sogeval, mejor gestora de fondos de inversión de renta variable por la revista Mi Cartera de Inversión.](#)

En la décimo cuarta edición de los Premios a los Mejores Productos Financieros elegidos por los lectores de la revista Mi Cartera de Inversión, Sogeval, la gestora de fondos de inversión del Banco Popular, fue elegida mejor gestora de fondos de inversión de renta variable.

[Prémios Melhores Fundos Portugal](#)

Gerfundos, una de las sociedades gestoras de fondos de Banco Popular Portugal, obtuvo los dos primeros galardones en la edición 2006 de "Os Prémios Melhores Fundos Portugal", concedidos por Standard Poor's y el Diário Económico, siendo los fondos vencedores Popular Global 25 y Popular 50.

[Eurovalor Bolsa Española, Premio al mejor fondo de inversión a cinco años en Renta Variable España, por Expansión y Standard & Poor's](#)

Los premios a los fondos de inversión se calculan a partir de los resultados en euros alcanzados a plazos de uno, tres y cinco años y usando el sistema S&P de rentabilidad relativa al riesgo. Para el cálculo, se excluyen los fondos con un patrimonio mínimo inferior al 20% de la media del sector y todos los de menos de 6 millones de euros. Tampoco se incluyen los fondos con una inversión mínima requerida para la entrada superior a los 601.012 euros, ni los que mantengan de manera regular altas posiciones de liquidez o que de forma continuada lleven a cabo una estrategia diferente a la del folleto.



El Banco Popular, galardonado con el Premio Empresarial "Familia" por el Grup D'Entitats Catalanes de la Família.

El pasado mes de mayo, en los XI Premios Empresariales e Institucionales Familia, el Banco Popular Español fue galardonado con este premio por las acciones dirigidas a la Conciliación de la Vida Laboral y Familiar de sus trabajadores.

El Banco Popular, "honoris causa" dentro del Cuadro de Honor del Rating de Banca de El Nuevo Lunes.

El Banco Popular se mantiene en el cuadro de Honor del Rating de Banca de El Nuevo Lunes, durante diecinueve años consecutivos, "por su crecimiento equilibrado y seguro". "El Grupo está calificado por las tres agencias internacionales de crédito con los ratings más altos de todo el sistema financiero español, en atención a la fortaleza de su balance, capacidad de generación de beneficios, elevada eficiencia y carácter recurrente de sus resultados".

Banco Popular, Mejor Empresa para trabajar por la Revista Actualidad Económica.

Sesenta y tres preguntas compusieron el cuestionario de la octava edición de Las Mejores Empresas para Trabajar en el que participaron 123 compañías que cumplían los siguientes requisitos: llevar más de cinco años de actividad y tener más de cien empleados en plantilla. Sobre un total de 1.000 puntos posibles, el Banco Popular obtuvo la puntuación más alta, con 747,5 puntos.

Angel Ron, Presidente del Banco Popular, Premio a la Transparencia por la Revista Banca 15.

El Presidente del Banco Popular, Angel Ron, ha sido distinguido, en septiembre de 2006, con el Premio a la Transparencia por la Revista Banca 15, dentro de "Los mejores de Banca 15 2005". La revista señalaba que "en el caso del Popular y de Ángel Ron la transparencia informativa es un atributo permanente, pero se habría incrementado, si cabe, con la forma de gestionar de Ángel Ron. Y si esa transparencia informativa es creciente y completa de cara a los medios de comunicación, se extiende de manera notable a la totalidad del negocio y a las relaciones con los clientes".

Premios Expansión & Empleo a la Innovación en Recursos Humanos

El Banco Popular Español consiguió uno de los seis accésit por el Plan Concilia, que contribuye a la mejora en la gestión de los recursos humanos, reuniendo todas las

iniciativas para lograr un equilibrio entre la vida personal y la laboral.

Bancopopular-e, la filial online del Grupo Banco Popular, Premio Excelencia en la categoría de Servicio al cliente por la Revista Dirigentes.

La división online del Grupo Banco Popular, bancopopular-e, obtuvo el pasado mes de junio el Premio Excelencia en la categoría de Servicio al cliente por la Revista Dirigentes. El Presidente del Grupo Dirigentes señalaba que "la excelencia, reflejada en las empresas premiadas, es ese intangible que no se contabiliza y que no figura en el balance de las empresas, es su activo más importante, su principal significado y la razón de estos premios".

## 2. LOS GRUPOS DE INTERÉS

### 2.1. CLIENTES

#### 2.1.1. LA PERSONALIZACIÓN FINANCIERA COMO ÉXITO DEL BANCO POPULAR.

La estrategia comercial del Grupo Banco Popular apuesta por la personalización financiera, tomando al cliente como la referencia de todas las acciones comerciales que el Grupo diseña a raíz del Plan Comercial.

A partir de la segmentación de clientes, se analizan las necesidades de cada segmento, para poder dirigirle los productos que más se adapten a su grupo. Como consecuencia, se consigue una vinculación estrecha del cliente con el Grupo, y a la vez un alto grado de satisfacción por su parte.

De manera genérica, los clientes del Grupo Banco Popular ofrecen el siguiente perfil: en un 7,68% son personas jurídicas y, en un 92,32%, personas físicas.

Con respecto a la segmentación de los clientes del Grupo en España, un 52,22% son hombres y un 45,23% mujeres; el 2,55% restante corresponde a personas censadas sin especificar el género. El 46,94% son trabajadores por cuenta ajena, siendo el 53,06% restante autónomos, profesionales liberales, comercios y PYMES. En cuanto a su vinculación con el Grupo, el 34,60% de los clientes cuentan con cuatro o más productos contratados, siendo el número de productos medio por cliente de 3,35.

ESTRATEGIA COMERCIAL

Cuadro 4. La gestión comercial del año

	2006	2005	2004
Número total de clientes (miles)	6.599	6.162	5.696
Personas físicas	6.092	5.689	5.244
Personas jurídicas	507	473	452
Cientela de Internet			
Bank-on-line			
Número de clientes (miles)	2.276	1.991	1.661
Personas físicas	1.986	1.731	1.433
Personas jurídicas	290	259	228
Bancopopular-e			
Número de clientes (miles)	1.059	833	571
Productividad comercial (Productos vendidos por empleado de la red)	321,02	321	310
Venta cruzada (Productos por cliente)	3,35	3,29	3,25
Clientes de Banca Personal (miles)	148	120	97
Clientes de Banca Privada (miles)	17,30	17,50	18

2.1.2. CANALES DE SERVICIO AL CLIENTE

Además de las sucursales, el método tradicional de ofrecer nuestros servicios, el Grupo cuenta con otros sistemas para facilitar la mayor comodidad para el cliente, como la banca telefónica o por Internet. Además, el Grupo cuenta con una amplia red de Bancos, oficinas y departamentos creados específicamente para atender las necesidades de sectores concretos de la clientela.

**Banca Multicanal.**

La Banca Multicanal permite a los clientes operar por diversos canales a distancia, tales como teléfono tradicional, teléfono móvil e Internet. A cierre del ejercicio 2006, el número de clientes de Banca Multicanal asciende a 2.276 millones.

El número de clientes activos en **Internet** a 31 de diciembre de 2006 es de 341.489, lo que supone un crecimiento del 16,67%. Se denomina cliente activo a los clientes que realizan al menos una conexión al mes, o tres conexiones en los tres últimos meses.

En julio de 2006, el Grupo ha inaugurado el servicio de **Banca por Móvil**, mediante el lanzamiento de avisos sms sobre los movimientos realizados con tarjetas de crédito y débito emitidas por el Grupo. Desde su lanzamiento, 74.754 clientes se han incorporado al nuevo canal.

**Bancopopular-e.**

Bancopopular-e, el banco por Internet del Grupo, presenta resultados positivos desde 2003. Su apuesta por el enfoque banca de clientes y no de productos demuestra su acertada toma de posición en el mapa de las entidades financieras on-line de España.

**Centros de Atención Personalizada en bancopopular-e.**

Tras realizarse un estudio al respecto, se ha rediseñado el modelo de estos centros de atención a los clientes del banco por Internet del Grupo, con el objetivo de mejorar la atención a los clientes a través de todos los medios de comunicación a distancia.

**Banca de Particulares**

Los aproximadamente 6,6 millones de clientes del Grupo se clasifican por profesiones, nivel de estudios o edades. El Grupo, en su afán por adaptarse a las nuevas demandas de este segmento de la clientela, ha decidido apostar fuertemente por la inversión en tecnología que permita anticiparse y adaptarse a este entorno, prestando servicios de calidad como principal palanca de crecimiento y vinculación con los clientes.

**Banca Personal**

Para atender este segmento, el Grupo dispone de un servicio que, además de la atención personal, incluye acciones comerciales y campañas específicas, ofertas individualizadas de productos o paquetes de productos, y acceso a información mediante una página web especializada y un equipo cualificado de atención telefónica. El Grupo ha cerrado el año con 147.622 clientes censados en banca personal, que mantienen unos saldos de más de 20.000 millones de euros.

**Banca Privada- Popular Banca Privada**

Esta entidad, integrada en el Grupo como banco independiente, cuenta con una red comercial especializada que presta servicios de banca privada. A través de un gestor de patrimonios personales altamente cualificado, los clientes tienen acceso a una amplia gama

de servicios especializados que va desde la gestión de carteras de valores hasta el asesoramiento fiscal, inmobiliario, de corporate finance o sucesorio.

Como consecuencia de la redefinición del concepto de cliente de Banca Privada en 2006, parte de los que hasta ahora se incluían en esa categoría se han incorporado al grupo de clientes de Banca Personal. El número total de clientes de Banca Privada es, al cierre de 2006, de 15.761, de los que 2.823 tienen un patrimonio gestionado de más de 300.000 €.

### Banca de Empresas

A fin de 2006, están vigentes un total de 59 acuerdos con colectivos de empresas. El portal de empresas exclusivo, [www.popularempresas.com](http://www.popularempresas.com), sirve como canal complementario o alternativo de comunicación y asesoramiento en los productos y servicios más demandados por las más de 506.000 empresas que son clientes del Grupo. A través de este portal se ofrece a todas las empresas, independientemente de su tamaño, actividad u organización, servicios complementarios a los puramente financieros, muchos de ellos gratuitos, de gran interés para los negocios. En este sentido, cabe destacar la oferta tecnológica mediante la cual la empresa puede crear su página web o su propia tienda on line, acceso a agencias de viaje, asesores financieros, etc. El servicio [www.popularempresas.com](http://www.popularempresas.com) es una herramienta de gestión e información muy útil, especialmente para PYMES.

El objetivo es ser la plataforma on-line de las PYMES, a las que se les ofrece:

- un conjunto de herramientas que garantizan su presencia en Internet y posibilitan la venta online de sus productos y servicios: página web y tienda online, junto con sus servicios asociados.
- un punto de acceso a servicios de valor añadido, que facilitan la actividad habitual de su empresa vía web.
- un entorno de acceso a información de naturaleza empresarial, actualizada en todo momento.

### 2.1.3. LA COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES

Durante 2006, el Grupo Banco Popular, con el objetivo de facilitar al cliente la comunicación con el mismo, ha conseguido integrar los distintos canales de comunicación entre el Banco y sus clientes mediante el establecimiento de un número de teléfono único dentro de la Banca Multicanal. De esta manera se le ofrece la máxima accesibilidad a la información de que pueda disponer, con independencia del canal seleccionado.

Además, el Grupo favorece el envío de las

comunicaciones comerciales a través del canal preferente de contacto del cliente, ya sea carta, teléfono o correo electrónico.

### El tratamiento de la publicidad por parte del Grupo Banco Popular

Las acciones publicitarias del Grupo Banco Popular se diseñan y ejecutan de acuerdo con los siguientes principios:

- Protección de los derechos del cliente
- Respeto a la ética publicitaria, y
- La utilidad de la publicidad para sus destinatarios.

El Grupo, más allá del cumplimiento estricto de las leyes vigentes en materia de publicidad, se sujeta a un Código de Conducta Publicitaria que recoge las normas deontológicas de la actuación publicitaria, y asume voluntariamente el firme compromiso de garantizar rigurosamente la exactitud de todas sus comunicaciones comerciales.

Puede afirmarse, con carácter general, que las sociedades del Grupo Banco Popular cumplen las directrices marcadas por los códigos de conducta publicitarios específicos de cada actividad.

El Grupo está sujeto a una estricta supervisión por parte de las autoridades supervisoras como el Banco de España y la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). La publicidad que, por cualquier medio, realice cualquiera de las entidades de crédito pertenecientes a Grupo Banco Popular de operaciones, productos o servicios financieros en que se haga referencia a su coste o rendimiento para el público, estará sometida al régimen de previa autorización.

De las campañas publicitarias que se realizaron durante 2006, el 57,69% se han sometido a Banco de España o CNMV; el 12,82% son campañas de planes de pensiones o seguros de vida, sujetas a su regulación específica, ya mencionada, y el resto de las campañas son de servicios financieros en las que no se hace referencia a su coste o rendimiento para el público.

La actividad de Banco Popular, los Bancos filiales y otras sociedades emisoras como BPE Financiaciones y Popular Capital, en cuanto a entidades que captan ahorro tanto de inversores institucionales como de particulares, está sujeta en la práctica totalidad a distintos procedimientos de información, verificación y autorización por parte de los supervisores.

La Circular 8/1990 de 7 de septiembre sobre transparencia

de las operaciones y protección de la clientela obliga a todas las entidades a que tengan determinada información a disposición de los clientes, tales como las tarifas, que se deben recoger en un folleto, redactado de forma clara, concreta y fácilmente comprensible para los clientes, a disposición de los mismos en el tablón de anuncios. Asimismo, en materia de préstamos hipotecarios, la Orden de 15 de mayo de 1994 sobre transparencia de las condiciones financieras de los préstamos hipotecarios obliga a las entidades de crédito a tener a disposición de los clientes un folleto informativo con las condiciones mínimas que establece dicha norma. Igualmente, en la elaboración de la publicidad de planes de pensiones se sigue la regulación específica al respecto, además del Código de Conducta Publicitaria de INVERCO. En la elaboración de la publicidad de los planes de previsión se contempla estrictamente lo recogido en la normativa sobre publicidad de las EPSV.

Como consecuencia de tal política, el Grupo Banco Popular no ha sido objeto durante 2006 de ninguna resolución del Banco de España ni de la CNMV contraria a la actuación de cualquiera de los Bancos que configuran el Grupo, en materia de publicidad e información sobre los productos. Asimismo, tampoco se han dictado resoluciones contrarias a tal actividad por otras administraciones, ni ha sido objeto de ninguna multa o sanción por incumplimiento en materia de publicidad, u otras comunicaciones comerciales de los productos que ofrece.

#### 2.1.4. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARACTER PERSONAL Y SEGURIDAD DE LA INFORMACION

El Banco cumple con las normas de la sociedad de la información, de comercio electrónico y de tratamiento de datos de carácter personal que se recogen en la documentación contractual del Grupo.

Para garantizar la debida protección de los datos de carácter personal de los clientes y la seguridad de la información transmitida, el Grupo cuenta con una política que garantiza estos dos extremos, que se expone en el epígrafe 4. Además, todos los empleados del Grupo conocen los criterios que conforman esta política, ya que se encuentra recogida en la Intranet corporativa, y de la que se da debida cuenta más adelante, en el apartado relativo a los sistemas de control interno.

#### 2.1.5. LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

##### Proyecto de Gestión del Conocimiento de Clientes

Uno de los objetivos principales de Grupo Banco Popular es alcanzar el máximo nivel de satisfacción de los clientes en la prestación de sus servicios, para lo que es preciso

conocer al cliente y optimizar las características de los productos y servicios bancarios que se les ofrecen. Por ello, el Grupo está desarrollando un proyecto de Gestión de Conocimiento del Cliente, con el fin de tener una visión pormenorizada de los tipos de clientes del Grupo y así adecuar la gestión comercial a cada cliente. El nuevo sistema de Gestión, que se pretende implantar a lo largo de 2007, se basará en centralizar y homogeneizar la información disponible sobre los clientes mediante la mejora de los soportes tecnológicos. Todo ello permitirá mejorar los procesos comerciales y el servicio de atención al cliente.

El proyecto de Gestión del Conocimiento de Clientes pretende mejorar la calidad e integridad y utilización de la información de los clientes en toda la red, con el fin general de mejorar la eficacia de los servicios que se les prestan. Partiendo de esta mejor información, el proyecto de Sistematización de la Acción Comercial permitirá los procesos de comercialización de productos, la gestión e idoneidad de tal comercialización y la adecuación de la labor comercial a las necesidades de la clientela del banco.

La medición adecuada del grado de satisfacción de los clientes exige evaluar objetivamente la calidad operativa. En esta línea, relacionar el número de incidencias que se producen al año con el número de clientes o el número de operaciones que se realizan se constituyen en dos excelentes ratios para poder contrastar la calidad operativa y su directa influencia en la satisfacción del cliente. Con datos de 2006 y como se detalla en el siguiente apartado, en el Grupo Banco Popular se han producido 6,47 quejas (0,97 más que el año 2005) o reclamaciones por cada 10.000 clientes, y 14,53 por cada millón de operaciones, frente a las 10,71 recibidas del año anterior.

#### 2.1.6. EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Desde hace muchos años, el Grupo ha procurado facilitar a los clientes los cauces adecuados de comunicación mediante los que puedan expresar sus posibles quejas o las sugerencias que tengan respecto con su actuación. Tanto la comunidad en general como los clientes tienen diversos canales para presentar sus quejas y reclamaciones.

Desde 1977 el Grupo Banco Popular mantiene un Servicio de Atención al Cliente que se ocupa de analizar y resolver las consultas, sugerencias, quejas y reclamaciones presentadas por los clientes.

La actuación del Servicio de Atención al Cliente no se limita al cumplimiento estricto de lo establecido en la normativa y en el Reglamento, sino que procura hacer

abstracción de buena parte de los formalismos para facilitar que el cliente pueda ser escuchado y atendido con rapidez y sin barreras administrativas.

Durante el año 2006, más del 65% de las quejas y reclamaciones presentadas por los clientes han sido por medio de Internet o del teléfono, mientras que tan solo el 28% han utilizado la carta. Es de destacar que un 4% de los clientes que han presentado quejas o reclamaciones han utilizado la vía de las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (O.M.I.C.) o de las Organizaciones de Defensa de los Consumidores, organismos que facilitan que el cliente pueda manifestar su desagrado ante un servicio que considera deficiente o

incorrecto, y que cada vez son más utilizados por los consumidores para transmitir sus quejas o reclamaciones.

Por otra parte, si el cliente no se siente satisfecho con la contestación facilitada a su queja o reclamación por el Servicio de Atención al Cliente, o no la ha recibido en el plazo de dos meses a contar desde la fecha de presentación, puede acudir a los Comisionados para la Defensa del Cliente (Banco de España, Comisión Nacional del Mercado de Valores o Dirección General de Seguros), dependiendo de la naturaleza de la reclamación, quienes, tras informar al Servicio de Atención al Cliente de esta circunstancia y solicitarle la presentación de alegaciones en un plazo de 15 días, dictaminarán si ha habido o no incumplimiento de las buenas prácticas y usos bancarios.

#### Incidencias de Grupo Banco Popular tramitadas a través del Banco de España

	Año 2006	Año 2005	Año 2004
Incidencias resueltas			
A favor del reclamante . . . . .	9	11	9
A favor del Banco . . . . .	54	55	51
Sin pronunciamiento . . . . .	11	11	8
Total Resoluciones . . . . .	74	77	68

#### Incidencias de Grupo Banco Popular tramitadas a través de la Comisión Nacional del Mercado de Valores

	Año 2006
Incidencias resueltas	
A favor del reclamante . . . . .	2
A favor del Banco . . . . .	8
Total Resoluciones . . . . .	10

En cuanto a la Dirección General de Seguros, solamente se tramitó una incidencia y el dictamen fue favorable a la entidad del Grupo.

#### Quejas y reclamaciones ante el Grupo Banco Popular con un interés específico.

##### Discriminación hacia los clientes

Durante el año 2006, se han recibido en el Servicio de Atención al Cliente del Grupo Banco Popular 116 quejas de clientes relacionadas con el trato personal. En ninguna de ellas se ha puesto de manifiesto un supuesto trato discriminatorio por el hecho de ser de otro país o raza. En 66 casos no se pudo pronunciar el Servicio de Atención al Cliente al no disponer de suficientes elementos probatorios para determinar si la queja estaba o no justificada; en 29 se pudo confirmar que la actuación del Banco había sido correcta y la queja no estaba justificada y en 21, el Servicio estimó que los clientes no habían sido tratados adecuadamente y dictaminó a su favor.

