

INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2008

ÍNDICE

CARTA DEL PRESIDENTE	5
1. EL GRUPO BANCO POPULAR	7
1.1. Visión general	
1.2. Accionistas	
1.3. Estructura	
1.4. Sistemas de cumplimiento y control	
2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL GBP	24
2.1. Estructura orgánica de la RSC	
2.2. Principios y orientaciones de RSC	
2.3. Alcance del Informe de RSC	
2.4. Logros y Retos	
2.5. Posición del GBP ante las iniciativas de RSC	
3. EL GBP ANTE SUS CLIENTES	28
3.1. Servicios financieros personalizados	
3.2. Comunicación con el cliente	
3.3. Protección del cliente	
3.4. Financiación responsable	
3.5. Productos con especial beneficio social	
4. EL GBP ANTE SUS EMPLEADOS	43
4.1. Gestión de las personas	
4.2. Participación de las personas	
4.3. Seguridad y salud de las personas	
5. EL GBP ANTE SUS PROVEEDORES	69
5.1. Principales partidas del GBP	
5.2. Política de admisión y trato con proveedores	
5.3. Participación del GBP en foros empresariales	
6. EL GBP ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO Y SOCIAL	71
6.1. Impacto en la economía	
6.2. Inversión Social	
7. EL GBP ANTE EL MEDIO AMBIENTE	87
7.1. Análisis del riesgo medioambiental financiero	
7.2. Proyectos de financiación con alto contenido medioambiental	
7.3. Iniciativas de organización y funcionamiento interno	
7.4. Objetivos y metas ambientales	
8. VERIFICACIÓN Y CONFORMIDAD DEL INFORME	104
8.1. Evolución de la verificación de los Indicadores de Desempeño	
8.2. Perfil	
8.3. Enfoques de Gestión	
8.4. Indicadores de Desempeño	
8.5. Informe de los auditores independientes	
8.6. GRI - Nivel de Calificación	

Anexo I: Compendio de Tablas

Anexo II: Compendio de Figuras

CARTA DEL PRESIDENTE

Para el Grupo Banco Popular es un motivo de satisfacción presentar su Informe Anual de Responsabilidad Social correspondiente al ejercicio de 2008. En esta sexta edición del informe se exponen los criterios, políticas y decisiones adoptados por el Grupo para contribuir, de la manera más eficaz posible, al desarrollo económico, social y medioambiente de su entorno.

Al elaborar este documento hemos procurado proporcionar un nivel de información superior al de ejercicios anteriores. En este sentido, se ha seguido el nuevo suplemento sectorial para entidades financieras publicado por Global Reporting Initiative (GRI), que incluye requerimientos de información que no estaban contemplados en el anterior estándar general. Además, como viene siendo habitual desde que en 2004 se inició la publicación de estos informes, su contenido se somete a la verificación de auditores externos.

La adopción de los criterios establecidos por GRI supone un salto cualitativo en la información que refleja nuestro compromiso con la responsabilidad social. Además, nos obliga a un exigente ejercicio de mejora en el cumplimiento de los diversos objetivos sociales que persigue la estrategia de nuestro negocio. Los nuevos indicadores inciden en principios de sostenibilidad que tienen mayor relevancia para el sector financiero. Ahora se definen, por ejemplo, los procedimientos empleados en la valoración de los riesgos ambientales, se informa sobre el valor monetario de los productos y servicios diseñados para generar un beneficio social o se destacan las medidas adoptadas para favorecer la accesibilidad financiera.

Hemos defendido siempre que el fin último y legítimo de cualquier empresa es crear valor para sí misma y para la sociedad en la que opera. El pasado ejercicio no ha sido una excepción: la estrategia, las políticas y la gestión aplicadas han contribuido eficazmente a la creación de empleo, riqueza y bienestar de las áreas geográficas en las que ejercemos o incide nuestra actividad. Al logro de este objetivo ha contribuido de forma decisiva el compromiso y la profesionalidad del equipo humano que conforma el Grupo.

Desde el verano de 2007, la crisis económica que se inició en Estados Unidos, se ha ido extendiendo al resto de los mercados, sin que el español haya sido una excepción. El ejercicio 2008, que comenzaba con claras perspectivas de ralentización económica, ha superado las previsiones más pesimistas. Sin embargo la solidez y fortaleza del Grupo, su modelo de negocio concentrado en la banca comercial y minorista y la adopción de decisiones de gestión prudentes nos han permitido alcanzar un beneficio neto superior a los mil millones de euros.