##### La intimidad del cliente

Independientemente de que en todos los contratos se informa al cliente de los derechos que le atribuye la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) en cuanto a la utilización de sus datos personales, y de la advertencia permanente existente en el sistema operativo para sensibilizar a toda la plantilla en el estricto cumplimiento de lo establecido en la LOPD, en el Grupo Banco Popular están centralizadas en el Servicio de Atención al Cliente todas las incidencias o comunicaciones de los clientes acogiendo a lo establecido en la citada Ley.

De esta forma, durante 2006 se han atendido las siguientes incidencias y comunicaciones:

Acceso al conocimiento de los datos personales que figuran en nuestros registros	8
Solicitud de no recibir publicidad ni propaganda	113
Cancelación de datos personales	107

Durante 2006, el Grupo ha recibido cinco requerimientos de información de la Agencia Protección de Datos en relación con posibles infracciones a la LOPD, y ha sido objeto de dos inspecciones.

Durante el ejercicio 2006 no se ha iniciado ningún procedimiento sancionador en esta materia contra ninguna de las sociedades pertenecientes al Grupo. Durante 2005 hubo dos procedimientos, aún no concluidos.

**Reclamaciones de clientes de los productos de previsión.**

En el año 2005, el Servicio de Atención al Cliente del Grupo Banco Popular ha recibido 159 quejas o reclamaciones de clientes relacionadas con los productos de previsión. De ellas, 67 se referían a planes de pensiones y 92 a temas de seguros. De las 92 incidencias relacionadas con los seguros, 24 correspondían a seguros de vida, 11 a seguros de ahorro, 29 a seguros de amortización de préstamos, 14 a seguros de hogar, 1 a seguros de automóviles y 13 a seguros varios.

Incidencias resueltas por el Servicio de Atención al Cliente del Grupo Banco Popular

AÑO	Reclamaciones	Quejas	Consultas	Total
2006	1.641	2.439	528	4.608
2005	1.426	2.267	446	4.139
2004	1.403	1.546	233	3.182
2003	1.410	1.369	225	3.004
2002	1.066	1.398	290	2.754

Tipología de las incidencias resueltas<sup>1</sup>

Área afectada	Año 2006		Año 2005	
	Número	%	Número	%
Operaciones activas	630	13,67	588	14,21
Tarjetas de crédito	1.277	27,71	1.033	24,96
Operaciones pasivas	912	19,79	976	23,58
Incidencias varias	641	13,91	380	9,18
Letras, cheques y recibos	246	5,34	274	6,62
Consultas Varias	528	11,46	446	10,77
Valores y Deuda del Estado	111	2,41	149	3,6
Transferencias	143	3,10	132	3,19
Trato personal	116	2,52	154	3,72
Divisas y billetes extranjeros	4	0,09	7	0,17
<b>Total Grupo</b>	<b>4.608</b>	<b>100,00</b>	<b>4.139</b>	<b>100,00</b>

Dictámenes del Servicio de Atención al Cliente del Grupo Banco Popular

Decisiones	Año 2006		Año 2005	
	Reclamaciones	Quejas	Reclamaciones	Quejas
A favor del Banco	459	1.111	434	1.014
A favor del Reclamante	1.145	1.022	940	811
A favor de ambos	37	21	52	47
Sin pronunciamiento	-	285	-	395
En vía judicial	-	-	-	-
<b>Total Grupo</b>	<b>1.641</b>	<b>2.439</b>	<b>1.426</b>	<b>2.267</b>

<sup>1</sup> En el presente año el Servicio de Atención al Cliente ha publicado en su Memoria la clasificación de la tipología de las incidencias de acuerdo con el criterio establecido por el Banco de España para todas las entidades financieras. No obstante, a fin de que se pueda comparar su evolución con el año anterior, en el presente cuadro se han utilizado los mismos criterios de clasificación que se venían aplicando.

Tiempo empleado en la resolución de incidencias (en porcentaje)

	2006			2005		
	De 1 a 10 días	De 11 a 30 días	Más de 30 días	De 1 a 10 días	De 11 a 30 días	Más de 30 días
Reclamaciones	29,31	29,74	40,95	25,95	29,52	44,53
Quejas	44,61	28,62	26,77	45,88	28,28	25,85
Consultas	66,29	21,02	12,69	60,99	21,97	17,04
Total incidencias	41,64	28,15	30,21	40,64	28,03	31,34

En la Memoria del Servicio de Reclamaciones del Banco de España, correspondiente al año 2005 y publicada en septiembre de 2006, el Banco Popular aparece en la relación de entidades con veinte o más reclamaciones, alcanzando la cifra de 55. No figura en el cuadro ninguna otra entidad perteneciente a nuestro Grupo.

Índice de calidad operativa

Magnitudes	Año 2006	Año 2005
Número de clientes . . . . .	6.304.033 (*)	5.895.199 (*)
Número de operaciones . . . . .	280.817.885 (*)	274.848.804 (*)
Número de incidencias . . . . .	4.608	4.139
Presentados ante Banco de España . . . . .	74	77

(\*) Número de clientes y operaciones referidos al Grupo Banco Popular en España.

### 2.1.7. LA SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE DURANTE LA UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Como se indica en el apartado correspondiente a la Seguridad y Salud en el trabajo, la actuación del Servicio de Prevención de Riesgos Laborales en relación con la evaluación de riesgos existentes en los centros de trabajo y la posterior eliminación de los mismos, va encaminada a mejorar las condiciones de trabajo de los empleados y a garantizar que las mismas no supongan ningún riesgo para su integridad y salud. Como es lógico las medidas de seguridad y salud tomadas por el Servicio de Prevención de Riesgos Laborales tienen similares efectos para los clientes del Grupo, puesto que las condiciones de trabajo de los empleados son compartidas con los clientes que acuden a las sucursales y Oficinas del Grupo.

De estas medidas concretas que afectan tanto a empleados como a clientes se hace referencia en el apartado relativo a las evaluaciones de riesgos.

Supuesto especial son las obras que se realizan en las oficinas del Grupo, tanto de nueva instalación como de reforma. Siempre que es posible, lo cual sucede en la

mayoría de los casos, se proyectan las instalaciones atendiendo a la accesibilidad de las oficinas, facilitando los accesos con rampas y superficies de maniobra para discapacitados. Se instalan también aseos adaptados.

Reformas:

Año 2006	14 Oficinas
Año 2005	106 Oficinas
Año 2004	94 Oficinas

Oficinas abiertas:

Año 2006	79
Año 2005	72
Año 2004	62

El Grupo no ha sido objeto de ninguna multa o sanción derivada del incumplimiento de normativa relacionada con la salubridad y la seguridad de los productos y servicios ofrecidos por el mismo.



### 2.1.8. PRODUCTOS CON ESPECIAL BENEFICIO SOCIAL

El Grupo comercializa productos especialmente diseñados para satisfacer las necesidades específicas de grupos concretos, así como productos y servicios en los que se prima el apoyo a las personas cuya situación es menos favorecida.

Uno de los principales puntos de interés para el Grupo es la promoción del uso de los sistemas informáticos, facilitando su acceso al mayor porcentaje posible de la población, y más concretamente, su acceso a Internet tanto como medio de comunicación como de información. Por eso, el Grupo Banco Popular tiene un programa de financiación de compra de ordenadores, sin intereses ni comisiones, a un plazo de 36 meses.

#### TRABAJADORES EXTRANJEROS: PROGRAMA TRABEX Y MUNDOCREDIT

##### PROGRAMA TRABEX

El Grupo Banco Popular es pionero en el desarrollo de actuaciones bancarias encaminadas a la atención de trabajadores extranjeros residentes en España.

Desde 1987, Grupo Banco Popular asiste a este colectivo en sus dos vertientes: integración mediante su introducción en el sistema bancario español y facilitación del mantenimiento de los lazos con sus respectivos países.

Al cierre del ejercicio 2006, el Grupo cuenta con más de 397.000 trabajadores extranjeros entre su clientela, frente a los 321.000 que presentaba en 2005, con un ritmo de crecimiento de 6.300 clientes mensuales, que generan un volumen de negocio de 1.360 millones de euros, superando en 321 millones de € al del año anterior.

El Servicio Trabex se sustenta en las siguientes iniciativas:

- Servicio de envío de transferencias a los respectivos países de origen, con unas condiciones de mercado preferentes, que abarca a Latinoamérica, Magreb, y Europa del Este.
- Transferencias Trabex a China.- En el mes de septiembre se ha cerrado un acuerdo con Industrial & Commercial Bank of China (ICBC), por el cual Grupo Banco Popular podrá dar servicio a todas las empresas y particulares clientes del Grupo en China Continental, completando el acuerdo firmado en su día con the Bank of East Asia (BEA).

- Seguro de Repatriación en cobertura a casos de fallecimiento en España.

##### Acuerdos de financiación para compra de viviendas en países de origen.

La firma de acuerdos bilaterales con entidades financieras de los países de origen, permite al inmigrante acceder a una vivienda en su propio país a unos tipos de interés más favorables, sin tener que desplazarse a sus respectivos países para la formalización de la documentación. Actualmente se encuentran operativos acuerdos de estas características en Perú y Ecuador.

Como objetivos previstos para 2007 destacan:

- Estudio de líneas de financiación con el Banco Europeo de Desarrollo para la financiación de viviendas habituales en España a particulares extranjeros que faciliten y posibiliten su integración.
- Estudio de cobertura para financiación de vivienda habitual al 100% del valor de tasación.
- Ampliación a otros países para la adquisición de viviendas en el extranjero.
- Incorporación de gestores comerciales de distintas nacionalidades para ofrecer servicios más especializados y potenciar nuestra presencia entre los distintos colectivos de particulares extranjeros.

##### MUNDOCREDIT

Debido al flujo migratorio experimentado en los últimos años en el territorio español, se ha hecho necesaria la creación de una oficina especializada en atender al gran número de ciudadanos extranjeros residentes en él. Los servicios que ofrece esta oficina se han diseñado teniendo en cuenta las necesidades específicas de esta parte de la población. Así, no sólo se les ofrecen productos bancarios como créditos, préstamos o envío de remesas, sino que estas oficinas cuentan con servicios especializados como cabinas de teléfono e Internet; y asesoramiento en materias del sector inmobiliario, telefonía, viajes, motor, asesoría o bolsa de trabajo. Una vez comprobada la creciente demanda del modelo, Mundocredit está en proceso de expansión, mediante la apertura de nuevas oficinas a lo largo de 2007. En concreto, se prevé la apertura de 59 sucursales en distintas plazas, y especialmente en Madrid (20), Barcelona (13) y Murcia (7) durante 2007.

El número de clientes de Mundocredit, a fin de 2006, es de 560.



## CLUB SENIOR

El Club Senior es un programa exclusivo del Grupo Banco Popular dirigido a pensionistas, mayores de 50 años, con múltiples ventajas financieras y servicios diseñados para mejorar la calidad de vida de sus miembros.

A los clientes del Club Senior se les ofrece condiciones especiales para obtener anticipos de su pensión a tipo de interés cero, un crédito en condiciones especiales o el anticipo automático de la pensión el 25 de cada mes.

Por su parte, Club Senior ha continuado su labor de acercar las nuevas tecnologías al segmento "mayor". Así, puso en marcha una campaña a finales de año para el acceso de sus clientes a coste cero euros a un terminal de teléfono móvil, especialmente diseñado para su utilización por personas mayores, con números más grandes y menús más accesibles. Igualmente, alcanzó un acuerdo con una operadora de telefonía móvil para reducir la factura de móvil de los clientes Club Senior en un 10% durante seis meses.

### La Comunidad Virtual del Club Senior

La página web [www.clubsenior.org](http://www.clubsenior.org) es el escaparate de este programa en Internet. Se trata de una web institucional que resume todos los contenidos financieros y las ventajas de los servicios del Club.

En diciembre de 2005 se puso en marcha la Comunidad Virtual de Club Senior, con el objetivo de incrementar el uso y acceso a Internet en un rango de edad "poco conectado". Entre otras funciones, la Comunidad Virtual pretende:

- Publicar contenidos referentes a ventajas y servicios financieros y no financieros ofertados por el Grupo.
- Favorecer la comunicación de GBP con los miembros del Club.
- Aportar herramientas de comunicación entre sus miembros: foros, chats, encuestas, consultorios de expertos, etc.
- Canales: catalogados por temas, foros y opiniones con posibilidad de buscar mensajes por usuario o por palabra clave.
- Consultorio: envío on-line de preguntas al experto (consultas médicas, legales, de averías, etc), servicio prestado hasta ahora telefónicamente a los miembros del Club Senior.

Para alcanzar este objetivo se va a facilitar al máximo la compra del ordenador para aquellos miembros del Club Senior (o futuros socios) que se quieran incorporar a la Comunidad Virtual y realizar acciones de formación y ocio en el uso de Internet en Centros de mayores.

## CLUB POP y CLUB POP CAMPUS

El colectivo juvenil está representado en el Grupo Banco Popular a través del Club Pop, dirigido a jóvenes entre 18 y 28 años, y el Club Pop Campus, dirigido a estudiantes universitarios dentro del mismo rango de edad.

El Grupo favorece a los más jóvenes a través de préstamos con condiciones especiales para facilitar que cursen sus estudios: préstamo matrícula, crédito para realizar cursos de postgrado y master, anticipo de becas, préstamos para financiar la obtención del permiso de conducir, y créditos para la adquisición de vehículos u ordenadores.

Durante el año 2006 se comercializó la nueva iPopecta Joven. La iPopecta Joven es un préstamo hipotecario dedicado a la adquisición de la vivienda habitual, por el que el prestatario puede solicitar una financiación hasta del 100% del valor de tasación, sin tener que presentar garantías adicionales. Más de 1.300 jóvenes accedieron a una financiación del 100% del valor de tasación de su vivienda en los 6 primeros meses de comercialización del producto.

A través de su propia página web, [www.club-pop.es](http://www.club-pop.es), el Club Pop ofrece todo tipo de servicios a los jóvenes, desde información sobre los productos financieros, pasando por banca a distancia y diversas opciones de entretenimiento.

Además, la revista Club Pop ofrece artículos editoriales y publicidad gratuita a diversas entidades, ONGs y proyectos con trasfondo social. La revista, con una tirada de 100.000 ejemplares, ha prestado soporte a Payasos sin Fronteras, Médicos Sin Fronteras, Navidades Solidarias, Concierto MTV en beneficio de las víctimas del 11-M, etc. Asimismo, dentro de la página web hay un apartado específico dedicado a la Solidaridad, que les acerca la información sobre acción social.

## COLECTIVOS

Desde el año 1991 el Grupo viene desarrollando productos específicos para determinados colectivos de particulares homogéneos, en virtud de su política de ofrecer servicios personalizados a sus clientes, con el fin de satisfacer las necesidades financieras de grupos de personas afines que requieren soluciones concretas.

Por esta razón, se realizan acuerdos de colaboración con los representantes de estos colectivos, ofreciendo servicios diseñados a su medida. Al cierre del ejercicio 2006 y aparte de otros colectivos señalados en este capítulo, 88 colectivos cuentan con un especial tratamiento.

### ACUERDOS DE COLABORACIÓN CON BANCOS DE DESARROLLO

En 2004 el Grupo Banco Popular formalizó un acuerdo con el Banco Asiático de Desarrollo (BAD), para fomentar el comercio exterior con los países asiáticos en vías de desarrollo de su ámbito de influencia, lanzando un programa de apoyo al comercio (Trade Finance Facilitation Program), al que el Grupo Banco Popular se ha adherido como banco colaborador en España.

El Grupo Banco Popular ya formó parte del programa similar ejecutado por el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD) para Europa del este en 1999. En este sentido, la principal finalidad del programa del BAD es proporcionar a los bancos colaboradores cobertura frente a riesgos comerciales y políticos de las operaciones de comercio exterior emitidos por ciertas entidades bancarias en determinados países en vías de desarrollo o en dificultades.

Este acuerdo busca fomentar el comercio bilateral con estos países, que padecen una falta de confianza tras la crisis asiática de 1998. Asimismo, se pretende facilitar la internacionalización de la empresa española -especialmente de la PYME- en países donde, hasta el momento, la relación comercial era muy limitada y donde existen sistemas bancarios poco estables.

### PRODUCTOS DE PREVISIÓN

#### Segmento Seguros de Vida

El Grupo Banco Popular, a través de Eurovida, S.A., Compañía de Seguros y Reaseguros, cuenta con una amplia variedad de productos dirigidos a cubrir las necesidades específicas de protección de particulares y empresas.

#### Segmento Planes de Pensiones

Desde 1987, año en el que se regularon por primera vez los fondos de pensiones en nuestro país, el Grupo Banco Popular apoya el desarrollo de estos productos como instrumentos financieros que canalizan el ahorro a largo plazo y contribuyen decididamente a la generación de riqueza en nuestra sociedad.

Al cierre del ejercicio 2006, el Grupo Banco Popular, pone a disposición de sus clientes una amplia gama de fondos de pensiones que combinan diferentes porcentajes de

inversión en renta fija y variable para adaptarse a las necesidades específicas de cada persona.

### PRODUCTOS CON ESPECIAL BENEFICIO SOCIAL

#### Plan de Ahorro Juvenil

El Plan de Ahorro Juvenil orientado a menores de edad (entre 0 y 17 años) tiene como finalidad constituir un ahorro a medio o largo plazo destinado a hacer frente a futuras necesidades del menor: estudios, viajes, compra de la primera vivienda, etc.

Este producto se puede contratar a partir de 30 euros al mes. Es el cliente quien escoge la periodicidad de aportaciones que más se ajuste a su capacidad de ahorro. Al finalizar el plan, el joven recibirá el capital garantizado más una cantidad adicional correspondiente a su participación en los beneficios.

El número de pólizas a 31 de diciembre de 2006 era de 72.282 (72.139 en 2005) por un total de más de 27 millones de euros (28 millones en 2005).

#### Planes de Pensiones de Empleo para PYMES

Los Planes de Pensiones de Empleo para PYMES ofrecen a este tipo de empresas la posibilidad de construir un ahorro que sirva de complemento a la futura pensión de jubilación de sus empleados. Este producto ofrece a las PYMES mayor agilidad en cuanto a la contratación y administración que un plan de empleo promovido por una única empresa, ya que permiten el acceso a la previsión social complementaria a partir de 30 euros mensuales de media (con un mínimo de 6 euros por trabajador y mes). Además la empresa se beneficia de ventajas fiscales.

A 31 de diciembre de 2006, más de 3.000 promotores tenían planes de pensiones contratados para 20.086 partícipes, por un volumen superior a 28 millones de euros.

#### Euroriesgo Plus

Es un seguro de vida flexible y con amplias garantías en el que el cliente escoge el capital que desea asegurar, desde 60.101,21 euros, con posibilidad de revalorización anual. Dependiendo de las necesidades o circunstancias personales del cliente, puede elegir entre varias opciones de contratación, cada una de ellas con coberturas diferentes. Sea cual sea la opción contratada, cuenta con la posibilidad de disponer de una cobertura adicional gratuita en la que, si al asegurado le diagnostican una enfermedad muy grave (las enfermedades muy graves se encuentran catalogadas como tales en el contrato de este seguro), se le anticipan 30.050,61 euros en un plazo de dos días hábiles.

## 2.2. EMPLEADOS

### 2.2.1. LA GESTIÓN DE PERSONAS DE GRUPO BANCO POPULAR

El éxito del Grupo Banco Popular se basa en las personas que prestan sus servicios en él. Por ello, la gestión de Recursos Humanos integra las funciones de selección, contratación, formación y gestión de personas con el objetivo de abarcar todos los aspectos de la evolución personal y profesional de sus empleados, en un clima de mutua y confiada comunicación abierta.

El dinamismo de la gestión de Recursos Humanos se asienta en seis conceptos: innovación, tecnología, vanguardia, transparencia, cercanía y comunicación.

El concepto innovación tiene su claro reflejo en el lanzamiento del Plan de Conciliación ("Concilia"), batería de medidas lanzadas en el mes de noviembre de 2005 con el objetivo de ayudar a conciliar el trabajo con la vida personal. El concepto tecnología se materializa por su parte en el desarrollo y perfeccionamiento de plataformas informáticas específicamente diseñadas para el Grupo como Formanova, Portal del Empleado y HR Access. La puesta en marcha de una auditoría de recursos humanos en Banco Popular Portugal confiere a la gestión de personas una imagen de vanguardia en relación con las tendencias actuales en materia de Recursos Humanos, toda vez que la publicación de ofertas internas de empleo, notas de prensa y novedades avalan nuestro concepto de transparencia.

El equipo de Gestión de Personas presente en las distintas Direcciones Territoriales y Bancos Filiales refleja la importancia del concepto cercanía y, finalmente, las entrevistas personales, reuniones, presentaciones a Universidades, junto con la actuación del departamento de Comunicación Interna encarnan el concepto comunicación, clave en la gestión de los Recursos Humanos del Grupo.

El área de Recursos Humanos tiene como misión atraer personas de alto potencial al Grupo y contribuir a su desarrollo mediante la formación y la experiencia del trabajo en equipo. Las personas que prestan servicios en

nuestro Grupo, deben aprender trabajando, asumiendo rápidamente responsabilidades, adquiriendo un elevado grado de autonomía en su trabajo diario y comprometiéndose con los retos, proyectos y resultados del Grupo

### SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

#### Selección y contratación

La importancia que tiene el que las personas que se incorporen al Grupo tengan el grado máximo de excelencia, obliga a que los procesos de selección sean extremadamente meticulosos, haciendo especial hincapié en los valores personales de los profesionales que van a entrar a formar parte del Grupo.

Las ofertas de empleo se difunden a través de diversos medios de comunicación, respetando el principio de igualdad de oportunidades. Asimismo, en las demandas de trabajo recibidas, por correo ordinario o a través de nuestra página web, se actúa siempre con criterios de profesionalidad e independencia, aplicando sistemas de evaluación objetivos y realizando la selección atendiendo a los méritos y capacidad de cada uno, sin discriminar por razón de sexo, credo, raza, ideología o extracción social.

Gracias a los acuerdos firmados entre el Grupo con distintas universidades y escuelas de negocios, durante el año 2006 se han realizado prácticas remuneradas en diversas oficinas y sociedades del Grupo.

#### Incorporaciones

Durante 2006 se han incorporado al Grupo Banco Popular 1.714 nuevos empleados, de los que el 51,46 % son mujeres y el 48,54% hombres.

En los cuadros siguientes se exponen series estadísticas de los últimos dos años sobre diversos aspectos de la plantilla. Se puede apreciar que el Grupo Banco Popular ha sido capaz de crear empleo neto, año tras año, por lo que se ha producido un importante rejuvenecimiento de la plantilla. (Datos referidos a los nuevos Bancos del Grupo en España).

Plantilla a 31 de diciembre		
	2006	2005
Distribución		
Hombres	8.900	8.968
Mujeres	3.228	2.951
Total	12.128	11.919

**Empleados incorporados en los últimos dos años**

	2006	2005
Distribución		
Hombres	832	804
Mujeres	882	705
Total	1.714	1.509

Desde el año 2002 hasta el 2004, Banco Popular y sus 5 filiales incorporaron más de 3.500 empleados. Durante 2005 y 2006, tal y como se menciona anteriormente, en las incorporaciones figuran los 9 Bancos que conforman el Grupo.

**Plantilla según el tipo de contrato**

	2006	2005
Distribución		
Contrato Indefinido	11.607	11.441
Contrato Temporal	521	478
Total	12.128	11.919

**Plantilla por tipo de contrato**

	Distribución 2006			Distribución 2005		
	Contrato Indefinido	Contrato Temporal	Total	Contrato Indefinido	Contrato Temporal	Total
Banco Popular	7.523	341	7.864	7.415	338	7.753
Banco Andalucía	1.484	67	1.551	1.482	44	1.526
Banco Castilla	788	44	832	799	35	834
Banco Galicia	668	34	702	666	22	688
Banco Crédito Balear	360	6	366	356	10	366
Banco Vasconia	486	13	499	479	15	494
Bancopopular--e	104	9	113	75	5	80
Popular Banca Privada	172	5	177	147	9	156
Banco Popular Hipotecario	22	2	24	22	-	22
Total	11.607	521	12.128	11.441	478	11.919

**Plantilla por Colectivos-Bancos del Grupo**

	Distribución 2006				Distribución 2005			
	Técnicos	Admtvos.	Servicios Generales	Total	Técnicos	Admtvos.	Servicios Generales	Total
Banco Popular	5.319	2.516	29	7.864	5.159	2.565	29	7.753
Banco Andalucía	975	576	-	1.551	948	578	-	1.526
Banco Castilla	558	274	-	832	549	285	-	834
Banco Galicia	478	223	1	702	467	220	1	688
Banco Crédito Balear	285	81	-	366	282	84	-	366
Banco Vasconia	402	97	-	499	401	93	-	494
Bancopopular--e	77	36	-	113	53	27	-	80
Popular Banca Privada	155	21	1	177	133	22	1	156
Banco Popular Hipotecario	17	7	-	24	15	7	-	22
Total	8.266	3.831	31	12.128	8.007	3.881	31	11.919

**Plantilla del Grupo Banco Popular en España  
desglosada por Comunidad Autónoma a 31-12-2006**

Andalucía	2255
Aragón	163
Asturias	193
Baleares	370
Canarias	310
Cantabria	58
Castilla y León	982
Castilla-La Mancha	266
Cataluña	1419
Extremadura	138
Galicia	928
La Rioja	89
Madrid	2964
Murcia	264
Navarra	268
País Vasco	448
Valencia	993
Ceuta	10
Melilla	10
<b>Total</b>	<b>12.128</b>

El índice de rotación de la plantilla del Grupo Banco Popular en España en 2006, y respecto del personal con contrato indefinido, es de 5,78% (5,30% en 2005).

### Promoción

La política de promoción guarda una relación directa con la política de formación. La promoción es una manera de reconocer la capacidad de cada persona a través de sistemas que garanticen su consideración objetiva, y supone la atribución de mayores responsabilidades. En nuestro Grupo, tiene una especial relevancia la identidad con los valores y la cultura del Grupo, de modo que la fusión de capacidad y cultura corporativa es la base de la excelencia de nuestros recursos humanos.

La promoción es consecuencia del proceso de formación continuada, teórica y práctica, y se sustenta, en todo caso, en criterios profesionales de mérito y capacidad.

La práctica totalidad de los directivos del Grupo son empleados que han desarrollado su carrera profesional dentro del Grupo Banco Popular, y que, por méritos propios, han ido ascendiendo. Todos los altos directivos del Grupo que operan en España son de origen local, por lo que conocen el mercado en el que se desarrollan sus principales operaciones. A 31 de diciembre de 2006, el Grupo contaba con un total de 4 directores generales, 2 directores generales adjuntos y 16 subdirectores

generales, todos ellos de nacionalidad española. En cuanto a Banco Popular Portugal, el principal área geográfica donde opera el Grupo además de España, cuenta con un director general de nacionalidad también española.

Las posibilidades de promoción del personal en el Grupo se ven potenciadas por una serie de factores que forman parte de la propia cultura corporativa, entre los que destacan:

- El crecimiento sostenido del Grupo.
- La utilización de la cantera propia para cubrir los puestos de responsabilidad y el rechazo a los fichajes espectaculares de altos ejecutivos.
- La aplicación de una política incentivadora de las prejubilaciones que acelera los relevos generacionales.
- La aplicación de un sistema de atribuciones muy amplio y descentralizado que incrementa las posibilidades de acceder a la escala técnica.

La política de promoción queda reflejada en el siguiente cuadro en el que aparecen los ascensos que ha habido en el Grupo durante los años 2006 y 2005:

		Plantilla		Ascensos	
		Número	%	Número	%
Año 2006	Hombres	8.900	73,38	1.324	62,55
	Mujeres	3.228	26,62	793	37,45
	Total	12.128	100	2.117	100
Año 2005	Hombres	8.968	75,24	1.245	64,84
	Mujeres	2.951	24,76	675	35,16
	Total	11.919	100	1.920	100

**Remuneración y beneficios para empleados**

Las remuneraciones básicas a los empleados se regulan en el Convenio Colectivo, que detalla los conceptos retributivos y su cuantía para cada una de las distintas categorías profesionales. Ahora bien, el Grupo Banco Popular tiene establecido un sistema de incentivos para reconocer el esfuerzo y la aportación de quienes asumen unas funciones de especial responsabilidad.

Los salarios base de los empleados del Grupo Banco Popular, regulados por el Convenio Colectivo para cada una de las categorías profesionales, son idénticos para hombres y mujeres, tanto en la categoría de técnicos como de administrativos, de modo que no existe ninguna discriminación salarial por razón de sexo. En cuanto al salario inicial para empleados de nuevo ingreso, establecido también en el Convenio Colectivo, es de 1.700,41 euros mensuales, 1.159,51 euros más elevado que el salario mínimo interprofesional, que asciende a 540,90 euros mensuales.

El sistema retributivo de los empleados debe reconocer las diversas circunstancias personales y someterlas a evaluación periódica para fijar la remuneración más ajustada, adaptándola a la flexibilidad y objetividad que impone el actual mercado de trabajo. El sistema obliga a un mejor seguimiento de las carreras profesionales; cada directivo conoce la valoración que de él tienen en cada momento sus responsables jerárquicos, con lo que se facilita la comunicación interna, lo que supone, en definitiva, un paso más en la optimización de la gestión de personas.

Con carácter general, se realizan evaluaciones anuales del desempeño profesional de todos los empleados del Grupo. En el caso de los que están encuadrados en el grupo de técnicos esta evaluación se realiza normalmente, coincidiendo con las revisiones salariales que puedan llevarse a cabo. Desde mediados del año 2005 en nuestro Grupo se ha implantado un nuevo

sistema de evaluación del desempeño profesional basado en las competencias establecidas para cada puesto de trabajo y que ha sustituido al anterior.

Paralelamente a la implantación del nuevo sistema de evaluación por competencias, el Grupo ha puesto en marcha diversas acciones formativas destinadas a los directivos que tienen que llevar a cabo estas evaluaciones, con objeto de aclarar las posibles dudas que puedan surgir y transmitir los criterios que deben tenerse en cuenta en su realización.

En el año 2002 se introdujo un sistema de retribución variable en forma de bonus con el fin de apoyar la consecución de los objetivos comerciales y reconocer la aportación a aquellos empleados que obtengan los mejores resultados en su desempeño profesional. Desde ese año, el sistema se ha perfeccionado, aumentando significativamente el número de beneficiarios respecto de los años anteriores, lo que supone un reconocimiento del éxito del Grupo Banco Popular.

En el año 2004, para reforzar la consecución de los objetivos de negocio del PLAN SUMA (2004-2006), se implantó un Programa de Incentivos a Largo Plazo (ILP) que da derecho a los empleados del Grupo que cumplan con los requisitos establecidos en el Reglamento de este Programa a percibir una cantidad de dinero, en el supuesto de que se alcancen los objetivos de negocio fijados durante el período de vigencia del mismo. Los objetivos principales del ILP son la generación del máximo compromiso con el éxito a largo plazo, compartiendo el valor creado y los beneficios generados. A su vez, supone la orientación del equipo humano hacia la consecución de la estrategia de Grupo y la modernización de las fórmulas de retribución. A la vista de los resultados, que han excedido el cumplimiento de los objetivos de resultados de 1.000 millones de euros, procede el abono del IPL durante el mes de enero de 2007.

Los costes totales de personal en el Grupo Banco Popular ascendieron en 2006 a 705.971 miles de euros (41.450 mil € más que el año anterior), de los que 536.791 miles de euros corresponden a sueldos y salarios, 128.891 miles de euros a cuotas de la Seguridad Social, 17.229 miles de euros a otros gastos de personal y 23.060 miles de euros a pensiones.

#### Actualización de la Política Retributiva

El Grupo ha abordado la actualización de su política retributiva general, alineándola con el negocio y adecuándola a las tendencias y prácticas del mercado, con el objetivo de maximizar el retorno de la inversión, logrando una mayor satisfacción de los empleados y haciendo de ella una importante palanca en la gestión de personas. Para tal fin, se contrataron los servicios profesionales de una consultora externa para realizar una encuesta a empleados, de la que se hablará más adelante.

El nuevo sistema retributivo, aplicable a partir de 2007, es el resultado de un profundo estudio en el que han participado más de cien empleados del Grupo, trabajando en equipos por áreas de actividad y coordinados por la Dirección de Recursos Humanos. Como consecuencia de ese estudio está disponible una información más actualizada sobre los puestos de trabajo, su contenido y su nivel de contribución. Durante las reuniones de trabajo de estos equipos se han obtenido datos, impresiones y experiencias que han servido para diseñar un sistema más acorde con las inquietudes y la forma de trabajar hoy en el Grupo. En el nuevo sistema, que supondrá un coste para el Grupo de hasta 65 millones de euros, los incentivos están muy vinculados a la consecución de una serie de objetivos financieros (margen de explotación por oficina) y comerciales (venta de productos por sucursal) y los empleados podrían llegar a triplicar la retribución variable que reciben anualmente.

#### Planes de Pensiones

En el año 2000 se firmó un acuerdo laboral con los representantes de los trabajadores que establece un sistema de previsión social mediante el cual se exteriorizaron los compromisos por pensiones con el personal en activo a través de planes de empleo promovidos por los siguientes bancos del Grupo: Popular, Andalucía, Castilla, Crédito Balear, Galicia, Vasconia, bancopopular-e y Popular Hipotecario.

Adicionalmente a los compromisos que regulaba el Convenio Colectivo -incapacidad y fallecimiento en situación de actividad y jubilación y sus derivadas de

viudedad y orfandad para el personal ingresado con anterioridad a 8 de marzo de 1980-, los Bancos asumen un nuevo compromiso para la jubilación del personal ingresado con posterioridad a 7 de marzo de 1980. Las contingencias de incapacidad y fallecimientos en situación de actividad se cubren mediante su sistema de prestación definida, según estaba regulado en el Convenio Colectivo.

En cualquier caso, la aportación anual del Banco por cada empleado que resulte de la aplicación de los porcentajes mencionados, no será inferior a 300,51€ para la aportación directa y a 60,10€ anuales para la condicional. Estos mínimos, para el año en que se cumpla la condición de los dos de antigüedad se establecen en 90,15€ y 18,03€, respectivamente.

## 2.2.2. CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y LABORAL.

### Beneficios Sociales

Desde julio de 2003 los empleados tienen a su disposición la Guía de Beneficios Sociales (tanto en la Intranet como en el Portal del Empleado), en la que pueden consultar los diversos beneficios, de índole económico y social, de los que pueden disfrutar tanto los empleados del Grupo como sus familiares. Entre estos beneficios se encuentran las hipotecas y los distintos préstamos a los que pueden acceder los empleados a un tipo de interés preferente, los anticipos de nómina, los planes de pensiones, avales o subvenciones. En todos los casos las condiciones de las diferentes medidas se encuentran claramente especificadas en la Guía.

Los empleados con jornada reducida y los empleados con contrato temporal tienen los mismos beneficios sociales que el resto de los empleados del Grupo.

### Programa Concilia

#### **BANCO POPULAR, la mejor empresa para trabajar en España.**

En el ranking de las mejores empresas para trabajar de la revista Actualidad Económica, Banco Popular ha sido calificado con el número 1 en 2006. Gran parte de este éxito se basa en el Programa Concilia, un plan de conciliación laboral y familiar pionero en el sector bancario, que consta de 15 medidas diferentes para facilitar a los empleados la integración entre su vida laboral y personal. El Programa incluye ventajas tales como excedencias para el cuidado de familiares o para recibir formación, cobertura de las bajas por maternidad en sucursales de menos de cuatro empleados, o ayudas



familiares en situaciones especiales. Estas medidas, que se pueden solicitar a través del Portal del Empleado, van destinadas a mejorar la calidad de vida de los empleados, son aplicables a todos los Bancos y Empresas del Grupo en España desde su implantación y, a partir de 2006, se

hicieron extensivas al resto del Grupo, habiéndose establecido en Banco Popular Portugal.

El número de personas acogidas a cada una de las medidas se ve reflejado en el siguiente cuadro:

**PROGRAMA CONCILIA 2006**

	Número Empleados	Importe €
Excedencia para el cuidado de familiares	14	-
Excedencia solidaria	1	-
Licencia no retribuida para adopción en el extranjero	1	-
Ampliación del periodo de disfrute de las vacaciones	20	-
Semanas adicionales retribuidas por maternidad	174	175.740
Sustitución hora de lactancia por licencia retribuida	147	-
Horario continuado para mujeres con hijos menores de 3 años	43	-
Excedencia retribuida madres de trillizos o hijos con minusvalía	2	60.200
Ayuda familiar para situaciones especiales	82	82.000
Cheque guardería	758	271.737
Anticipos para adopciones	1	-
Cobertura de bajas maternas	46	358.000
<b>TOTAL</b>	<b>1.289</b>	<b>947.677</b>

**2.2.3. COMUNICACIÓN INTERNA Y PARTICIPACIÓN DE LOS TRABAJADORES**

La política de Recursos Humanos seguida en el Grupo Banco Popular se basa en la estructura plana de toda la organización, caracterizada por un contacto directo, fluido y constante, en un entorno en el que todas las personas gozan de la libertad necesaria para plantear los temas que consideren de interés.

**Comunicación Directa.**- El equipo de Gestión de Personas busca conocer de primera mano las preocupaciones y puntos de vista de las personas que forman parte de Grupo Banco Popular como un modo de mejorar la gestión de la Organización. Para ello, organiza frecuentes reuniones con empleados, y realiza un gran número de entrevistas personales sin límite de tiempo ni guión y en las que el empleado pueda sentirse cómodo.

Durante el ejercicio 2006, el equipo de Gestión de Personas ha realizado visitas a 1.232 oficinas y ha mantenido entrevistas personales con 4.374 empleados. El año anterior el número de oficinas visitadas ascendió a 281, realizándose entrevistas personales a un total de 1.138 empleados. En Portugal, se han mantenido entrevistas personales con 1.363 de sus empleados, frente a las 242 del ejercicio 2005. Además de estas actuaciones en las propias oficinas, en la Oficina de Recursos Humanos, se han realizado un total de 762 entrevistas

personales, en comparación con las 402 del año pasado. A través del Portal del Empleado se facilita el nombre del responsable de Gestión de Personas de cada zona del Grupo, de modo que todos los empleados pueden contactar directamente con tal responsable, sin necesidad de hablar antes con su superior jerárquico ni con el directivo territorial de Recursos Humanos.

**Intranet.**- La intranet del grupo es una herramienta esencial para garantizar toda la información y conocimiento sobre los asuntos más relevantes en la gestión del Banco. Así, por ejemplo, en ella se publican puntualmente todas las actas de las reuniones de la Dirección General del Banco, así como los acontecimientos importantes que los empleados deben conocer, que, a veces, se comunican adicionalmente por carta.

**Buzón del Empleado y Buzón de Sugerencias.**- La empresa considera que las aportaciones de sus empleados son esenciales para garantizar la mejora permanente de la Entidad. En este sentido, durante 2006 se han recibido 504 peticiones en el Buzón del Empleado, mientras que en 2005 se recibieron 1.110 sugerencias y 307 consultas, sobre temas relacionados con Recursos Humanos, Formación, Administración de Personal y el Portal del Empleado.



**El Portal del Empleado.**- Este espacio constituye una herramienta esencial para la comunicación óptima con los empleados y sus familias. Se puso en marcha durante el año 2005 y consta de dos partes bien diferenciadas: la primera es el Área Personal, a la que los empleados pueden acceder directamente desde la Intranet del Grupo, o desde su domicilio particular introduciendo su identificación personal. La segunda es El Club, área familiar y de ocio, a la que se puede acceder desde casa o desde el trabajo, mediante una clave de acceso específica que puede usar tanto el empleado como su familia.

En el Área Personal todos los empleados del Grupo acceden de forma particular y directa a los datos relativos a su condición de empleados. Se trata de una zona de información para el empleado, que puede consultar, y rectificar en su caso, sus datos personales y consultar además los datos laborales (nómina, días de vacaciones disfrutados durante el año corriente, certificado de retenciones), las últimas promociones que se han concedido en el Grupo, la Guía de Beneficios Sociales de los que puede beneficiarse, así como el Convenio Colectivo que le corresponde. A través de esta área el empleado puede igualmente acceder al portal de formación del Grupo "Formanova", al que se hace referencia en el apartado de formación de este Informe.