Durante el año 2008 el Grupo Banco Popular ha profundizado en la aplicación una serie de medidas, tanto en el ámbito interno como en el externo, para favorecer su desarrollo sostenible y fortalecer su compromiso de responsabilidad social. Entre estas medidas merece la pena citar las acciones destinadas a la promoción de la igualdad de género, la inserción de discapacitados o el desarrollo profesional de sus empleados. Se ha intensificado el esfuerzo para mejorar las condiciones medioambientales de nuestro trabajo y, en el ámbito de la acción social, se han seguido promoviendo iniciativas de probada eficacia en favor de la formación, de la integración de personas desfavorecidas y de la cooperación en países emergentes.

Ante una situación económica tan difícil como la actual, el Grupo Banco Popular tiene el propósito de seguir aplicando los criterios y principios que definen su política de Responsabilidad Social Corporativa. Indudablemente, la estrategia deberá adaptarse a las actuales circunstancias, pero lejos de un paréntesis en espera de tiempos mejores, estamos convencidos que una gestión socialmente responsable contribuirá a recuperar el dinamismo económico que todos deseamos. Esta etapa de crisis será ocasión de una reflexión serena y constructiva que depure y haga más eficaz las políticas de responsabilidad social a las que el Grupo Banco Popular no quiere renunciar.



Angel Ron
Presidente

1. EL GRUPO BANCO POPULAR

1.1. Visión general

1.1.1. Principales variables financieras

El beneficio atribuido del Grupo Banco Popular alcanzó en 2008 la cifra de 1.052 millones de euros, un 16,8% inferior al de 2007. La prudencia y la previsión que caracterizan la gestión del Grupo aconsejaron, ante la incertidumbre respecto a la duración y a los efectos de la

crisis económica, la renuncia –temporal– al crecimiento del beneficio, apostando en su lugar por la solidez y el reforzamiento del Grupo. En este sentido, si se hubieran utilizado las posibilidades que ofrece la normativa contable y no se hubieran potenciado las provisiones, el beneficio hubiera ascendido a 1.346 millones de euros, con un incremento del 6,4%.

Tabla 1. Principales variables financieras del Grupo Banco Popular - 2007/2008

	2008	2007	Variación en %
Beneficio bruto	1.461.020	1.939.939	(24,7)
Beneficio neto	1.052.072	1.264.962	(16,8)
Activos gestionados	123.806.700	125.109.722	(1,0)
Dividendo por acción	0,5006	0,4347	15,2
Capitalización bursátil	7.506.604	14.220.566	(47,2)

1.1.2. Estrategia y Política de Gestión

El modelo de negocio del Grupo, concentrado en la Península Ibérica y orientado a la banca comercial y minorista, principalmente PYMEs y particulares, se ha mostrado acertado una vez más, especialmente en un entorno económico como el actual.

Señas de identidad

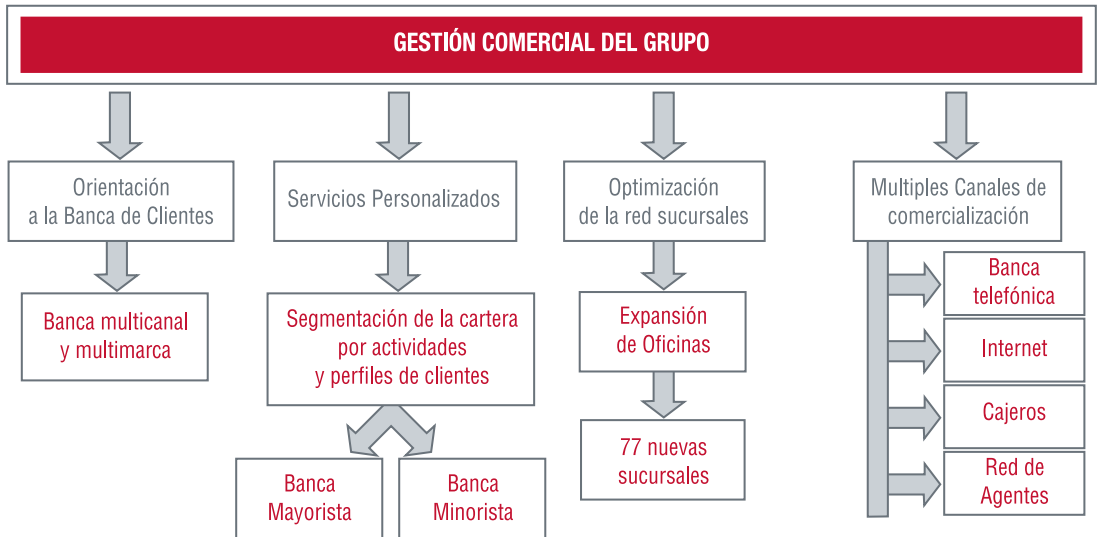
- Preferencia por el mercado minorista.
- Estrategia comercial orientada a la banca de clientes, basada en la vinculación a través de múltiples productos.
- Oferta personalizada de productos, adaptada a las preferencias de cada segmento homogéneo de clientes.
- Canales múltiples de distribución comercial: red de agentes, sucursal, cajero automático, teléfono, Internet.
- Competencia basada en la calidad, agilidad y personalización del servicio.

Criterios de gestión

- Crecimiento rentable del negocio.
- Máxima sanidad del balance.
- Elevada eficiencia operativa.
- Regularidad de la marcha del negocio y del beneficio.
- 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 se resume en los principios que se muestran a continuación.

Figura 1. Principios de la Gestión Comercial del Grupo Banco Popular



1.1.3. Misión, visión y valores

Misión

La misión del Grupo es la creación de valor sostenido a largo plazo para sus inversores. Esta tarea exige afrontar su responsabilidad ante sus grupos de interés, la sociedad y su entorno con eficacia y honestidad, así como mantener su orientación decidida hacia la calidad de servicio, la rentabilidad y la eficiencia, en un proceso de renovación permanente propio del mercado de servicios financieros.

Visión

El negocio se sustenta en la confianza y fidelidad de los clientes, por lo que se cuidan los elementos que las

hacen posibles, como la integridad, transparencia, discreción y responsabilidad. La asunción de tales principios, además de conformar el desarrollo de la actividad diaria, es un deber ante clientes, accionistas, autoridades y ante la sociedad en general.

Valores

El Grupo pone de manifiesto su cultura corporativa en las anteriores ediciones del *Repertorio de Temas* y en el *Libro de Estilo* accesible desde www.grupobancopopular.es. En estos documentos, se exponen las normas y los criterios éticos que han configurado el Grupo a lo largo de los años, fundamentado en los siete principios que presentamos a continuación.

Figura 2. Tabla de valores del Grupo Banco Popular

- Espíritu de trabajo en equipo	Un aspecto básico de la gestión del Grupo es el trabajo en equipo, dentro de un ambiente de colaboración, comunicación y confianza. Su éxito se debe a la suma de todas las personas que prestan servicios en él.
- Cultura de servicio al cliente	El cliente es el eje alrededor del que está orientado el trabajo del Grupo. Se le ofrece un servicio ágil, eficiente y de máxima calidad, adaptado a sus necesidades.
- Desarrollo sostenible de la empresa	El Grupo asume como valor el desarrollo sostenible, en el sentido de búsqueda simultánea del desarrollo económico, la integridad medioambiental y el bienestar social.
- Respeto a las personas y a su diversidad	El respeto mutuo es el 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.
- 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. 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. Esto 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 se caracteriza por el mantenimiento de un alto nivel de confianza y de delegación en los empleados, a quienes se ofrece una adecuada carrera profesional, mediante un sistema de promoción interna.

1.1.4. Principales reconocimientos

A continuación, se mencionan los diversos premios y reconocimientos que prueban la calidad en la gestión del Grupo, durante el ejercicio 2008, en diferentes categorías:

- **Roberto Higuera elegido Banquero Emergente del año 2008 dentro de los Premios 2008 "Mejores de Banca 15".**

El Vicepresidente y Consejero Delegado del Grupo Banco Popular, Roberto Higuera, ha sido distinguido como "Banquero emergente del año 2008" por la revista especializada *Banca 15 en noviembre 2008*. La revista destacaba "el dinamismo de su larga y extraordinaria carrera dentro del Popular, que continúa con gran fuerza y trascendencia".