Además, el Área Personal constituye una vía de comunicación directa del empleado con el Departamento de Recursos Humanos, a través de los buzones de sugerencias y del empleado, para hacer las solicitudes de su interés (como las medidas del programa Concilia, ayuda económica y traslado).

El Club se dirige tanto al empleado como a sus familiares y agrupa ofertas comerciales especiales y de ocio para ambos, en las secciones de viajes, motor, ocio y cultura, salud, informática. Asimismo, en esta página se pueden encontrar reportajes y artículos con contenido educativo, de ocio o actualidad, que pueden resultar de su interés.

Por último, existe un apartado especial dedicado a la participación de toda la familia, donde se encuentran los concursos destinados a hijos de empleados, como el ya tradicional Concurso de Felicitaciones de Navidad, información sobre los eventos organizados por el Grupo (invitación a musicales, galas de Navidad) y cómo acceder a los mismos, o iniciativas de apoyo a la práctica del deporte (apoyo a la creación de equipos dentro del Grupo, Olimpiadas Corporativas, o los Juegos entre Empresas).

**Creación de Equipos Deportivos.**- A través del portal del empleado se ha creado una nueva sección para la organización de torneos a nivel interno. Desde ella se

comunica a los participantes todo lo relacionado con la competición.

**Revista Más Popular.**- A lo largo de la historia de Banco Popular Español y de forma intermitente se han ido publicando diferentes revistas como medio de comunicación e información interna para los empleados. En junio de 2006, el Grupo decide editar una nueva revista corporativa, cuya denominación es "Más Popular", como vía de comunicación interna entre todos los que forman parte del gran proyecto empresarial.

### La Participación de los trabajadores

Las iniciativas del Grupo que afectan a la totalidad de la plantilla son consensuadas con los representantes de los trabajadores, de manera que a lo largo del año se alcanzan diversos acuerdos con los representantes sindicales para poner en práctica nuevas medidas y políticas. Se han consensuado, entre otros, el plan de Medidas para la Conciliación de la Vida Personal y Laboral, y la Política de Seguridad de la Información. También se han mantenido diversas reuniones con los representantes de los trabajadores para consensuar el enfoque y planteamiento de la Encuesta de Satisfacción Laboral, así como la comunicación de sus resultados.

### Encuesta de Satisfacción Laboral

Por primera vez el Grupo Banco Popular ha encargado la realización de una Encuesta de Satisfacción Laboral a una consultora externa del máximo nivel internacional. Dicha encuesta, realizada por la consultora Towers Perrin, ha sido contestada por 8.821 empleados, que representan el 71% de la plantilla, que garantiza la validez de los resultados obtenidos. El objetivo de la misma era conocer la percepción de los empleados acerca de cuestiones claves sobre la organización y el desarrollo del negocio, con el fin de identificar qué se puede mejorar y qué se está haciendo bien. Entre los aspectos más valorados por los empleados se encuentran su percepción de cómo su trabajo contribuye al éxito del Grupo, cuáles son sus responsabilidades y la satisfacción personal por el trabajo que realizan. Entre los aspectos peor valorados estarían la compensación y la gestión de la movilidad, si bien en cuanto a este último la mayoría de los empleados perciben una mejora en los últimos años. En cuanto a la compensación económica, el Grupo ha elaborado un plan para disponer de un sistema retributivo que responda a las expectativas en cuanto a la participación en beneficios y sea reflejo de los resultados del Grupo en la retribución individual, del que ya se ha dado debida cuenta en el apartado "Actualización de la Política Retributiva".

### La Oficina de Relaciones Sindicales

La libertad de asociación y afiliación es un derecho de cada empleado. El Grupo Banco Popular, consciente del respeto que debe a sus empleados, facilita los elementos necesarios para que éstos puedan ejercer sus derechos como tales.

El Convenio Colectivo de Banca, de aplicación a toda la plantilla, a excepción de la Alta Dirección, en su artículo 46 sobre Garantía de igualdad de oportunidades y no discriminación entre las personas, establece que "las relaciones laborales de las empresas deben estar presididas por la no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo, religión o cualquier circunstancia personal o social".

Congruente con este principio es el acuerdo actualmente en vigor, suscrito con la representación de los trabajadores, por el que se establecen determinadas garantías para evitar cualquier tipo de situación discriminatoria en la aplicación de los sistemas de retribución variable y desarrollo profesional.

Además, el Grupo Banco Popular tiene un especial interés en mantener un contacto permanente y continuo con la representación sindical. En este sentido, la relación y comunicación entre los representantes de los trabajadores y la Dirección se canaliza a través de la Oficina de Relaciones Sindicales. En la práctica esta oficina constituye una mesa permanente de información, negociación y contacto en ambas direcciones.

De hecho, son frecuentes las reuniones que se mantienen, a petición de cualquiera de las partes, en un foro que pretende ser natural y continuo por su carácter abierto y fluido, en el que de un modo habitual se analizan cuestiones de aplicación general, se intercambian informaciones y se cruzan sugerencias y propuestas de una y otra parte lo que, en la mayoría de los casos, permite como resultado del mayor conocimiento llegar a soluciones satisfactorias y equilibradas para ambas partes.

Los representantes sindicales orientan, a través de esta oficina, cualquier aspecto relacionado con cuestiones laborales o con la marcha del Grupo. La evolución del Banco, los cambios organizativos, las políticas generales que afectan a la plantilla, o las cuestiones particulares que les pueda plantear cualquier empleado, son temas tratados con toda normalidad en las reuniones habituales que se mantienen entre los sindicatos y la dirección. Este diálogo abierto permite informar a tiempo sobre cualquier aspecto o decisión global que pueda afectar a la plantilla y evita que los asuntos se lleguen a convertir

en problemas por falta de soluciones. Por supuesto, cualquier modificación de las condiciones de trabajo de carácter colectivo, que tuviera la consideración de sustancial, habría de ir siempre precedida de un período de consultas, con los representantes de los trabajadores, cuya duración no podría ser inferior a quince días, con el objetivo de negociar de buena fe entre las partes, con vistas a la consecución de un acuerdo.

En el mes de diciembre de 2006, tuvo lugar el proceso electoral para la renovación de los representantes de los trabajadores, al haber transcurrido el período de cuatro años desde las anteriores elecciones. En la votación celebrada el 20 de diciembre pasado, se eligieron, de forma directa por los trabajadores, a 551 representantes sindicales, por un nuevo período de cuatro años. A éstos hay que añadir los delegados nombrados directamente por las secciones sindicales, de acuerdo con la L.O.L.S. En relación con los representantes elegidos, es destacable el alto índice de participación con el que han sido designados, cifrándose, en las últimas elecciones sindicales, en el 77 % del conjunto de los empleados del Grupo.

En el ejercicio de su papel, a lo largo del año 2006, en el ámbito de la oficina de Relaciones Sindicales, se han mantenido, al menos, 52 reuniones con distintas secciones y sindicatos con representación en el Grupo: CC.OO., U.G.T., C.G.T., SEGRUPO, AMYC, CIG y LAB.

Para el ejercicio de su labor sindical, los representantes de los trabajadores, disponen de un crédito horario para su uso durante la jornada laboral. En 2006, el número de horas laborables utilizadas por los representantes sindicales ha sido superior a 153.400, frente a las 132.600 del ejercicio 2005, incluyendo las horas correspondientes a la labor de prevención de riesgos laborales, lo que en conjunto equivale a la jornada completa anual de 92 empleados.

### El Comité Estatal de Seguridad y Salud. "C.E.S.S."

El Comité Estatal de Seguridad y Salud, de acuerdo con la normativa vigente, está compuesto con carácter paritario por representantes de la empresa y de los trabajadores. Es una comisión encargada de la vigilancia de los temas de salud laboral y prevención de riesgos, en el ámbito de las empresas.

Existen actualmente 6 comités conjuntos sobre Seguridad y Salud, en los siguientes Bancos del Grupo: Popular, Andalucía, Castilla, Crédito Balear, Galicia y Vasconia.

En el conjunto de estas comisiones, participa directamente un total de 56 miembros, la mitad en

representación de las empresas y la otra la mitad en representación de los trabajadores. Los delegados de los comités estatales de seguridad y salud, en representación de los trabajadores, son designados por las distintas secciones sindicales en un número proporcional a los resultados obtenidos en las elecciones sindicales. Por esta razón, se puede afirmar que la totalidad de los trabajadores se encuentra representada en estos comités.

En 2006, al margen de los temas habituales, se han tratado los siguientes:

- Ley Sobre el Consumo de Tabaco: los C.E.S.S. han analizado la incidencia de la Ley en el Grupo para su aplicación, que se ha puesto en práctica con total normalidad.
- Método de Evaluación de Riesgos Psicosociales: la representación sindical del Grupo ha participado, junto con el Servicio de Prevención de Riesgos Laborales, en la puesta en marcha de este método, del cuál se dará cuenta más adelante.

El 95,32% de la plantilla del Grupo se encuentra representada por estos comités.

#### **Plan de Pensiones de los Empleados del Banco. Comisión de Control**

Los compromisos de jubilación, fallecimiento e invalidez de la plantilla de empleados de los distintos Bancos del Grupo en España, se encuentran totalmente exteriorizados e instrumentados mediante planes de pensiones del sistema de empleo. Con motivo de la exteriorización y en virtud de un Acuerdo Laboral suscrito con la representación de los trabajadores, se transmitió la titularidad de los derechos económicos de estos compromisos a los empleados y se asumieron nuevos compromisos, por encima de lo exigible por Convenio, con aquellos empleados ingresados con posterioridad a 8 de marzo de 1980.

La instrumentación de estos compromisos en planes de pensiones implica la participación de los trabajadores en las comisiones de control que constituyen los órganos colegiados que supervisan el funcionamiento y ejecución de cada Plan de Pensiones. Estas comisiones están integradas por representantes de los partícipes (empleados) y, en su caso, de los beneficiarios y por representantes del Promotor (Banco). En el Grupo, ocho comisiones de control supervisan el funcionamiento de los otros tantos planes de pensiones, constituidos en los distintos Bancos. En el conjunto de estas comisiones, son

46 los miembros que actúan en nombre y representación de los partícipes y beneficiarios y otros 36 miembros designados en representación de las entidades promotoras.

Las comisiones de control tienen reuniones periódicas para el seguimiento de los distintos planes. Parte de las reuniones mantenidas en 2006 han tenido la finalidad de revisar los reglamentos de los distintos planes con el fin de mantenerlos adaptados a la normativa, en los plazos previstos. Para el mejor cumplimiento de su misión se ha creado una subcomisión de inversiones, designada por la Comisión de Control, que mantiene reuniones trimestrales con la entidad Gestora, con el fin de disponer de un mejor seguimiento de la evolución del Fondo de Capitalización y de los resultados de la aplicación de la Política de Inversiones definida por la Comisión de Control, en función de las coyunturas del mercado de valores, informando puntualmente sobre cualquier circunstancia que aconseje introducir cualquier modificación en el mandato de inversiones.

#### **La Asociación Profesional de Directivos**

Una de las características de la cultura corporativa del Grupo Banco Popular es la alta implicación de sus directivos en la buena marcha y gestión del grupo. En este sentido y a iniciativa de los propios directivos, se creó en 1977 la Asociación Profesional de Directivos que, de acuerdo con sus Estatutos, tiene como objeto lograr una mayor participación de los técnicos y directivos en la gestión del Banco. Asimismo, se ocupa de mejorar la función de los técnicos y directivos, de defender sus intereses profesionales, económicos y sociales y de fomentar la progresiva capacitación y promoción de la totalidad de la plantilla del Grupo.

Este objetivo de "participación en la gestión" y su propia estructura organizativa, adaptada totalmente a la de la Entidad, ya que todos los órganos de representación de la Asociación se ajustan exactamente a la división territorial de Banco Popular en cada momento, le permiten conocer al instante cualquier circunstancia, incidencia o noticia de interés que pueda surgir en cada oficina, analizar los hechos y aportar sus puntos de vista para que las decisiones que se tomen estén avaladas por el conocimiento exacto de cada situación.

Recientemente, la Asociación ha nombrado a Roberto Higuera Montejo, Director General Financiero, como su representante en el Consejo de Administración de Banco Popular.

## 2.2.4. LA FORMACIÓN

En un entorno de negocio tan cambiante y competitivo como el actual, la formación juega un papel relevante y estratégico en el desarrollo de los proyectos presentes y futuros del Grupo. Por ello, la formación apoya y contribuye a la puesta en marcha de las iniciativas de la dirección del Grupo, a la vez que se constituye en herramienta fundamental para la gestión de los Recursos Humanos. Además, la creación de una base formativa sólida permite a los profesionales del Grupo acometer con garantía el desarrollo de sus carreras.

### Criterios generales de actuación:

- Un Plan de Formación único y homogéneo para el Grupo.
- Practicidad (enmarcado en las necesidades y objetivos del negocio).
- Ayuda al desarrollo profesional (mediante una adecuada mezcla formativa de conocimientos y habilidades).
- Universalidad (abarca a todos los empleados del Grupo).
- Uso equilibrado de distintos canales formativos (presencia, distancia, e-learning).
- Compromiso e implicación de cada persona en su proceso formativo.
- Vertebración de los planes de carrera.

El Departamento de Formación y Desarrollo, integrado en el área de Recursos Humanos, diseña e impulsa la puesta en práctica de estos criterios. Las áreas de trabajo que integran Formación y Desarrollo son:

- Formación de Nuevos Empleados
- Formación de Nuevos Apoderados, Interventores y Directores
- Formación orientada al desarrollo del negocio, acciones de refuerzo y áreas especializadas.
- Formación orientada al Desarrollo Directivo.
- Entorno e-learning.

El Plan de Formación tiene en cuenta las necesidades formativas de cada función o actividad profesional. Las acciones que lo vertebran cubren estas necesidades. Dichas acciones formativas pueden ser en presencia, a distancia y *on-line*:

En la actualidad existen los siguientes programas de formación:

1º.- El **Plan de Formación General**, de carácter obligatorio y común para todo el Grupo, se estructura teniendo en cuenta el acceso al desempeño de las nuevas funciones.

2º.- **Plan de Desarrollo de Competencias**. Tiene como objetivo contribuir al desarrollo de las competencias profesionales definidas por el área de Recursos Humanos para los distintos empleos, mediante el análisis y la potenciación de la competencia estratégica.

3º.- **Plan de Desarrollo Directivo**, que se concreta en acciones destinadas a personal clave del Grupo, con potencial, a diferentes niveles, para asumir responsabilidades directivas a corto y medio plazo.

4º.- **Plan de Perfeccionamiento y Especialización**, que complementa el Plan de Formación, y en el que tienen cabida la realización de jornadas comerciales como apoyo al lanzamiento de productos, o el refuerzo de los conocimientos en áreas de especialización, entre otras muchas posibilidades.

El Plan de Formación para los directivos hace especial énfasis en el desarrollo de las habilidades relacionadas con la gestión de equipos, y se persigue la sensibilización del equipo directivo en cuanto a la motivación, el compromiso y los valores, tanto propios como los de su equipo. Hay tres programas específicos destinados a promover estas habilidades: programa "Implicando Equipos", programa "Comparte", y programa "Cénit".

El **Programa "Implicando Equipos"**, destinado a directores de sucursal con experiencia, consta de dos fases. La segunda fase se desarrolla íntegramente en un parque temático y, como parte de esta iniciativa, en ella participan niños con problemas de integración procedentes de ONG's, Casas de Acogida y determinados Colegios de la Comunidad de Madrid, a los que el Banco invita a pasar una jornada especial. En el año 2006, 465 niños han disfrutado de esta iniciativa.

El **portal de formación del Grupo Banco Popular**. Además del Plan de Formación, que incluye acciones en presencia, a distancia y *on-line*, los empleados de Grupo Banco Popular pueden profundizar individualmente en diversos temas que resulten de interés para su desarrollo profesional a través del portal, donde, además de consultar los distintos cursos que integran el Plan de Formación, tienen las siguientes posibilidades:

**Cápsulas Formativas**, Las cápsulas formativas representan un método de información-formación, directo e intuitivo, proporcionan contenidos útiles en la gestión diaria, incluyen recordatorios de lo más importante, complementan cursos y constituyen recetarios en sí mismas. Su contenido es muy diverso -productos financieros, ayuda en la preparación de presentaciones, programas informáticos, fiscalidad, entre otros-. Para facilitar el acceso a esos contenidos, se ha incorporado un buscador temático.

**Prácticas de Idiomas.** En este apartado se pueden realizar ejercicios de idiomas, en inglés y alemán, con el fin de actualizar el conocimiento de esas lenguas.

**Manuales, documentos internos, diccionarios y biblioteca de management.** El Portal contiene un amplio conjunto de textos de consulta, que integra manuales, documentos internos, diccionarios y una biblioteca de management. Los manuales consisten en textos de interés en la tarea

diaria, como materiales de referencia en la gestión habitual, bancarios, un diccionario Español-Inglés y un soporte de acciones formativas. Al igual que las cápsulas formativas, versan sobre distintas materias, y se ha instalado un buscador temático para hacer más sencillo su uso. En la sección de biblioteca de management se incluye un fondo bibliográfico de títulos relacionados con la gerencia de las organizaciones.

#### Datos de Formación Total del Grupo

	2006	2005	2004
<b>EDAD MEDIA ALUMNOS</b>	38,5	35,4	36,02
HOMBRES	41,6	37,5	39
MUJERES	31,1	29,4	29
<b>ASISTENTES FORMACIÓN<sup>2</sup></b>	25.233	18.811	21.692
<b>GÉNERO</b>			
HOMBRES	16.445	12.979	15.618
MUJERES	8.788	5.832	6.074
<b>CATEGORÍA</b>			
TÉCNICOS	16.852	14.522	15.835
ADMINISTRATIVOS	8.381	4.289	5.857
<b>NÚMERO DE ALUMNOS<sup>3</sup></b>	9.943	9.475	8.685
<b>GÉNERO</b>			
HOMBRES	7.036	6.538	6.253
MUJERES	2.907	2.937	2.432
<b>CATEGORÍA</b>			
TÉCNICOS	6.699	7.315	6.340
ADMINISTRATIVOS	3.244	2.160	2.345
<b>NÚMERO DE HORAS PRESENCIALES</b>	405.793	297.852	200.007
<b>GÉNERO</b>			
HOMBRES	264.466	205.517	144.005
MUJERES	141.327	92.335	56.002
<b>CATEGORÍA</b>			
TÉCNICOS	271.011	229.942	146.005
ADMINISTRATIVOS	134.782	67.910	54.002
<b>NÚMERO DE HORAS DISTANCIA</b>	205.820	198.127	102.217
<b>GÉNERO</b>			
HOMBRES	134.138	136.707	73.596
MUJERES	71.682	61.420	28.621
<b>CATEGORÍA</b>			
TÉCNICOS	137.458	152.954	74.618
ADMINISTRATIVOS	68.362	45.173	27.599
<b>INVERSIÓN EN FORMACION TOTAL BANCOS</b>	6.316.400	5.489.271	5.261.373
<b>% PLANTILLA EN FORMACIÓN</b>	85,6	81,3	79,80

<sup>2</sup> Persona que ha acudido varias veces a formación

<sup>3</sup> Persona que ha acudido por primera vez a formación

La Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo ha asignado 1.230.944 euros al Grupo Banco Popular en ayudas a la formación en 2006, los cuales se han suscrito totalmente.

**2.2.5. SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO**

El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales gestiona todos los aspectos relacionados con la prevención de riesgos laborales. Entre sus competencias se encuentran la identificación de los mismos en los centros de trabajo, la formación e información a trabajadores, la elaboración de planes de emergencia y evacuación y la vigilancia de la salud de los trabajadores.

1.- Plan de prevención

Durante el año 2006 se ha seguido trabajando en la elaboración del Plan de Prevención 2007 - 2011, centrado

en la organización del Sistema de Gestión de la Prevención. La informatización del procedimiento de evaluación GBPE-2005 que se ha llevado a cabo durante el año 2006 constituye un gran avance en cuanto a la organización de la información en torno a la evaluación de riesgos.

2.- Evaluaciones de riesgos

En el ejercicio de 2006, se ha puesto en marcha el nuevo procedimiento de evaluación de riesgos GBPE-2005. Durante este año se han efectuado 251 evaluaciones, en las que se han identificado 722 factores de riesgo.

NUMERO DE EVALUACIONES EN EL GRUPO

DIVISION TERRITORIAL	2006 (GBPE-2005)	2005	Total 2001-2005 (GBPE-2001)
Banco Andalucía	35	35	354
Banco Castilla	14	12	212
Banco Crédito Balear	4	27	108
Banco Galicia	16	8	158
Banco Vasconia	18	30	146
Banco Popular Español	162	239	1.456
Bancopopular--e	-	1	7
Banco Popular Hipotecario	-	-	-
Popular Banca Privada	1	-	16
Sociedades del Grupo	1	-	15
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>352</b>	<b>2.472</b>

Además, se continúa con la aplicación del método de evaluación de factores psicosociales del Instituto Navarro de Salud Laboral, que ha sido consensuado con la representación sindical. Los resultados obtenidos en las zonas o provincias donde se ha realizado la encuesta, han sido presentados en los correspondientes Comités Estatales de Seguridad y Salud.

3.- Emergencias

A lo largo del año 2006, como en ocasiones anteriores, se han llevado a cabo los simulacros de evacuación de nuestros edificios, con los que se pretende que los empleados se habitúen a utilizar las salidas de emergencia y aprendan a mantener unas normas de conducta que en caso de emergencia les permitan efectuar una evacuación de forma ordenada y rápida, así como comprobar la aplicación de los planes de

emergencia y el correcto funcionamiento de los medios disponibles.

4.- Formación e información

Durante 2006, tras detectar determinadas carencias formativas en materia de prevención, se han comenzado a elaborar los contenidos de un nuevo plan de formación, que incluirá cursos generales para todos los empleados, presenciales y en la Intranet (obligatorio para todos los empleados del Grupo) en los que se dará a conocer, entre otras cuestiones, la gestión básica de la prevención en los centros de trabajo y riesgos generales que pueden encontrar. Además están los cursos para equipos de emergencia, que se imparten periódicamente a los miembros integrantes de los equipos de emergencia de los edificios del Grupo, y los cursos específicos, en función de las necesidades en ciertos centros de trabajo o para determinados puestos.

El Servicio pretende que todos los empleados conozcan los riesgos laborales, y para ello transmite información sobre los siguientes puntos:

A la entrega de la evaluación de riesgos del centro, se da a conocer a todos los empleados la hoja resumen de riesgos detectados en el centro para su información.

A todos los empleados de nuevo ingreso se les entrega del manual de riesgos generales y específicos en oficinas.

En intranet se incluye información sobre las medidas de emergencia, generales y específicas para cada edificio, integrantes de los equipos de emergencia y punto de encuentro. Además, se renuevan y amplían periódicamente las fichas informativas sobre riesgos laborales.

Además, en el Portal del empleado se encuentran disponibles para el empleado y su familia, artículos divulgativos relacionados con la salud (la epilepsia, tuberculosis), y los problemas más habituales de nuestros hábitos de vida: los beneficios del ejercicio y de los buenos hábitos alimenticios, los problemas de sueño, etc.

#### 5.- Equipos ergonómicos

Desde el Servicio de Prevención, se atienden las peticiones de material ergonómico por parte de los trabajadores.

#### 6.- Accidentalidad laboral

La distribución de accidentes en el Grupo queda de la siguiente manera:

EMPRESA	TOTAL		CON BAJA		SIN BAJA	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
B. Popular	148	71,2	70	70,8	78	71,7
B. Andalucía	25	12,0	12	12,1	13	11,9
B. Castilla	11	5,3	9	9,1	2	1,8
B. Galicia	5	2,4	3	3,0	2	1,8
B. Vasconia	10	4,8	2	2,0	8	7,3
B. Crédito Balear	2	1,0	1	1,0	1	0,9
Bancopopular-e	3	1,4	1	1,0	2	1,8
Sociedades	4	1,9	1	1,0	3	2,8
<b>TOTALES</b>	<b>208</b>		<b>99</b>		<b>109</b>	

#### 7.- Vigilancia de la salud

La citación para los reconocimientos médicos en el Grupo se ha realizado de acuerdo con la siguiente distribución:

	Realizados		
	Iniciales	Periódicos	Total
Banco Popular Español	676	4.016	4.692
Banco Andalucía	169	1.050	1.219
Banco Castilla	97	405	502
Banco Crédito Balear	20	186	206
Banco Galicia	64	367	431
Banco Vasconia	23	218	241
Sociedades	-	27	27
<b>Total</b>	<b>1.049</b>	<b>6.269</b>	<b>7.318</b>



8.- Absentismo por enfermedad común y otras situaciones

Durante 2006 hubo un total de 260 bajas de maternidad. En cuanto al absentismo por enfermedad común, se ha distribuido de acuerdo al siguiente cuadro:

Nº de bajas totales	2.799
Nº de nuevas bajas	2.552
Nº de altas	2.526
Jornadas totales	122.063
Jornadas por altas	89.224
Bajas superiores a un mes	821
Incidencia <sup>1</sup>	20,56
Índice de absentismo <sup>2</sup>	31,42
Gravedad <sup>3</sup>	9,84
Duración media <sup>4</sup>	35,32
% de bajas de larga duración	29,33

- <sup>1</sup> Representa las bajas que se producen durante un año por cada 100 trabajadores.
- <sup>2</sup> Representa el número de jornadas trabajadas por cada jornada de trabajo perdida.
- <sup>3</sup> Representa el número de jornadas perdidas por cada baja.
- <sup>4</sup> Número de jornadas perdidas por enfermedad, para cada alta.

En comparación con el año anterior, podemos observar en el Grupo Banco Popular:

Número de Bajas			Altas			Jornadas		
2006	2005	%	2006	2005	%	2006	2005	%
2.552	2.862	<-10,83>	2.526	2.842	<-11,54>	122.063	117.605	3,79

**2.3. PROVEEDORES**

Principales partidas del Grupo Banco Popular

Los gastos generales del Grupo suman 327 millones de euros, de los que destacan los gastos en informática, que ascienden a 67 millones de euros (con un crecimiento del 34,1%), alquileres, con 51 millones de euros (+6%), publicidad, con 37 millones (-26,9%) y comunicaciones, con 28 millones de euros (+6,2%).

Ninguno de los principales proveedores del Grupo, dedicados a los productos y servicios informáticos y de comunicaciones, supone más del 10% del total de la partida de gastos generales del Grupo. La gran mayoría de los proveedores contratados por el Grupo son de origen local.

**Política de admisión y trato con los proveedores**

La Comisión Ejecutiva, a propuesta de la Comisión de Nomenclaturas, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflicto de Intereses ha aprobado, en su reunión de fecha 19 de diciembre de 2006 el Código de Conducta con Proveedores, que recoge, aclara y sistematiza los criterios

de selección y actuación que el Banco viene aplicando de acuerdo con su cultura corporativa y los resultantes del Pacto Mundial de Derechos Humanos, para su aplicación por las entidades del Grupo. El Código, que deberá ser observado por todos los proveedores que contraten con el Grupo, recoge una definición de los principios del Pacto Mundial, cuyo respeto es responsabilidad de los proveedores. El Grupo dará preferencia a aquellos que demuestren su compromiso con los principios contemplados en el Código, y se reserva el derecho de rescindir sus relaciones contractuales con los que lo incumplan.

Además, en 2006, el Área de Impresos ha creado una Ficha de Evaluación de Proveedores para su formalización por parte de los proveedores. El departamento responsable de compras entrega al proveedor un cuestionario para que lo formalice y así el Grupo puede contar con un historial de ese proveedor. Se recogen, además de los datos económicos y de gestión, los relativos a medidas medioambientales (certificaciones ISO 9000 y 14000-1, tratamiento de residuos y programas de ahorro de materias primas) e indicadores de desempeño social (prevención de riesgos laborales, integración de personal de sectores desfavorecidos, etc).



De acuerdo con los criterios de igualdad de oportunidades, accesibilidad y transparencia, el Grupo está abierto a las ofertas de todo posible proveedor. La relación con los proveedores se basa en la confianza y respeto mutuo. El engaño en la calidad, el incumplimiento reiterado de los plazos o las condiciones de entrega, es una falta muy grave de confianza, que supone el rechazo del proveedor en futuros concursos, sin perjuicio de la ejecución de las penalizaciones aplicables. En todo caso, los departamentos correspondientes atienden y agradecen las sugerencias de los proveedores encaminadas a mejorar la calidad.

En el caso de que un proveedor, en el transcurso de un concurso, revise los precios ofertados, se informa al resto de proveedores de dicha circunstancia, para que, si lo desean, puedan presentar nuevos precios, garantizando la igualdad de oportunidades.

Las condiciones que se exigen a los proveedores se documentan en sus respectivos contratos. Entre ellas se incluye la de aportar documentación acreditativa de estar al corriente del pago de las cuotas de Seguridad Social, así como los certificados y normas de homologación o calidad que posea que garanticen su respeto a los derechos humanos, laborales y medioambientales. Igualmente, en los contratos con las empresas de servicios que supongan el tratamiento de datos de carácter personal se incluyen cláusulas que garanticen la confidencialidad de dichos datos, de acuerdo con la ley.

Todo proveedor, tiene la obligación de informar de cualquier circunstancia que le pueda afectar comercialmente, antes de que éste se entere por otros medios.

Si bien no se realizan encuestas de satisfacción, sí se constata, en el trato diario con los proveedores, que el grado de satisfacción de nuestro sistema de compras es muy alto. Los aspectos que son más valorados los podemos resumir en los siguientes:

- La apertura y atención recibidas.
- La igualdad de oportunidades.
- La valía y autenticidad de la palabra dada por el Banco.
- La confianza depositada en el proveedor desde el principio.

- El respeto a los plazos de pago de sus facturas.
- El trato recibido.

### 3. LA SOCIEDAD

#### 3.1. ACCIÓN SOCIAL

##### 3.1.1. LA INVERSIÓN SOCIAL DEL GRUPO BANCO POPULAR

Ya en los años 50 el Banco Popular, las entidades de su grupo, así como sus consejeros y directivos, sintieron la necesidad de destinar una parte de sus beneficios o remuneraciones a actuaciones de carácter social, de las que no se derivaría ningún resultado comercial para el Banco, pero que contribuiría a mejorar la sociedad, tanto mediante la atención de actividades asistenciales como, sobre todo, culturales y educativas.

Desde el principio esta ayuda se concretó en la constitución y sostenimiento de varias Fundaciones, a las que el Banco desde entonces ha venido aplicando parte de sus resultados. Inicialmente estos donativos eran las remuneraciones que estatutariamente correspondían a los Consejeros del Banco, y que éstos dejaban de percibir y cedían a las Fundaciones.

Estos criterios siguen perteneciendo a la cultura del Banco, aunque los donativos a las Fundaciones ya no se corresponden con derechos estatutarios de los Consejeros, quienes continúan sin percibir remuneración por sus cargos. El Grupo sigue considerando imprescindible establecer una escrupulosa línea de separación entre esa inversión social y las actividades comerciales, el mecenazgo, el patrocinio o el marketing del Banco.

A diferencia de lo que sucede con la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE), en la que la empresa es insustituible; la acción social puede desarrollarla el Banco directamente o a través de entidades especializadas, habiéndose optado por ésta última forma, acorde con los criterios del Banco también en otras materias. Así desde 1981 gran parte de la acción social del Banco se concreta en la financiación de determinados programas y actividades a través de Fundaciones y entidades especializadas, pues el Banco no sostiene directamente ninguna iniciativa social o educativa: prefiere complementar lo que otros hacen, y mantenerse como último recurso.

Durante el año 2006 el Grupo aportó un total de 22.773 mil euros a la Fundación para Atenciones Sociales y al Fondo Social de Cooperación (Fundación Vasconia), como se refleja en las cuentas anuales, cifra también similar a la de los ejercicios anteriores. Estas Fundaciones no tienen gastos operativos, ya que su administración es ejercida íntegramente por voluntarios.

Esta inversión social se desarrolla en el ámbito asistencial y cultural, pero ocupa un lugar preferente la educación, entendida como la mejor solución a largo plazo para muchos de los problemas que se plantean en África,

Latinoamérica y Filipinas -donde se centra una parte relevante de esta acción social-, y como la mayor aportación que puede hacerse a la sociedad, facilitando que personas con aptitudes pero sin los recursos necesarios puedan completar su formación.

Las ayudas alcanzan a todos los que participan en el proceso educativo: instituciones docentes, profesores y, por supuesto, estudiantes. Los Programas y Sectores en que pueden agruparse las actividades financiadas en 2006 son fundamentalmente:

Programa	Financiación	Beneficiarios
Acceso a la educación y otras Ayudas individuales	6.427 m €	1.324
Financiación de centros sociales y educativos en España	5.820 m €	11
Dotación a Fundaciones y Fondos para Microcréditos	4.658 m €	24
Cooperación y rehabilitación de monumentos y monasterios	3.341 m €	34
Ayuda al desarrollo en África y Latinoamérica	1.592 m €	9

Salvo las ayudas individuales, de las que en el año 2006 se han beneficiado 1.324 personas, en su mayoría estudiantes, el resto de los beneficiarios directos del año 2006, un total de 78, son colectivos: desde Universidades a fondos para microcréditos, por lo que los beneficiarios indirectos son varios millares.

El proyecto que en España ha recibido mayor ayuda económica en 2006 es el Convento de Nuestra Señora de los Ángeles, en Constantina (Sevilla), con un total de 2.511 mil €, para la rehabilitación y ampliación de las instalaciones del Convento y los centros de formación

profesional anexos. Los que mayor ayuda han recibido en Latinoamérica y África han sido, en ambos casos, Universidades: 480 mil € la de Santo Toribio de Mogrovejo, en Perú; y 401 mil € la Panafrican University, en Lagos (Nigeria).

En el año 2006 se han iniciado los Fondos para el Acceso a las microfinanzas en África, tanto para el autoempleo como para la educación. También en este caso, las Fundaciones se apoyan en instituciones locales, con experiencia en el sector, conocimiento del medio y sin ánimo de lucro, para desarrollar estos programas.

### 3.1.2. COLABORACIÓN EN PROYECTOS DE ONGs Y ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO. ASISTENCIA EN CATÁSTROFES Y AYUDAS ECONÓMICAS.

El Grupo Banco Popular colabora con varias entidades sin ánimo de lucro y ONGs, a las que proporciona su asistencia para la recaudación de sus fondos, tanto de manera activa como mediante la puesta a disposición de diversos medios. Estas acciones, de donación directa o inversión en servicios no cobrados, no tienen un coste cuantificable significativo. Entre estas actividades podemos destacar:

#### 1.- CAMPAÑAS Y COLABORACIONES CON ONG

**ALDEAS INFANTILES.-** Banco de Galicia colabora en la campaña anual de venta de felicitaciones navideñas.

**CARITAS.-** Colaboración en la campaña anual "Día de la Caridad" mediante la colocación de una Mesa Petitoria en la Oficina Principal de Madrid.

**CRUZ ROJA.-** Colaboración en el Sorteo anual del Oro mediante la venta de boletos a través de sucursales, y el pago de premios.

**DOMUND.-** Colaboración en la campaña anual en octubre.

**INTERMON.-** Colaboración en la campaña anual colocando carteles y cupones en sucursales para captación de socios y donativos.

**MANOS UNIDAS.-** Colaboración en la campaña anual colocando carteles y folletos en sucursales para captación de socios y donativos.

**UNICEF.-** Colaboración en la campaña anual de Navidad, mediante la venta de felicitaciones.

#### 2.- AYUDA A EMERGENCIAS

Como forma de contribuir con las labores de auxilio en relación con diversas situaciones de emergencia en todo el mundo, el Grupo Banco Popular ofrece la posibilidad de canalizar la ayuda de los particulares haciéndola llegar a su destino con la urgencia que en estos casos se requiere. A tal fin, tiene habilitada una página web dedicada a tal cometido, [www.ayudaaemergencias.org](http://www.ayudaaemergencias.org), a la que se puede acceder o bien directamente o a través de la página web corporativa. En ella se informa de todas las cuentas abiertas para las últimas catástrofes, y se pueden realizar aportaciones a la cuenta solidaria que se desee

desde Banca Electrónica o desde cualquiera de nuestras sucursales. Todas las transferencias están libres de gastos. A la fecha de publicación de este informe, se encuentra disponible la posibilidad de colaborar, a través de [www.ayudaaemergencias.org](http://www.ayudaaemergencias.org), en las siguientes situaciones: Ayuda a Oriente, para apoyar a las víctimas del conflicto bélico en Oriente Medio; Emergencia en Indonesia, para socorrer a los damnificados por el terremoto de Bantul; Emergencia en África, para asistir en la situación de gran sequía que se encuentran en varios países, tanto de la franja del Sahel como en el este del continente.

#### 3.- AYUDAS EN ESPECIE

Bajo esta denominación, se engloban varias actividades culturales, congresos, colaboración en aniversarios, ayuda a misiones, proyectos de diversas entidades, campañas anuales, etc. Entre estas ayudas se encuentra, además, el apoyo en la organización de foros, conferencias y seminarios sobre medioambiente y responsabilidad social corporativa, así como sobre temas relacionados con la banca, con la correspondiente preparación de la documentación y material necesarios, presentación y exposición, así como la asistencia a instituciones religiosas en la elaboración y mantenimiento de sus páginas web.

### 3.1.3. FINANCIACIÓN A PARTIDOS POLÍTICOS, SINDICATOS Y ONGs

El Grupo Banco Popular respeta las diferentes posiciones políticas sin mostrar adhesión ni preferencias por alguna de ellas.

En relación con los sindicatos, en el Grupo, se les mira con buenos ojos. Se parte del supuesto de que ellos sienten la Entidad como cosa propia. Están en el mismo barco, tal y como se refleja en el Libro de Estilo del Grupo.

Como ya es habitual en el Informe de Responsabilidad Social Corporativa, Grupo Banco Popular informa en este epígrafe sobre la financiación a las instituciones públicas, así como los procedimientos para la concesión de esa financiación.

Por lo que se refiere al procedimiento interno de actuación, las peticiones de créditos por parte de partidos políticos, sindicatos y ONGs son informadas y dictaminadas por los analistas como si se tratara de peticiones de cualquier empresa de servicios, sin que la ideología política del solicitante sea un factor a tener en

cuenta.

Los créditos a partidos políticos se conceden por la previsión de subvenciones que el partido correspondiente cobraría como consecuencia de los futuros resultados electorales. Además, las relaciones con los partidos se han incrementado hasta convertirse en clientes con necesidades comunes a las que puede tener cualquier

compañía, salvando las financiaciones electorales.

La cuantía media de las operaciones realizadas en 2006 asciende a 128.195 euros, mientras que en 2005 fue de 88.767 euros. El número de operaciones realizadas y sus cuantías en euros para cada uno de los 3 grupos indicados en los años 2006, 2005 y 2004 son los mostrados en el siguiente cuadro:

**Financiación a partidos políticos, sindicatos y ONGs.**

Financiaciones otorgadas	2006		2005		2004	
	Nº Op. conc.	Importe	Nº Op. conc.	Importe	Nº Op. conc.	Importe(*)
Partidos políticos	18	8.712	30	15.413	57	75.056
Sindicatos	198	25.383	394	34.974	352	30.519
ONGs	13	6.173	15	4.308	17	7.675
<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>40.268</b>	<b>439</b>	<b>54.695</b>	<b>426</b>	<b>113.250</b>

\*en miles de euros

**3.1.4. MICROCRÉDITOS**

El Grupo cuenta con un completo programa de créditos de pequeña cuantía denominados microcréditos, como continuación del convenio de financiación suscrito con el Instituto de Crédito Oficial (ICO), mediante el cual se financian los proyectos laborales o empresariales con el objeto de fomentar la auto-ocupación de aquellas personas físicas o microempresas que tengan dificultades de acceso a la financiación por carecer de garantías o avales personales. Las operaciones se realizan a través de alguna de las denominadas Instituciones de Asistencia Social (IAS), que son quienes presentan al nuevo beneficiario y aportan un análisis sobre la viabilidad del proyecto.

Actualmente están vigentes varios convenios que, además de suponer una solución idónea para personas o empresas con dificultades de acceso a la financiación, pretenden en muchos casos el desarrollo de áreas económicas con un impacto social o medioambiental, como el convenio destinado a la industria

cinematográfica, los Convenios con el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) para la energía solar, térmica o fotovoltaica, las energías renovables o la innovación, o el convenio con el Centro para el Desarrollo Tecnológico e Industrial (CDTI) para el fomento de los proyectos de innovación tecnológica.

En otros casos, se pretende fomentar la recuperación de áreas geográficas devastadas por catástrofes naturales, tales como incendios, sequías o heladas.