- **Grupo Banco Popular en el Top Ten de las mejores marcas españolas.**

Grupo Banco Popular ocupa el octavo puesto en el Ranking de las *mejores marcas españolas* que elabora *Interbrand* y en el que se recogen aquellas marcas que, por su profesionalidad, fuerte crecimiento y capacidad de innovación, expanden su liderazgo internacionalmente y son referentes consolidados de su sector.

En su edición de 2007, publicada en 2008, Grupo Banco Popular destaca por "su enorme capacidad de servicio al cliente y una cultura bien alineada, lo que permite crear una base de clientes, especialmente de PYMEs y colectivos, fiel a la marca y a su concepto de traje a medida".

- **El Grupo Banco Popular seleccionado por CRF en 2008 como una de las 21 "Empresas con más futuro".**

El pasado mes de julio de 2008 fue presentada la investigación llevada a cabo por la organización internacional CRF para seleccionar a aquellas empresas "que generan valor no sólo para los accionistas sino también para todos sus grupos de interés".

La valoración de las compañías se ha realizado a través de un estudio elaborado en base a seis pilares: Innovación, Estrategia, Mercado, Dirección Financiera, Dirección de personas y -como novedad en esta edición- Responsabilidad Social de la Empresa, entendida como una herramienta de gestión transversal, de gran incidencia en la percepción de los grupos de interés.

Las empresas seleccionadas han recibido el sello de calidad "Empresa con más futuro 08" que CRF otorga desde hace varios años en diferentes países. Las empresas seleccionadas garantizan su sostenibilidad y desarrollo futuro gracias a una adecuada gestión de los recursos financieros y humanos.

- **Popular de Factoring, filial especializada en factoring del Grupo Banco Popular, "Mejor Empresa de Factoring del Mundo en 2004-2008" por *Factors Chain International*.**

Por segundo año consecutivo, Popular de Factoring, ha recibido un nuevo galardón de la mano de *Factors Chain International*, la mayor y más importante asociación mundial de factoring. Este galardón se obtiene "en reconocimiento a la calidad del servicio, tanto por su Factor de Importación como de exportación" y supone el segundo premio como "Mejor empresa de Factoring del mundo en Export-Import".

En esta ocasión, la filial especializada del Grupo ha sido reconocida entre 240 entidades de 64 países como la mejor empresa mundial de factoring durante los últimos cinco años.

- **Banco Popular, ganador del XI Premio Garrigues Medio Ambiente en su categoría de Formación y Comunicación Ambiental.**

Este premio tiene el fin de reconocer y difundir públicamente los esfuerzos que realizan empresas e

instituciones públicas españolas en beneficio del Medio Ambiente, la lucha contra el cambio climático, el fomento de las energías renovables y el desarrollo de productos ecoeficientes.

- **La web del Banco Popular, la página más valorada por los usuarios de banca on-line en España, según un estudio de *Xperience Consulting*.**

Según un estudio realizado en febrero y marzo de 2008 por *Xperience Consulting* sobre el sector de banca por Internet, la web corporativa del Banco Popular es la más valorada por los usuarios en el sector de banca on-line en España. Este estudio se realizó teniendo en cuenta 100 métricas de calidad de las webs de ocho de los principales bancos y cajas de España. Entre las 100 métricas se incluyen conceptos de usabilidad, calidad de navegación, rendimiento y tiempo de carga de la página, proceso de búsqueda, diseño gráfico y factores de confianza.

En este estudio, se solicitó a los usuarios de la muestra que realizasen tareas de búsqueda y consulta de información sobre productos financieros. A continuación, se midió el ratio de éxito en las búsquedas, así como la eficiencia y la satisfacción de la experiencia interactiva. Banco Popular obtuvo la puntuación más alta: 64,44 sobre 100.

- **PopularMax idea innovadora del año 2008.**

La revista especializada *Actualidad Económica* ha premiado a PopularMax como uno de los servicios más brillantes, útiles e innovadores del 2008 por sus "importantes novedades operativas, de diseño y de gestión". PopularMax es un nuevo concepto de sucursal, con un marcado carácter comercial en la que el principal objetivo es la atención y el servicio al cliente.