Los beneficiarios de estos créditos tienen el siguiente perfil:

**MICROEMPRESAS:** entidades con menos de 10 trabajadores, volumen de negocio o Balance General anual por debajo de los 2 millones de euros.

**PYMES:** entidades con menos de 250 trabajadores, volumen de negocio anual no superior a 50 millones de euros o Balance General anual por debajo de los 43 millones de euros.

## Principales convenios ICO suscritos

CONVENIO	DESTINO DE LOS FONDOS	Nº Operac	IMPORTE TOTAL*
PYMES 2006	Pequeñas y medianas empresas	8.814	405.035
INTERNACIONALIZACIÓN Tramo I y II	Inversiones españolas en el exterior	10	11.314
EMPRENDEDORES Tramo I y II	Empresas de reciente creación	34	1.075
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Más de 50 trabajadores y volumen de negocio	10	1.613
INFO MURCIA	Inversiones en la zona de Murcia	9	10.907
CAIB - 2006	PYMES CON INVERSIONES EN LAS Islas Baleares	8	854
ICEX .- Aprendiendo a exportar	Salida al exterior de la empresa española	14	897
TRANSPORTE 2006	Sector Transporte (mercancías y viajeros)	350	18.244
CDTI - 2006	Proyectos Industriales Innovación Tecnológica	21	2.215
PLAN AVANZA (TIC, Jóvenes/Universitarios y Ciudadanía Digital)	Incremento de tecnologías en la información	135	532
MEDIO AMBIENTE	Reducir contaminación/cambio climático/gestión residuos	1	118
Textil, Comercio, Calzado y Juguete	Apoyo financiero en la mejora de sus procesos de fabricación	2	709
TOTAL			
		9.408	453.513

\* En miles de euros

### 3.1.5. OTRAS FINANCIACIONES PREFERENTES PARA PYMES: LÍNEA BEI, y LÍNEAS DEL INSTITUTO DE FINANZAS DE CASTILLA-LA MANCHA Y DEL INSTITUT CATALÁ DE FINANCES

En el mismo sentido de los mencionados microcréditos del Instituto de Crédito Oficial, otros organismos públicos han creado líneas de financiación preferente. El Banco Europeo de Inversiones (BEI) ha creado una línea de financiación destinada a PYMEs, cuyo objetivo es la financiación en condiciones especiales de proyectos empresariales de elevado interés en los campos del turismo, industria, protección del medioambiente, ahorro energético, sanidad, creación de infraestructuras, educación, energía o vivienda.

Las líneas BEI favorecen los proyectos que persigan alguno de los siguientes objetivos:

- pequeños y medianos proyectos, en España, en industria, turismo y servicios dirigidos al ahorro energético;
- la protección del medio ambiente y la creación de infraestructuras en los sectores privado, público y semipúblico;
- proyectos en los sectores de educación, energía, sanidad y vivienda.

También Banco Popular Portugal formalizó el 7 enero de 2005 con el Banco Europeo de Inversiones una línea de financiación, denominada "BNC Empréstimo Global I", por un importe total de cincuenta millones de euros (50.000.000 euros), cuya finalidad es la financiación de inversiones de pequeña y mediana dimensión en Portugal y otros países de la Unión Europea. Esta línea de financiación cuenta con la garantía de Banco Popular Español.

El coste total de las operaciones acogidas a este convenio será por un mínimo de 20.000 Euros y un máximo de 12.500.000 Euros.

Por su parte, el Convenio con el Instituto de Finanzas de Castilla-La Mancha, que se inscribe en un programa cofinanciado con los Fondos Estructurales de la Comisión Europea a través de los fondos FEDER, va destinado a financiar proyectos de inversión de las PYMEs en Castilla-La Mancha y tiene vigencia hasta el 31 de diciembre de 2007.

El Institut Catalá de Finances tiene como objetivo con la línea ICFCREDIT mejorar los instrumentos de financiación con condiciones de mercado ventajosas a los autónomos y las pequeñas y medianas empresas, para financiar proyectos de inversión que se desarrollen en territorio catalán. Este convenio está vigente hasta el 5 de julio de 2007.

24. Otras financiaciones preferentes

CONVENIO	DESTINO DE LOS FONDOS	Nº Operac	IMPORTE TOTAL*
BPE - Banco Europeo de Inversiones- PYMEs	Pequeñas y medianas empresas	63	4.767
BPP - Banco Europeo de Inversiones- PYMEs	Pequeñas y medianas empresas	51	8.269
Instituto de Finanzas de Castilla-La Mancha- PYMEs-FINANZAS	Pequeñas y medianas empresas	2	250
Institut Català de Finances	Inversión de Microempresas y PYMEs en Cataluña	270	14.244
TOTAL		335	19.263

\* En miles de euros

3.1.6. TARJETAS SOLIDARIAS

Dentro de su compromiso con la acción social, y englobadas en el grupo de las denominadas tarjetas Visa Affinity, se comercializan varias tarjetas de cuyo beneficio se destina una parte a la institución u organización que da nombre a la tarjeta. Sus principales características son:

- Cesión, al ente titular de la tarjeta, de hasta el 30% de las cuotas anuales cobradas.
- Cesión, al ente titular de la tarjeta, del orden del 0,50% sobre el total de movimientos realizados por los usuarios de la tarjeta.

A 31 de diciembre de 2006 se encuentran operativas cinco tarjetas diferentes con estas características, y se han suscrito 20.702 que han generado movimientos por valor de 28 millones de euros.

3.1.7. FONDOS DE INVERSIÓN

**FONDOS DE TITULIZACIÓN DE ACTIVOS: "IM BANCO POPULAR FTPYME 1, FTA", E "IM GRUPO BANCO POPULAR FTPYME I"**

Al amparo de lo establecido en la Orden Ministerial de 28 de diciembre de 2001 sobre Convenios de Promoción para favorecer la financiación empresarial, modificada posteriormente por la Orden ECO/1064/2003 de 29 de abril, con fecha 22 de diciembre de 2004, Intermoney Titulización, sociedad gestora de Fondos de Titulización, S.A., constituyó el Fondo de Titulización de Activos "IM BANCO POPULAR FTPYME 1, FONDO DE TITULIZACIÓN DE ACTIVOS", al que Banco Popular cedió derechos de crédito de los que era titular frente a empresas españolas no financieras de las que, al menos, el 95% eran pequeñas y medianas empresas que cumplían con los criterios de la definición de la Comisión Europea (Recomendación de 6 de mayo de 2003), por importe de dos mil millones de euros. Igualmente, con fecha 29 de

noviembre de 2006 Intermoney Titulización constituyó el Fondo de Titulización de Activos "IM GRUPO BANCO POPULAR FTPYME I", fondo al que Banco Popular y los Bancos de Andalucía, Castilla, Crédito Balear, Galicia y Vasconia cedieron derechos de crédito con idénticas características, por importe de dos mil treinta millones de euros.

De acuerdo con dichas Ordenes Ministeriales y con el convenio marco sobre colaboración entre el Ministerio de Economía y Banco Popular Español para determinar los créditos susceptibles de cesión a los Fondos de Titulización de activos que se creen para favorecer la financiación empresarial, firmado con fecha 3 de noviembre de 2004, Banco Popular se ha comprometido a reinvertir la liquidez obtenida como consecuencia del proceso de titulización en la financiación a empresas no financieras domiciliadas en España, destinándose al menos el 80% de dicho importe a pequeñas y medianas empresas que cumplieran con los criterios de la definición de la Comisión Europea.

**GAT FTGENCAT 2005, FTA**

En la misma línea que los fondos de titulización, en diciembre de 2005 se constituyó el fondo de titulización "GAT FTGENCAT 2005, FTA", al que Banco Popular cedió derechos de crédito de los que era titular frente a empresas y empresarios no financieros catalanes, de las cuales al menos el 80% eran pequeñas y medianas empresas que cumplían con los criterios de la definición de la Comisión Europea (Recomendación de 6 de mayo de 2003), por importe de doscientos millones de euros.

De conformidad con la Resolución ECF/2186/2005, de 16 de junio del Departamento de Economía y Finanzas de la Generalitat de Cataluña, Banco Popular se ha comprometido a reinvertir la liquidez obtenida como consecuencia del proceso de titulización en el plazo máximo de 24 meses desde su disposición efectiva, con

un importe mínimo del 50% en los primeros 12 meses, respetando en la reinversión que un 80% se destine a pequeñas y medianas empresas catalanas.

### **PBP BIOGEN, FI**

PBP Biogen, FI es un fondo principal que invierte en valores de farmaindustria, aproximadamente el 50%, cuidado de la salud un 25%, y biotecnología el restante 25%. Este Fondo tiene carácter solidario y cede parte de su comisión a CIMA (Centro de Investigación Médica Aplicada) para el desarrollo de sus proyectos de investigación. CIMA colabora con Popular Gestión Privada en la selección de valores, sobre todo en el campo de la biotecnología.

### **3.1.8. PRESTAMO PARA ADECUACIÓN DE INSTALACIONES HOSTELERAS A LA LEY ANTITABACO.**

Como consecuencia de la entrada en vigor de la nueva ley reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco, se establece la obligación de adecuar dentro de los 'bares, restaurantes y demás establecimientos de restauración cerrados, con una superficie útil destinada a clientes o visitantes igual o superior a 100 metros cuadrados', una dependencia separada físicamente del resto del local, con un sistema de ventilación independiente, u otros dispositivos o mecanismos que permitan garantizar la eliminación de humos.

Con la intención de facilitar a los empresarios y autónomos hosteleros la realización de las obras necesarias en los locales, así como la compra de los sistemas de ventilación, el Grupo ha diseñado especialmente un préstamo personal con condiciones preferentes.

## **3.2. LA SOSTENIBILIDAD**

### **COMPROMISO DEL GRUPO BANCO POPULAR CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE**

#### **El Comportamiento sostenible**

En su estrategia de compromiso sostenible, el Grupo Banco Popular parte de la definición de desarrollo sostenible que se dio en el informe Nuestro Futuro Común (también conocido como informe "Brundtland") de 1987:

"El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades".

La aplicación de tal concepto, en principio, muy simple y general, se debe adaptar a la actividad, los objetivos, el ámbito de actuación e incluso al ámbito geográfico de las distintas entidades, si bien tal adaptación, en todo caso, no puede obviar la introducción de una variable medioambiental en la gestión diaria y en la estrategia a medio y largo plazo de la entidad.

El Grupo Banco Popular mantiene una actitud de máximo respeto hacia el medioambiente, dentro del ámbito en el que trabaja, y trata de actuar con la máxima coherencia en el compromiso racional con los recursos presentes y futuros. El Grupo mantiene un fuerte compromiso de apoyo de los valores y políticas relacionados con la sostenibilidad del medio, y está desarrollando un esfuerzo de interiorización de las iniciativas en este campo. Como organización financiera eminentemente regional, el Grupo aborda la sostenibilidad, en un ámbito de aplicación funcional y territorial limitado.

Banco Popular se compromete a tomar en consideración la prevención, protección y conservación del medioambiente mediante un enfoque global que se concreta en las siguientes pautas:

- Cumplimiento de las normas medioambientales vigentes.
- Dirección desde el máximo órgano de gobierno del Grupo, y más concretamente, desde el Consejo de Administración de Banco Popular Español, S.A., y su Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses, a la que se ha dotado de competencias específicas en este ámbito.
- Alcance general, ya que abarca todas sus actividades, mediante medidas, tanto en el ámbito interno de la Organización como en los productos que se ofrecen, respetuosas o menos agresivas con el medioambiente.
- Mejora de los procedimientos que aseguran una protección mayor del medio y una adecuada gestión de los recursos.

Por tanto, la política del Grupo en materia de sostenibilidad se refleja tanto en las iniciativas de organización y funcionamiento interno como en los proyectos de financiación. Ambas categorías se examinan a continuación.

Grupo Banco Popular no ha recibido ninguna multa o sanción por incumplimiento de la normativa medioambiental en 2006.



**SOSTENIBILIDAD EN EL ÁMBITO INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN**

Principales indicadores de sostenibilidad

INDICADORES	2006	2005	2004
<b>PAPEL</b>			
Consumo de papel en tn	1.139	1.071	1.289
Consumo de sobres, en unidades	99.843.103	103.642.345	107.376.301
Correspondencia interna, sobres multiuso, en unidades	1.554.950	695.825	926.000
Toallas de lavabo, en unidades	11.325.000	10.270.000	12.925.250
Ahorro de sobres estimado por uso de correo integrado, en tn de papel	536,81	510,9	482
<b>RECICLAJE</b>			
Papel: Destrucción de archivo y documentación sensible	830,21	821	1.000
Reciclaje de toners usados, en unidades	12.768	11.733	13.436
Equipos ofimáticos y de reproducción			
Consumo de cartuchos de toner reciclados, en unidades	18.596	15.905	16.000
Consumo de cartuchos de toner originales, en unidades	9.448	-	-
<b>ENERGIA</b>			
Emisión de CO2 en tn	319,11	254,07	-
Electricidad en Gj.	306.000	324.000	-
Gasoleo en Gj.	4.348,81	3.462,51	-
Agua (Coste en euros)(*)	426.095	387.033	-
Consumo indirecto de energía en Gj.	929.325	983.991	-

(\*) Procedente de la red de abastecimiento general de cada CCAA

**MATERIAS PRIMAS**

**Papel**

Las necesidades y obligaciones de información a la clientela llevan consigo la impresión y envío de cantidades ingentes de documentos, con el consiguiente consumo de muchas toneladas de papel, que necesariamente afectan al mantenimiento de la masa forestal del planeta. Para paliar tal efecto, desde hace años el Grupo comenzó a tomar medidas tendentes a racionalizar el consumo de papel y procurar el reciclaje

de material de oficina y consumibles. Además de papel, estas mismas necesidades de información producen un gasto de energía y de tinta, materias primas sobre las que también se debe realizar una gestión racional y tendente a su reducción. Desde hace unos años, Grupo Banco Popular está haciendo un gran esfuerzo tanto en ahorro de papel como en el uso de papel respetuoso con el medioambiente. Este esfuerzo se ha intensificado durante los últimos meses con medidas muy significativas, que afectan a la organización en general y que implican muy directamente a los empleados.

**MEDIDAS DE UTILIZACIÓN SOSTENIBLE Y AHORRO DE PAPEL**

- Obligación de los proveedores de papel de facilitar los certificados ISO 9000 y 14000-1.
- Eliminación de documentos pre-impresos y utilización de sistemas mecanizados de impresión en relación con los impresos y contratos estandarizados del Grupo.
- Uso de papel reciclado del llamado "100 por 100" desde enero de 2007.
- Edición de campañas de concienciación a los empleados sobre el uso de papel en el Portal del Empleado, sobre las siguientes materias:
- Beneficios del papel reciclado y su empleo dentro del Grupo.
- Ahorro y utilización sostenible del papel.
- Utilización de sobres de correspondencia "tipo ECF" - en su fabricación no se utiliza cloro gas para su blanqueo.

En relación con los impresos y contratos estandarizados de los que hacen uso las oficinas, desde hace años el Grupo está eliminando los documentos pre-impresos, sustituyéndolos por sistemas mecanizados de impresión. Como consecuencia de dicha política, la práctica totalidad de impresos y contratos del Grupo se imprimen sobre folios en blanco, lo que permite mantener stocks mínimos y ajustados de impresos, con el consiguiente ahorro de papel, tintas de impresión y plásticos de embalaje.

En cuanto al papel empleado, el Grupo busca el de mejor calidad para el correcto funcionamiento de los medios mecánicos. Una vez probado y homologado el papel, se insta a los proveedores a facilitar los certificados ISO 9000 y 14000-1, que garanticen su calidad y respeto con el medio ambiente en su fabricación, tales como la no utilización de productos clorados. Igualmente, se les solicita información sobre sus procesos de fabricación, innovaciones y políticas de mejora.

Como continuación a esta política, durante 2006, el Grupo Banco Popular ha comenzado a introducir el uso de papel reciclado del llamado "100 por 100". Además, durante el mes de octubre se lanzó una campaña en el Portal del Empleado sobre el papel reciclado, con el objetivo de concienciar a los empleados sobre su uso, y sobre la prioridad de utilizar este papel antes que el blanco. El uso de este tipo de papel ha tenido gran acogida entre los clientes internos del Grupo.

Durante 2006, el 15,24% del papel utilizado ha sido papel reciclado.

Visto el éxito y la difusión de esta línea de comunicación interna, se creó otra campaña en el Portal del Empleado sobre ahorro y uso sostenible del papel, en la que se recordaban los protocolos en cuanto al reciclaje y otras líneas de actuación en esta materia.

Los sobres de correspondencia utilizados por el Grupo están fabricados con papeles ecológicos de los llamados "tipo ECF" que garantizan que en su fabricación no se utiliza cloro gas para su blanqueo. También se ha creado el logotipo identificativo "Papel ecológico ECF", que se imprime en los sobres que cumplan estas características.

En cuanto a los sobres preimpresos, son de los llamados ECF (libre de cloro elemental) que están considerados dentro de la categoría de "papeles ecológicos", y en las próximas impresiones de sobres, se incluirá al dorso el logotipo de "Papel ecológico".

La última medida está en fase de análisis y trata sobre el comportamiento de los rollos de los cajeros fabricados con papel ECO, procedentes de pasta de papel sin aditivos blanqueadores, que tienen menos efectos nocivos para el medio ambiente.

### Tóners

El Grupo Banco Popular, usa, prioritariamente cartuchos de tóner de impresoras de los llamados "reciclados" o "refabricados", que reutilizan las carcasas y las piezas que por su estado permitan su aprovechamiento. El Banco aplica un protocolo de homologación de cartuchos que exige el conocimiento exacto, en cada caso, de las piezas nuevas o reutilizadas que se usan en su fabricación.

Durante el año 2006, del total de 28.044 tóners utilizados, 18.596 unidades eran cartuchos reciclados (el 66,31%). Durante el año se han utilizado 9.448 tóners originales debido a que se han instalado nuevas impresoras en muchos puestos de trabajo para las que todavía no hay disponibles tóners reciclados, pero a medida que aumente la disponibilidad, se emplearán cartuchos reciclados.

### Plásticos

Derivado de su actividad financiera, los únicos plásticos que se utilizan son los necesarios para el transporte de fondos y el encartuchado de las monedas (blister), que se fabrican en plástico PET y PELL respectivamente, que son totalmente reciclables y ecológicos. Además para facilitar su uso por personas invidentes, se incluye la identificación de la moneda en "braille"

## POLÍTICA DE REDUCCIÓN DE CONSUMO Y AHORRO DE MATERIAS PRIMAS

### Reducción de stocks

Como se ha indicado en el apartado relativo al consumo de papel, el Grupo Banco Popular ha adoptado las medidas necesarias para reducir los stocks de materias primas, tendiendo a mantener unos mínimos de material depositado. Al mismo tiempo, se han establecido sistemas para controlar el volumen de peticiones de material por parte de la red de oficinas y sucursales, de modo que se evite el exceso de almacenamiento.

El material estocado se ha rebajado en la siguiente medida:

Reducción de material en stock (\*)

	2006	2005	2004	2003
Saldo Cta. Almacén de Material	520	529	529	930

\*En miles de euros

**Comunicaciones a clientes mediante el correo integrado**

El Grupo tiene establecido un Sistema de Correo Integrado que integra la información correspondiente a un cliente generada en un plazo prudencial de tiempo y la remite a su destinatario en un solo sobre.

A la vista del volumen de 69.395.688 envíos generados, el ahorro de sobres estimado ascendería a 94.675.536 sobres, equivalente a 536,81 toneladas de papel.

Mod. 6470:

Año 2006: 404.350 con 22 usos por sobre = 13.146.100 usos  
 Año 2005: 561.200 con 22 usos por sobre = 12.346.400 usos

Mod. 6471:

Año 2006: 291.475 con 27 usos por sobre = 9.715.950 usos  
 Año 2005: 380.400 con 27 usos por sobre = 10.270.800 usos

**Comunicaciones internas**

La generalización del uso del correo electrónico en las comunicaciones internas y la utilización de sobres multiuso para el correo interno, que permiten para su reutilización el envío de documentación entre oficinas hasta 27 veces por sobre, ha supuesto asimismo una radical disminución en el consumo de papel.

El volumen de consumo de este tipo de sobres durante este año ha sido:

**Reciclaje**

Papel

Las sucursales tienen instrucciones concretas de enviar el papel usado al Centro Logístico para su debida destrucción, que fueron recordadas a todos los empleados en la campaña de reciclaje que se editó en el Portal del Empleado.

Todas las sucursales reciben o imprimen la documentación necesaria para su gestión que puede contener información confidencial de clientes y que, por tanto, una vez que ya no se necesita, debe remitirse al Archivo General en bolsas especiales para su destrucción. Procedente de documentos sensibles de sucursales y Archivo General han sido recicladas para su reutilización 830,21 toneladas de papel durante 2006. La totalidad de este papel se recicla por empresas especializadas.

Con el ánimo de transmitir la cultura ecológica y respeto al medio ambiente entre los empleados del Grupo, el Servicio de de Reprografía realiza, con folios ya usados, bloc de hojas para notas.

Tóners

El Grupo mantiene contratos con diversos proveedores, homologados por las autoridades competentes, como empresas de tratamientos de residuos, para la retirada de los cartuchos de tóner usados.

Se ha establecido un servicio centralizado de retirada con la finalidad de controlar con mayor fiabilidad el proceso, de tal manera que éstos sean remitidos por las sucursales y oficinas al Centro Logístico, de donde son retirados por los proveedores contratados.

**ENERGÍA**

**Reducción de consumos internos**

Las medidas adoptadas para reducir los consumos internos de energía se concretan en varias líneas de actuación:

- 1) Sustitución de máquinas de aire acondicionado antiguas por máquinas de bajo consumo con bombas de calor incorporadas.

- 2) Ajuste de superficies en sucursales para adaptarlas a la realidad necesaria consiguiendo menores superficies a climatizar.
- 3) Campañas de información sobre líneas de actuación en encendido de rótulos y publicidad exterior.

Además, el Grupo está analizando la implantación de sistemas de control a distancia para gestionar las instalaciones desde un centro que permita optimizar todos los consumos y, en particular, el de electricidad.

#### Emisiones indirectas

En cuanto a las emisiones de gases a la atmósfera, debido al carácter de su actividad, la emisión directa de gases por parte del Grupo es muy poco significativa. Durante 2006 se han emitido 319 toneladas de CO<sup>2</sup>, consumidas en calefacción.

Sí hay emisiones indirectas, derivado de los desplazamientos de los empleados del Grupo en el desarrollo de su labor como tales. Se incluye la información sobre desplazamientos en automóvil y en avión.

El número total de kilómetros recorridos por los empleados del Grupo por actividades de gestión durante el ejercicio 2006 asciende a 18.459.477 kilómetros. De éstos, más de la mitad corresponden a Banco Popular Español, con 9.417.919 kilómetros. Las emisiones indirectas por el uso de coches asciende a 2.855,19 toneladas de CO<sup>2</sup>.

En cuanto a los desplazamientos en avión, durante 2006 se realizaron 2.203 vuelos nacionales y 644 vuelos internacionales. Las emisiones indirectas por desplazamientos en avión suponen 401,57 toneladas de CO<sup>2</sup>.

#### **OTRAS INICIATIVAS: RENOVACIÓN Y TRANSPORTE DE ELEMENTOS PELIGROSOS**

El desarrollo de la actividad bancaria no implica la

renovación y transporte de elementos peligrosos, de modo que este apartado hace referencia exclusivamente a las medidas adoptadas para eliminar determinados equipos o sustancias perjudiciales para el medio ambiente.

En concreto, en algunas oficinas o sucursales del Grupo están instalados transformadores de alta tensión que utilizan PCB como refrigerante y que, en virtud de la normativa vigente, se está procediendo a su sustitución de forma escalonada, contratando empresas especializadas para su retirada y posterior destrucción.

Asimismo han sido retiradas todas las instalaciones existentes de extinción de incendios con gas Halón por empresas homologadas para este tipo de actuaciones, con sus correspondientes certificados de destrucción.

El Grupo ha prestado especial atención a la sustitución de torres de refrigeración con el objetivo de eliminar el riesgo de infección por la bacteria Legionella.

Por último, el Grupo tiene suscritos los oportunos acuerdos de retirada de residuos biológicos sanitarios de los Servicios Médicos del Grupo, situados en Madrid, Barcelona y Valencia.

### **3.2.2. SOSTENIBILIDAD EN RELACIÓN CON LA SOCIEDAD**

Entre los proyectos de financiación con un especial beneficio social destacan aquéllos que contienen un impacto positivo para el medioambiente, que desde el Grupo se procuran incentivar. Tales iniciativas tienen especial relevancia en los sectores eólico, de la biomasa, tratamiento de residuos, y la generación de biodiésel.

#### **FINANCIACIÓN DE PROYECTOS CON UN IMPACTO MEDIOAMBIENTAL BENEFICIOSO**

##### **Proyectos de energía eólica financiados por el Grupo**

El Grupo Banco Popular financia diversos proyectos de aprovechamiento de la energía eólica como fuente renovable para la producción de electricidad.

SECTOR EOLICO					
Localización	Definición	Año de Inicio	Coste del proyecto *	Financiación BPE *	
La Rioja	Parque eólico	2001	46.077	4.207	
Zamora	2 parques eólicos	2001	28.295	4.207	
Galicia	Parque eólico	2001	19.711	3.305	
Asturias	3 Parques eólicos	2002	68.338	6.000	
La Rioja	Parque eólico	2002	44.780	4.207	
Zamora	Parque eólico	2003	12.928	4.669	
Galicia	Parque eólico	2003	41.604	10.000	
Galicia	4 Parques eólicos y 2 minicentrales	2003	175.625	9.000	
Ciudad Real	2 Parques eólicos	2004	83.531	13.400	
Soria	5 Parques eólicos	2004	168.231	10.000	
Lugo	12 Parques eólicos	2004	246.567	19.431	
Albacete	3 Parques eólicos	2004	132.051	9.000	
Segovia	Parque eólico	2004	39.766	10.683	
Bretaña-Francia	Parque Eólico	2005	13.906	5.562	
Pyto.Brandenburg	13 Parques eólicos	2006	24.863	8.227	
<b>15 proyectos</b>	<b>51 parques eólicos</b>		<b>1.146.273</b>	<b>121.898</b>	

\* En miles de euros

La energía eólica desempeñará un papel esencial en el futuro energético español, ya que es la única energía totalmente limpia, cuya generación no tiene consecuencias negativas para el medio ambiente, y que se produce a partir de una fuente autóctona, el viento, ampliamente disponible en nuestro país. Por tanto, el sector eólico es el que más eficazmente puede mitigar los efectos adversos del cambio climático, contribuyendo a la vez al desarrollo industrial y económico que garantizará la convergencia de nuestro país con Europa.

A diferencia de otras tecnologías de generación eléctrica, la energía eólica reducirá la elevada dependencia energética de España respecto del exterior al no requerir la importación de combustibles y puede suponer importantes ahorros correspondientes a la menor adquisición de derechos de emisión de CO<sup>2</sup> para cumplir los compromisos que resulten de la Directiva europea de comercio de emisiones derivada del Protocolo de Kyoto.

#### Proyectos del sector residuos financiados por el Grupo

SECTOR RESIDUOS					
Localización	Definición	Año de Inicio	Coste del proyecto	Financiación BPE	
Bilbao	Planta de valorización energética de Residuos Sólidos Urbanos (RSU)	2001	195.454	8.000	

En miles de euros

El propósito de este proyecto es promocionar la construcción de una planta de valorización energética de Residuos Sólidos Urbanos que tratará una fracción de los residuos que se generen en Vizcaya que no hayan podido ser reciclados. Su finalidad es la de convertir los RSU en energía eléctrica y resolver dos importantes necesidades de dicha provincia:

1.- Contribuir a resolver el problema de la gestión de las

basuras domésticas y, en general, el de los Residuos Sólidos Urbanos, siguiendo las resoluciones y directivas de la Unión Europea. Los vertederos de Residuos Sólidos Urbanos están saturados, con lo que la construcción de la planta de Zabalgardi resuelve un importante problema social prioritario.

2.- Generar electricidad con un recurso renovable como son los Residuos Sólidos Urbanos.

#### Proyectos del sector biomasa financiados por el Grupo

SECTOR BIOMASA	Definición	Año de Inicio	Coste del proyecto	Financiación BPE
Localización				
Murcia	Planta tratamiento de purines (1)	2001	12.821	3.606
Galicia	Planta de producción de bioetanol (2)	2001	84.394	6.011
Málaga	Planta de tratamiento de orujillo (3)	2002	24.357	4.000
Sevilla	Planta de tratamiento de orujillo (3)	2003	7.406	2.962
Salamanca	Planta de producción de bioetanol (2)	2004	177.109	6.000
Córdoba	Planta de tratamiento de orujillo (3)	2004	37.772	3.000
<b>6 Proyectos</b>	<b>6 Plantas</b>		<b>343.859</b>	<b>25.579</b>

\* En miles de euros

(1) PLANTA DE TRATAMIENTO DE PURINES (Excrementos del ganado porcino)

El proyecto está constituido básicamente por un proceso de evaporación y secado del purín, utilizando como fuente calorífica los gases de escape de una central de cogeneración [producción simultánea de energía térmica (gases de escape) y energía eléctrica utilizando como único combustible el gas (en este caso gas natural)], que cuenta con 15 MW de potencia nominal instalada.

La transformación a una ganadería industrial, el aumento de explotaciones ganaderas y la implantación de sistemas intensivos de producción han generado la aparición del grave problema medioambiental derivado de la eliminación de los residuos ganaderos, siendo de relevante importancia el caso específico de los estiércoles líquidos del porcino: purines.

Tradicionalmente, la forma de eliminación de estiércoles ha sido su aplicación agrícola como fertilizante natural, por su aportación de nutrientes (nitrógeno, fósforo y potasio) a las tierras y cultivos. Las dificultades que se les presentan a las explotaciones porcinas para llevar a cabo una gestión adecuada de los estiércoles como

consecuencia de falta de terrenos suficientes, ha propiciado los vertidos directos a los cauces de las aguas y una aplicación excesiva a las tierras, provocando la contaminación y los desequilibrios ecológicos, entre los que destacan principalmente la contaminación de suelos, la contaminación de aguas y la contaminación atmosférica.

(2) PLANTA DE PRODUCCIÓN DE BIOETANOL (Aditivo para las gasolinas sin plomo)

La planta se diseña y construye para la obtención de alcohol deshidratado (etanol) para uso industrial, concretamente para servir de aditivo a gasolinas sin plomo, mediante la utilización, como materia prima, de un cereal (trigo).

El proceso de obtención de etanol a partir de cereales, ha sido desarrollado en varios países con el objeto de utilizar estos productos en el campo de los biocarburantes, bien como combustible sólo, en mezclas variables con gasolina (las gasolinas sin plomo admiten entre un 5%-15% de etanol deshidratado para incrementar el índice de octano) o utilizado como materia prima para la elaboración de aditivos oxigenados para gasolinas.

Uno de estos productos es el ETBE (etil-terbutil-éter) que se obtiene mediante etanol e isobutano y es utilizado como aditivo para gasolinas con el mismo efecto que el etanol, siendo preferido por las empresas productoras de carburantes y por los fabricantes de coches. El Programa Altener de la UE fijó un objetivo para el año 2005 que supone que el 5% del consumo de combustibles de autoconsumo provengan de biocombustibles.

Se pretende por tanto sustituir el plomo tetraetilo por un componente oxigenado que produzca el mismo efecto que éste, pero con las ventajas de reducción de la contaminación que produce el ETBE, fundamentalmente por la reducción de la emisión de monóxido de carbono e hidrocarburos quemados.

El ETBE se plantea por tanto como una alternativa clara de futuro para sustituir paulatinamente al MTBE como aditivo para incrementar el índice de octano de las gasolinas, teniendo en cuenta además que este producto (MTBE) contribuye a incrementar el efecto invernadero y provoca la contaminación de las aguas subterráneas por su alta capacidad de dilución.

SECTOR CENTROS ASISTENCIALES Localización	Nº de Centros Asistenciales	Año de Inicio	Régimen de los centros
Cantabria	1	2006	100% de plazas concertadas
Castilla-La Mancha	3	2006	Dos centros en régimen de concesión. 100% de plazas concertadas en dos de los centros.
Castilla-León	3	2006	50 plazas concertadas en total
Cataluña	5	2006	Dos centros en régimen de concesión.
Madrid	10	2006	35% plazas concertadas. La gestión es en régimen de concesión por 50 años.

**PROYECTOS DEL SECTOR BIODIÉSEL FINANCIADOS POR EL GRUPO**

Durante el ejercicio 2005 se estudió y se autorizó la concesión de una operación de financiación, por importe de 41 millones de euros, destinada a la construcción de una planta para la transformación de semillas de colza y girasol en biodiesel que estará ubicada en Olmedo (Valladolid).

El biodiesel es un combustible alternativo que funciona en cualquier motor diesel convencional, sin ser necesaria ninguna modificación. Puede consumirse en cualquier motor que consuma diesel de petróleo. El biodiesel puede usarse en un motor de diesel petrolífero bien como biodiesel puro o mezclarse en cualquier proporción con el diesel de petróleo. Se obtiene de diferentes tipos de

**(3) PLANTA DE TRATAMIENTO DE ORUJILLO**

Las industrias extractoras de aceite de orujo producen como excedente los restos secos de pulpa, piel y hueso de la aceituna originaria. Estos restos componen una materia orgánica de alto poder calorífico que se denomina orujillo y es susceptible de utilizarse como combustible.

El proyecto es una planta de cogeneración que, utilizando orujillo y gas natural como combustible, produce energía eléctrica y energía térmica que se utiliza en el proceso de secado del alperujo (subproducto del proceso de elaboración del aceite de oliva).

**PROYECTOS SECTOR CENTROS ASISTENCIALES**

Durante el año 2006 se ha autorizado la concesión de una operación de financiación por importe de 5 millones de euros (el coste del proyecto asciende a 176 millones de euros), destinada a la construcción y explotación de 22 centros asistenciales que estarán ubicados en diferentes Comunidades del territorio español, en distintos regímenes: además de centros plenamente privados, varios centros asistenciales cuentan con plazas concertadas con la Administración Pública. Muchos de los centros han sido asignados en régimen de concesión.

grasas animales o vegetales, como soja, colza, palmera... Mediante un proceso denominado transesterificación, los aceites derivados orgánicamente se combinan con alcohol y son químicamente alterados para formar el combustible.

**4. SISTEMAS DE CUMPLIMIENTO Y CONTROL INTERNO**

**ÁREAS DE CONTROL**

A continuación se incluye un resumen de las oficinas que se encargan de garantizar que, dentro del Grupo, se cumplen las normas y los principios generales, tanto internos como externos, en relación con los asuntos cuya gestión es especialmente sensible:



## 1.- Oficina de Cumplimiento Normativo

La Oficina de Cumplimiento Normativo vela por la adecuación permanente de la Entidad al ordenamiento legal vigente, y para ello se ocupa de identificar, evaluar y prevenir los posibles riesgos de incumplimiento relevantes, desde el punto de vista económico o reputacional, que pudieran producirse en relación con las leyes y regulaciones, códigos de conducta y estándares de buenas prácticas, especialmente en lo relativo a las actividades de negocio, prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo, comportamiento en los mercados de valores, y privacidad y protección de datos. Además, analiza y promueve el desarrollo de los sistemas establecidos para la formación de la plantilla en relación con estas áreas.

De la Oficina de Cumplimiento Normativo depende la Oficina de Prevención del Blanqueo de Capitales, que tiene encomendada la prevención e investigación de las operaciones o transacciones sospechosas de blanqueo o financiación del terrorismo, analiza y comunica aquéllas que, por sus características, tengan indicios de estar relacionadas con dichas actividades.

## 2.- Control Operativo

La Oficina de Control Operativo se encarga, entre otros, del cumplimiento de la normativa sobre el control y la contabilización de las operaciones; seguimiento y control de cuentas, procesos e incidencias de oficinas operativas y administrativas; y del análisis y tramitación de incidencias con otras entidades.

## 3.- Tecnologías de la Información y Seguridad Informática

La labor de esta oficina es vigilar la buena marcha de los sistemas informáticos puestos a disposición por el Grupo para ofrecer el mejor servicio, así como establecer mejoras en los mismos con el objetivo, entre otros, de apoyar la función de control de los riesgos operativos, económicos y reputacionales, así como velar por la protección de los clientes, en la manipulación diaria, por parte de todos los empleados, de estos sistemas informáticos.

## 4.- Auditoría Interna.

En los últimos ejercicios se ha prestado una especial atención al área de auditoría y control, cuya coordinación y dirección corresponde a la Oficina de Auditoría, Control, Seguridad e Inmuebles y Prevención del Riesgo. Esta Oficina diseña las estrategias y encarga la realización de trabajos que facilitan la consecución de objetivos tales como el seguimiento de empleos y recursos, el control y la calidad de los riesgos y la operativa, la contención del

gasto y el cobro de comisiones. Asimismo, analiza las posibles situaciones anómalas detectadas en sucursales y oficinas.

De esa Oficina dependen cuatro departamentos:

- Auditoría Informática.- Verifica el control interno de aplicaciones y sistemas informáticos. Desde la perspectiva técnica, en lo referente a seguridad, resiliencia y eficiencia de los sistemas de información, de un lado; de otro, analiza la integridad, fiabilidad y certeza de los datos; y, en tercer lugar, comprueba el nivel de continuidad de las operaciones ante desastres o accidentes. Desde otra perspectiva, colabora en la definición del riesgo operativo derivado de los tratamientos informáticos, diagnostica el grado de cobertura técnica de las necesidades operativas de la organización, y comprueba el grado de cumplimiento de las normas aplicables.

- Auditoría de Servicios Centrales.- Tiene por función la revisión de la contabilidad, los procesos operativos y el cumplimiento de la normativa de las Direcciones Territoriales, Bancos Filiales y Oficinas Administrativas.

- Auditoría de Sociedades.- Se ocupa de realizar las auditorías a las sociedades del Grupo, comprobando la correcta aplicación de las normas contables y la idoneidad de los procesos operativos utilizados. Asimismo evalúa el grado de cumplimiento de la normativa interna y legal aplicables en cada caso.

- Auditoría de Sucursales.- Realiza directamente auditorías a las Sucursales, verifica la contabilidad y los procesos operativos utilizados y, evalúa el cumplimiento de las normas aplicables. Analiza la calidad y desarrollo de los riesgos y su instrumentación. Asimismo, informa sobre irregularidades existentes en cualquier otra área de actuación para que se tomen las medidas pertinentes. Realiza un seguimiento diario de toda la actividad, emite informes periódicos o esporádicos relacionados con diferentes áreas del negocio en los que resalta los aspectos susceptibles de mejorar.

## 5.- Otros órganos y comités relevantes

### Órgano de Vigilancia del Reglamento Interno de Conducta en el ámbito de los Mercados de Valores

El Órgano de Vigilancia vela por la observancia de las reglas de actuación previstas en el Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores, y adopta o propone las medidas que considere adecuadas en materia de barreras de información y control de flujos de información y, en general, para el debido cumplimiento en la organización del Grupo de dicho Reglamento y los principios que lo inspiran promoviendo el

establecimiento y adopción de procedimientos y reglas complementarias al efecto.

#### **Órgano Interno de Control en el ámbito de la gestión de activos**

La gestora de fondos del Grupo, Sogeval, creó este órgano, a principios de 2006, para el control y la autorización de las operaciones que se consideran operaciones vinculadas de acuerdo con la normativa que le es de aplicación, así como para el control sobre el grado de cumplimiento de las medidas para evitar conflictos de intereses entre la gestora y el depositario.

#### **Comité de Protección de Datos de Carácter Personal**

Como culminación del diseño de una Política de Protección de Datos y Seguridad de la Información eficaz, a mediados del año 2006 y para minimizar los riesgos de incumplimiento, así como para asegurar la coordinación entre las distintas áreas del Grupo afectadas, se ha procedido a la creación del Comité de Protección de Datos de Carácter Personal, entre cuyas funciones se encuentran las siguientes:

- Supervisar y validar la creación de nuevos ficheros o bases de datos afectadas por la legislación en materia de protección de datos.
- Supervisar el cumplimiento, por las áreas afectadas, de las funciones asignadas al responsable del fichero o tratamiento de datos.
- Establecer reuniones periódicas para el seguimiento de los procedimientos implantados.
- Recibir los informes relativos a los controles y revisiones del Responsable de Seguridad.
- Conocer los posibles incidentes respecto al cumplimiento de la legislación vigente en materia de protección de datos.