- **El "Depósito oro Plus" del Banco Popular, galardonado con el "Euro de Oro Mejor Producto Financiero de 2007" por *Ausbanc Consumo*.**

La Junta Directiva de la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios concedió este Galardón al "Depósito Oro Plus" de Banco Popular, en acto celebrado en Madrid el 21 de febrero de 2008. Según la Asociación, el depósito "retoma la esencia de las mejores imposiciones a plazo fijo de condiciones

claras, con buena remuneración, un plazo razonable y condiciones óptimas de cancelación anticipada y que, además, incorpora la ventaja de un mayor retorno para los clientes que opten por contratarlo a través de Internet, contribuyendo con ello a la competencia general del mercado en el importante segmento de los depósitos a plazo."

- **Marca de Garantía "Madrid Excelente"**

Banco Popular ha renovado la Marca de Garantía "Madrid Excelente", que le fue concedida en 2007. Esta marca es un sello de calidad impulsado por la Comunidad de Madrid que se otorga a las organizaciones que apuestan por la calidad, la innovación y la excelencia en su gestión, contribuyendo al aumento de la competitividad.

Los criterios de calidad de *Madrid Excelente* se basan en el *Modelo Europeo de Excelencia Empresarial (EFQM)* en el que se analizan, entre otros, parámetros como el liderazgo, estrategia y planificación, gestión del personal, sistema de calidad y procesos, satisfacción del cliente y política medioambiental.

- **La sucursal del Banco Popular Español de El Vendrell, premiada por la Asociación Joan Sánchez.**

El Grupo habilitó con máxima celeridad la entrada a la Sucursal instalando las reformas necesarias para que las personas con movilidad reducida pudieran desplazarse sin la ayuda de terceros.

- **Grupo Banco Popular, Gran Trofeo Medallero dentro de la quinta edición de los Juegos de las Empresas.**

El Grupo Banco Popular recibió el 30 de junio de 2008, junto a *Unión Fenosa y Everis*, el Gran Trofeo

Medallero, a la empresa con mayor número de medallas de oro acumuladas. El premio se otorgó dentro de la quinta edición de los Juegos de las Empresas que se celebró en Madrid entre el 20 y el 22 de junio de 2008.

- **Diploma de Agradecimiento al Banco Popular otorgado por la Fundación Cáncer y Vida.**

En 2008, la *Fundación Cáncer y Vida* destacó nuevamente al Banco Popular "por la valiosa colaboración prestada en nuestros proyectos humanitarios y, en especial, en el mantenimiento de la línea telefónica de ayuda a enfermos de cáncer".

1.2. Accionistas

La cultura empresarial del Grupo se basa en ofrecer y mantener los cauces adecuados de información y facilitar la participación de los accionistas en las decisiones más relevantes. El Grupo destaca por su empeño en difundir lo antes posible la información anual. De esta forma, se facilita al accionista un periodo de tiempo suficiente para solicitar aclaraciones, formular consultas y efectuar propuestas antes de la celebración de la Junta General Ordinaria.

El número de accionistas del Grupo ha crecido de forma significativa en los últimos años, hasta superar la cifra de 130.000, con un aumento de más del 7% en este año. A 31 de diciembre de 2008, el Banco Popular cuenta con 130.282 accionistas, frente a los 121.427 del año anterior. La composición del accionariado y su capital al cierre de los dos últimos ejercicios figura en la siguiente tabla.

Tabla 2. Capital social del Grupo Banco Popular por tramos de acciones - 2007/2008

	Número de Accionistas		%		Participación en el capital (%)	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007
Minoritarios (Hasta 800.000)	130.164	121.302	99,91	99,91	39,54	41,75
Relevantes (Más de 800.000)	118	125	0,09	0,09	60,46	58,25
TOTAL	130.282	121.427	100	100	100	100

1.2.1. Accionistas minoritarios

La Oficina del Accionista, creada en 1972, facilita la comunicación con los accionistas mediante un trato personalizado. Junto a la atención presencial, por teléfono, por escrito o por correo electrónico, la web corporativa contiene un capítulo específico dedicado a los accionistas donde pueden consultar los datos más relevantes sobre el Banco y su capital social. Además, trimestralmente, se edita el *Informe del Accionista* que resume la actividad del Grupo y la evolución de la acción en cada periodo.

Las preguntas más frecuentes de los accionistas se refieren a la cotización, evolución y datos fundamentales de la acción, resultados trimestrales y anuales, dividendos pagados y composición del accionariado. En los últimos meses del año, a las consultas habituales, se han añadido aquellas relacionadas con el procedimiento de fusión por absorción de los bancos filiales llevado a cabo en el mes de diciembre. A lo largo del 2008, la Oficina del Accionista ha gestionado, aproximadamente, 800 llamadas y 300 correos electrónicos.

1.2.2. Accionistas mayoritarios

Junto con la Oficina del Accionista, el Área de Relaciones con Inversores tiene como principal cometido canalizar 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 2008, se han celebrado más de 16 Conferencias Financieras en Londres, París, Nueva York, Berlín, Zurich, Tokio, Dublín y Madrid.

Además, la Oficina de Relaciones con Inversores se encarga de recopilar toda la información de los acontecimientos que puedan afectar a la valoración de la acción, llevando a cabo tareas como:

- Recopilación y análisis de datos que puedan afectar a la cotización de los títulos del Banco.

- Relación periódica con analistas financieros para aportar información y conocer sus previsiones sobre cotizaciones y resultados del Grupo.
- Obtención de información necesaria sobre los hechos relevantes y las noticias surgidas internamente con el fin de poder asesorar a accionistas, inversores y analistas financieros.
- Identificación de posibles inversores institucionales.
- Organización de los distintos *roadshows* y planificación de la información que se facilita a los inversores institucionales.
- Organización de las presentaciones trimestrales de analistas, en colaboración con otros departamentos.
- Apoyo para la celebración de la Junta General de Accionistas.

1.3. Estructura

El Grupo Banco Popular lo conforman no sólo Banco Popular y sus entidades filiales, sino el conjunto de personas que han contribuyen a su progreso. Por eso, Accionistas, Clientes, Empleados y Proveedores del Grupo son considerados parte integrante del mismo, influyendo en el desarrollo de la actividad bancaria como parte relevante de la estructura del Grupo. En este sentido se prevé, a medio plazo, la interrelación con los grupos de interés señalados para la elaboración del presente Informe, así como la mejora del mismo en base a sus respectivas opiniones. No obstante, el buzón de correo *rsc@bancopopular.es* está abierto a la recepción de sugerencias y consultas desde la web.

El gobierno corporativo del Grupo está formado por la Presidencia, el Consejo de Administración, la Dirección General y cuatro Comisiones, tal y como se muestra en el *Informe de Gobierno Corporativo*. Los diferentes órganos de gobierno están formados por 48 personas, cuyos intervalos de edades se muestran en la tabla que se presenta a continuación; más del 90% son hombres, un 2% son mujeres y un 5% personas jurídicas.

Tabla 3. Edades de los miembros del Gobierno Corporativo - 2008

Intervalo de edad	Porcentaje
Menos de 40	13%
Entre 41 y 60	54%
Más de 61	33%

1.3.1. Bancos filiales y Sociedades Operativas

Hasta el 19 de diciembre de 2008, el Grupo Banco Popular se componía de un banco matriz, Banco Popular, cuya sede principal se encuentra en España y diez Bancos filiales. Respecto a dichos bancos, ocho operaban en España (Bancos de Andalucía, Castilla, Crédito Balear, Galicia, Vasconia, Banco Popular Hipotecario, bancopopular-e y Popular Banca Privada), uno en Portugal (Banco Popular Portugal) y otro en Estados Unidos (TotalBank). Este año, se ha llevado a efecto la fusión de cuatro bancos filiales españoles (Banco de Castilla, Banco de Crédito Balear, Banco de Galicia y Banco de Vasconia), que pasan a estar integrados en Banco Popular Español. El Banco de Andalucía no está incluido en esta operación.

Se trata de una operación empresarial, coherente con las Normas de Buen Gobierno ordenadas desde el Banco de España, que busca optimizar la gestión de las marcas regionales del Grupo Banco Popular y su liquidez bursátil.