El Comité está compuesto por un representante de cada una de las áreas que tienen una relación más directa con la regulación sobre protección de datos.

#### **Comisión Delegada de Riesgos y Dirección General de Riesgos**

La revisión integral del negocio derivada de la aplicación de Basilea II, que obliga a gestionar los riesgos con carácter global, y a contemplar otros factores generadores de riesgo, y la transparencia permanente que supone este proceso, exige una información fluida, transparente, eficaz y permanente de sus resultados.

Ello unido al considerable crecimiento experimentado por el Grupo en los últimos años, fruto de una actividad

mucho más amplia, han hecho aconsejable la creación de una Dirección General de Riesgos que gestione con carácter integral los diferentes riesgos expuestos y su cobertura.

La implantación de estas medidas conllevará revisar el contenido y funcionamiento de la Comisión de Créditos que, en lo sucesivo, pasará a denominarse Comisión Delegada de Riesgos del Consejo de Administración, bajo cuyas premisas actuará la Dirección General de Riesgos.

Además de decidir sobre operaciones propuestas por la red, evaluará con carácter permanente el riesgo global asumido por el Grupo, su diversificación sectorial y geográfica y el grado de cobertura aconsejable para preservar el nivel de solvencia que se considere, proponiendo en cada momento las políticas más adecuadas para obtener estos objetivos.

### **ASPECTOS RELEVANTES**

#### **1. Prevención del Blanqueo de Capitales**

El Grupo Banco Popular colabora activamente en el cumplimiento de las medidas preventivas del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo, en el ánimo de dar cumplimiento a las obligaciones impuestas por la legislación al respecto. Toda la plantilla debe colaborar en la detección de cualquier conducta sospechosa, comunicando al personal directivo toda circunstancia que consideren que puede ser de interés. Para ello, el Grupo cuenta con los medios y actuaciones que se señalan a continuación:

La Oficina de Prevención del Blanqueo de Capitales, colabora con las autoridades competentes en esta materia, analiza y, en su caso, comunica, aquellas operaciones que, por sus características, pudieran presentar indicios de su relación con dichas actividades.

Como continuación al examen de un experto externo sobre los procedimientos y órganos de control interno y de comunicación establecidos por el Grupo para conocer, prevenir e impedir la realización de operaciones relacionadas con el blanqueo de capitales, se ha incluido en la intranet corporativa un apartado específico sobre Prevención del Blanqueo que recoge toda la información y normativa específicas sobre la materia, entre las que se incluye el Manual de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo, que detalla las obligaciones, actuaciones y procedimientos dirigidos a prevenir e impedir la utilización del sistema financiero, y más concretamente, de las entidades que conforman el Grupo Banco Popular, para el blanqueo de capitales procedentes de cualquier tipo de participación delictiva.

Adicionalmente, la Cápsula Formativa sobre Prevención del Blanqueo de Capitales, disponible en el portal de formación, tiene como objetivo principal dar a conocer a los empleados los aspectos que es necesario tener en cuenta sobre la política de admisión de clientes del Grupo y las obligaciones de colaboración y confidencialidad en esta materia. Durante el año 2006 han recibido formación en esta área 7.384 empleados, un 52,53% de la plantilla total del Grupo Banco Popular.

## **2. Medidas y seguimiento del Reglamento Interno de Conducta de las Entidades del Grupo Banco Popular en el ámbito de los Mercados de Valores**

La Oficina de Cumplimiento Normativo, colabora con el Órgano de Vigilancia en el ámbito de los mercados de valores, en el control del cumplimiento por parte de los empleados y directivos del Reglamento Interno de Conducta y en el establecimiento de medidas de separación entre las áreas afectadas por el mismo de acuerdo con lo dispuesto en el mencionado Reglamento.

## **3. Protección de Datos de Carácter Personal y Seguridad de la Información**

Con el fin de velar por el correcto tratamiento de los datos, a lo largo del ejercicio 2006 se han realizado diversas revisiones internas para mejorar los sistemas de protección de datos de carácter personal. Como se señaló en el epígrafe relativo a los clientes, el Grupo cuenta con las normas internas propias que describen las medidas adoptadas para garantizar dicha protección.

Se establece como política de seguridad que el acceso, la utilización, la custodia y la salvaguarda de los activos informáticos se realizará garantizando siempre la integridad, disponibilidad y confidencialidad de la información del Grupo, respetando el marco legal vigente y cumpliendo fielmente las directrices, procedimientos y normativa de acceso que se establezcan.

Por ello, con el objetivo de proteger eficientemente la información que se dispone mediante un enfoque preventivo, reactivo y dinámico, el Grupo ha adoptado unas normas internas de actuación bajo la denominación de Política de Seguridad de los Sistemas de Información.

Durante el ejercicio 2006 se ha añadido en la Intranet del Grupo un epígrafe completo que incluye toda la normativa, tanto de carácter legal como interna, que regula el tratamiento de la información que se recibe de los clientes en la prestación de servicios por parte del Grupo.

Dentro de este apartado se encuentra una circular que incluye criterios prácticos para adecuarse al cumplimiento de la Ley Orgánica de Protección de Datos, cuya finalidad es proteger los derechos fundamentales de las personas físicas en lo relativo al tratamiento de sus datos personales. De esta manera se asegura que los empleados del Grupo conozcan y apliquen las medidas necesarias para proteger correctamente los datos de carácter personal de la clientela.

Siguiendo lo anterior, Recursos Humanos ha remitido un Manual con la Política de Seguridad de la Información y el Folleto Informativo de la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). El Manual incluye la definición de la política de seguridad, los términos de la gestión de la información, el alcance y ámbito de aplicación, y los términos de la responsabilidad que cada empleado y el Grupo asumen en el tratamiento de la información. El Folleto Informativo de la LOPD, por su parte, es una adaptación de las normas contenidas en la LOPD que afectan al trabajo diario de los empleados del Grupo: qué obligaciones entraña, a quién afecta, derechos y responsabilidades, y pautas a seguir en el tratamiento de datos.

Además, se ha tenido en consideración que, si bien la incorporación de las nuevas tecnologías de la información ofrece nuevas oportunidades, nuevos modelos de negocio y una serie de ventajas competitivas asociadas, que permiten mejoras de eficiencia y de integración entre los diferentes sistemas, estas tecnologías también llevan aparejada la aparición de nuevos riesgos que amenazan la información, que resulta uno de los activos más valiosos para nuestros procesos de negocio.

## **4. Transparencia y protección a la clientela**

La entidad debe garantizar el respeto del régimen de transparencia y protección de la clientela mediante la estricta observancia del conjunto de las medidas de obligado cumplimiento, sobre publicidad, información, protección de los datos personales y atención al cliente.

Además, durante el ejercicio 2006 la Oficina de Cumplimiento Normativo se ha ocupado de identificar y evaluar los riesgos de incumplimiento asociados con las actividades de negocio del Banco, en particular en relación con el desarrollo de nuevos productos y prácticas de negocio, con el fin de garantizar el cumplimiento de esas reglas y principios.

### **4.3. TOTAL DE AUDITORIAS INTERNAS**

		2006	2005	2004
Auditorías de Servicios Centrales	Servicios Centrales	5	10	20
	Direcciones Territoriales	7	8	8
	Otros (*)	3	1	
	Total	15	19	23
Auditorías de Sociedades	Serv.Centrales Grupo	5	4	4
	Sucursales Bancos Grupo	11	12	13
	Sociedades	4	22**	23**
	Total	20	38	40
Auditorías de Sucursales	Sucursales (presencia)	864	853	921
	Sucursales (distancia)	60	133	214
	Total	924	986	1.135
<b>TOTAL AUDITORIAS GBP</b>		<b>959</b>	<b>1.043</b>	<b>1.198</b>

(\*) Basilea II.

(\*\*)Comprende 16 Sociedades instrumentales cuya contabilidad se lleva en el Departamento de Contabilidad de Sociedades, dentro de cuya revisión se han auditado.

El 41,49% del total de sucursales del Grupo han sido auditadas durante el año 2006.

#### 4.4. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL RIESGO

El Informe Anual de Gobierno Corporativo recoge con detalle las medidas y procedimientos de seguimiento y control del riesgo.

Implantación de Basilea II. Como continuación al acuerdo de Basilea II, la Comisión de Auditoría de Banco Popular, con el fin de fomentar la mejora en la gestión de los riesgos y la transparencia en el Grupo, ha implantado de manera parcial las pautas recogidas en el mismo. Para ello se han implantado herramientas de scoring y rating y se ha creado la Dirección General de Riesgos. Por su parte, Banco del Banco de España y CNMV han realizado inspecciones para conocer el alcance de la implantación de Basilea II.

Principales deficiencias detectadas en auditoría interna. Con respecto a las principales deficiencias en las actividades de auditoría en la red, destaca el número de

calificaciones no correctas en soportes documentales de las operaciones y las labores de control manual o de normas administrativas, lo que probablemente refleje escasez de tiempo de la plantilla. En cuanto a las deficiencias en Servicios Centrales y Sociedades, destaca la insuficiente mecanización, la necesidad de más mecanismos de control automáticos y la mejora de la seguridad frente a las diferentes tipologías de riesgo.

Prevención del fraude. Con el fin de prevenir el fraude, la Comisión de Auditoría ha puesto en marcha diversas medidas, unas de tipo interno y otras de colaboración interbancaria. El proyecto más importante ha sido el lanzamiento interbancario del servicio SEPFRA.

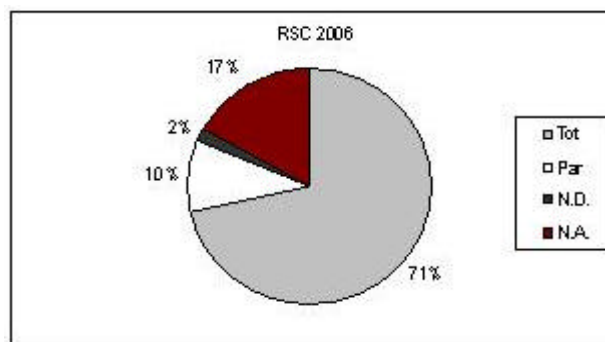
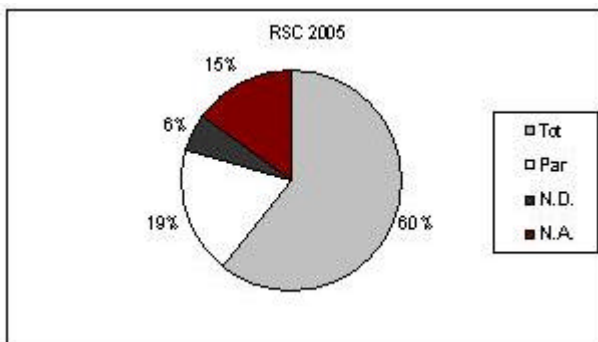
La dimensión del fraude en los últimos años ha sido la siguiente:

Modalidad	2006	2005	2004
Fraude	0,80	1,00	2,70
Hurtos, robos y atracos	1,10	0,80	0,80
Utilización de tarjetas de crédito	1,60	3,40	1,90
Fraude estimado en emisión: operaciones de activo	4,40	5,60	5,00
<b>TOTAL</b>	<b>7,90</b>	<b>10,80</b>	<b>10,40</b>

**5. VERIFICACION DE CONFORMIDAD CON LOS INDICADORES GRI  
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO  
IMPACTOS ECONÓMICOS DIRECTOS**

**EVOLUCION DE LA VERIFICACION DE LOS INDICADORES**

	05 Nún. Ind	06 Nún. Ind	TIPO DE VERIFICACION							
			05 Tot	06 Tot	05 Par	06 Par	05 N.D.	06 N.D.	05 N.A.	06 N.A.
Desempeño Económico (EC)	13	9	11	7	2	2	0	0	0	0
Desempeño Medioambiental (EN)	35	30	6	14	8	1	2	0	19	15
Prácticas Laborales (LA)	17	14	15	13	2	1	0	0	0	0
Respeto a los Derechos JHumanos (HR)	14	9	4	6	8	3	2	0	0	0
Desempeño con la Sociedad (SO)	7	8	5	7	1	1	1	0	0	0
Responsabilidad de Producto (PR)	11	9	10	8	1	0	0	0	0	1
Suplemento Financiero	30	30	26	25	2	3	2	2	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>112</b>	<b>77</b>	<b>80</b>	<b>24</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>19</b>	<b>19</b>



5. VERIFICACION DE CONFORMIDAD CON LOS INDICADORES GRI

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

Desempeño Económico

EC1.	Valor económico director generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos . . . . .	100-101,111-114, Informe Anual
EC2.	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático . . . . .	121-124
EC3.	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales . . .	111-114, Informe Anual
EC4.	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos . . . . .	107, Informe Anual

Presencia en el mercado

EC5.	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas . . . . .	100
EC6.	Política, práctica y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas . . . . .	110, Informe Anual
EC7.	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas . . . . .	97,99

Impactos Económicos Indirectos

EC8.	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie . . . . .	111-116, Informe Anual
EC9.	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos . . . . .	82-85, Informe Anual

INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL

Materiales

EN1.	Materiales utilizados, por peso o volumen . . . . .	118-120
EN2.	Porcentaje de materiales usados que son materiales valorizados . . . . .	118,120

Energía

EN3.	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias . . . . .	118
EN4.	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias . . . . .	118,120,121
EN5.	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia . . . . .	118
EN6.	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas . . . . .	118-124
EN7.	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas . . . . .	N/A
EN8.	Captación total de agua por fuentes . . . . .	118

Agua-EN9, EN 10 . . . . .

N/A

Biodiversidad- EN11, EN12, EN13, EN14, EN15 . . . . .

N/A

EN16.	Emissiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso . . . . .	118,121
EN17.	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso . . . . .	118,121
EN18.	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas . . . . .	121-124

Emisiones, vertidos y residuos- EN19, EN20, EN21, EN23, EN25 . . . . . N/A

EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento . . . . .	118-120
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según los términos del Consenso de Basilea, anexos I,II,III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente . . . . .	121
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y el grado de la reducción de ese impacto . . . . .	117,120,121-124
	<u>Productos y servicios.- EN27</u> . . . . .	N/A
	<u>Cumplimiento Normativo</u>	
EN28.	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental. . . . .	117
	<u>Transporte</u>	
EN29.	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal. . . . .	N/A
	<u>General</u>	
EN30.	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. . . . .	121-124

## INDICADORES DE DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ETICA DEL TRABAJO

	<u>Empleo</u>	
LA1.	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región . . . . .	98-99
LA2.	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región . . . . .	98
LA3.	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad temporal . . . . .	101
	<u>Relaciones empresa/trabajadores</u>	
LA4.	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo . . . . .	102,104
LA5.	Periodo/s mínimo/s de preaviso relativo/s a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos . . . . .	104
	<u>Salud y seguridad</u>	
LA6.	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo. . . . .	105
LA7.	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. . . . .	108-110
LA8.	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves . . . . .	108-109
LA9.	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. . . . .	105
	<u>Formación y educación</u>	
LA10.	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado . . . . .	106-107
LA11.	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales . . . . .	100
LA12.	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional . . . . .	106



	<u>Diversidad e igualdad de oportunidades</u>	
LA13.	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad . . . . .	Inf.Gob.Corp.
LA14.	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional . . . . .	100

**INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS**

	<u>Prácticas de Inversión y Abastecimiento</u>	
HR1.	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos . . . . .	80-81
HR2.	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia . . . . .	81,110-111
HR3.	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados . . . . .	81,106
	<u>No discriminación</u>	
HR4.	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas . . . . .	81
	<u>Libertad de asociación y convenios colectivos</u>	
HR5.	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. . . . .	104
	<u>Explotación infantil</u>	
HR6.	Actividades identificadas que conllevan un riesgos potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación . . . . .	81
	<u>Trabajos forzados</u>	
HR7.	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación . . . . .	78
	<u>Prácticas de seguridad</u>	
HR8.	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades. . . . .	81
	<u>Derechos de los indígenas-</u>	
HR9	Número total de incidentes relacionados con la violación de los derechos indígenas y medidas adoptadas . . . . .	81

**INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE SOCIEDAD**

	<u>Comunidad</u>	
SO1.	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa . . . . .	94-96,113-117,121-124
	<u>Corrupción</u>	
SO2.	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción . . . . .	125-129
SO3.	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización . . . . .	127

SO4.	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. . . . .	125-129
	<u>Política pública</u>	
SO5.	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying” . . . . .	113-114
SO6.	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países . . . . .	114
	<u>Comportamiento de competencia desleal</u>	
SO7.	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia y sus resultados . . . . .	81
	<u>Cumplimiento Normativo</u>	
SO8.	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. . . . .	81

## INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

	<u>Salud y seguridad del cliente</u>	
PR1.	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso se mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación . . . . .	89-90,93
PR2.	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. . . . .	90-93
	<u>Etiquetado de productos y servicios</u>	
PR3.	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos . . . . .	89-90
PR4.	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes . . . . .	90
PR5.	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente . . . . .	90
	<u>Comunicaciones de Marketing</u>	
PR6.	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios . . . . .	89-90
PR7.	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes . . . . .	90
	<u>Privacidad del cliente</u>	
PR8.	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. . . . .	90-91
	<u>Cumplimiento Normativo</u>	
PR9.	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. . . . .	93

**INDICADORES GRI DEL SUPLEMENTO ESPECIFICO PARA EL SECTOR DE SERVICIOS FINANCIEROS**

**RSC GESTIÓN DE LA RSC**

RSC 1	Política general de Responsabilidad Social Corporativa . . . . .	77-82
RSC 2	Organización de la Responsabilidad Social Corporativa . . . . .	80
RSC 3	Auditorías de Responsabilidad Social Corporativa . . . . .	80-81
RSC 4	Gestión de asuntos sensibles . . . . .	I.Gob.Corp.,102-104,113-114,124-127
RSC 5	Incumplimiento de Normativas . . . . .	81,89-90
RSC 6	Diálogo con stakeholders . . . . .	86,89-90,102-105,110-111,111-117

**INT DESEMPEÑO SOCIAL INTERNO**

INT 1	Política de RSC en el seno de la organización . . . . .	77-82
INT 2	Rotación de empleados y creación de empleo. . . . .	92-99
INT 3	Satisfacción de empleados. . . . .	103
INT 4	Remuneración de Alta Dirección y Consejo de Administración. . . . .	I.Gob.Corp.
INT 5	Remuneración variable (Bonus) vinculada a la sostenibilidad. . . . .	101
INT 6	Ratio salarial hombres/mujeres. . . . .	N/D
INT 7	Perfil de empleados . . . . .	97-99

**SOC DESEMPEÑO HACIA LA SOCIEDAD**

SOC 1	Contribuciones filantrópicas, caridad y mecenazgo . . . . .	111-113
SOC 2	Valor Económico Añadido (EVA). . . . .	82-85

**SUP PROVEEDORES**

SUP 1	Seguimiento de los principales proveedores (productos, exclusión social). . . . .	110-111
SUP 2	Satisfacción de proveedores . . . . .	N/D

**RB BANCA MINORISTA**

RB 1	Aspectos sociales de la política de Banca Minorista . . . . .	94-96
RB 2	Perfil de la política de financiación . . . . .	94-96,113-116,121-124
RB 3	Criterios sociales o de sostenibilidad en la política de financiación (productos con matices sociales, etc). . . . .	94-96,113-116,

**IB BANCA DE INVERSIÓN**

IB 1	Aspectos sociales y medioambientales de la política de Banca de Inversiones. . . . .	78,87-89,117,121-124
IB 2	Perfil global de los clientes de Banca de Inversión. . . . .	87-88
IB 3	Transacciones con alto contenido sociomedioambiental. . . . .	117,121-124

**AM GESTIÓN DE ACTIVOS**

AM 1	Aspectos sociales de la política de Gestión de Activos. . . . .	94-96,113-117,121,124
AM 2	Activos bajo gestión con matices de sostenibilidad. . . . .	94-96,116-117,121-124
AM 3	Fomento de la inversión socialmente responsable . . . . .	94-96,116-117,121-124

**INS SEGUROS**

INS 1	Aspectos sociales de la política de gestión de seguros .....	96
INS 2	Perfil de los clientes. ....	87-88,96
INS 3	Reclamaciones de clientes. ....	92
INS 4	Seguros con matices de sostenibilidad .....	96

n.a.- No aplicable

n.d.- No disponible

## Informe de auditores independientes

---