Así pues, las sucursales, los productos comercializados, los servicios, la Atención al Cliente y el personal serán los mismos; incluso, se mantendrán las marcas comerciales de los Bancos filiales. El Grupo ha publicado información detallada de esta operación en su página web.

Por otra parte, en 2008, Grupo Banco Popular y *Crédit Mutuel* llegaron a un acuerdo para la venta de Banco Popular France por un importe de 85 millones de euros. El acuerdo recogía igualmente la prestación de servicios financieros a los clientes del grupo francés en la Red del Grupo Banco Popular en España y Portugal, así como la atención de los clientes de Banco Popular en las 3.389 oficinas de *Crédit Mutuel*.

Además, el Grupo cuenta con otras sociedades filiales, tal y como se muestra en la figura 3, y mantiene participaciones en otras sociedades con las que no se ha planteado la oportunidad de interactuar en cuestiones sociales y ambientales.

Figura 3. Estructura del Grupo Banco Popular - 2008

Entidades Financieras		
Banco Popular Español	Banco Popular Portugal	
Banco de Andalucía	Popular Banca Privada	
Bancopopular-e	Totalbank	
Banco Popular Hipotecario		
Entidades de Financiación		
Popular de Factoring	Popular Factoring (Portugal)	
Sociedades de Cartera y Servicios de Inversión		
Europensiones	Predifundos	
Gerfundos	Popular Gestión	
Gestión Premier Fund	Popular Gestión Privada	
Gestora Popular	Popular de Participaciones Financieras	
Popular Bolsa		
Principales Entidades Instrumentales		
BPE Finance Internacional	Mundocredit	Popular Capital
BPE Financiaciones	Mundo Envíos	Popular Capital Europe
BPE Preference Internacional	Populargest Gestão de Imóveis	Popular Comercial Europe
Aliseda	Popular Finance Europe	Popular Español Asia Trade
Principales Entidades No Financieras		
Consulteam-Consultores de Gestão	Popular de Comunicaciones	Popular Seguros
Desarrollo Aplicaciones Especiales	Popular de Informática	Proassurance
Eurovida (Portugal)	Popular de Mediación	Promoción social de viviendas
Panorama Ibicenca	Popular de Renting	Sicomi

Centros *off-shore*

La Comisión Ejecutiva del Banco, en su reunión del 15 de diciembre de 2004, estableció la política del Grupo en relación con las actividades desarrolladas a través de establecimientos *off-shore*. Se concretó en la reducción paulatina de dichas actividades como paso previo a su cese en todos los casos en que fuera posible.

Durante los últimos ejercicios, el cumplimiento de los objetivos establecidos por la Comisión Ejecutiva en los distintos establecimientos *off-shore* puede resumirse de la siguiente forma:

- **Establecimientos *off-shore* cuya actividad exclusiva es la emisión de valores.** Al comienzo del ejercicio 2007, las sociedades dedicadas a la emisión de valores eran tres: *BPE Capital International Ltd*, *BPE Finance International Ltd* y *BPE Preference International Ltd*, con domicilio social en Islas Cayman.

A lo largo de 2008, sólo siguen vigentes las dos últimas, ya que *BPE Capital International Ltd* fue disuelta en 2007 por decisión del accionista único, Banco Popular Español, SA, e inscrita su disolución en el Registro de Sociedades de las Islas Cayman.

Las dos sociedades que permanecen se encuentran inactivas desde principios del 2003, fecha en la que dejaron de utilizarse estos vehículos para la realización de emisiones, limitándose su actividad al mantenimiento de las emisiones realizadas con anterioridad. Sus cuentas anuales son auditadas anualmente por *PricewaterhouseCoopers*.

BPE FINANCE INTERNATIONAL LTD. A 31 de diciembre de 2008, esta sociedad mantenía vigentes 11 emisiones de deuda simple (*Senior Notes*).

BPE PREFERENCE INTERNATIONAL LTD. Esta sociedad mantiene vigentes en la actualidad 3 emisiones de *preference shares* o participaciones preferentes, realizadas en los ejercicios 2000, 2001 y 2002 en el mercado nacional, mediante el registro de sendos Folletos informativos en la Comisión Nacional del Mercado de Valores y que han sido admitidas a negociación en el Mercado AIAF de Renta Fija.

Dado el carácter perpetuo de las *preference shares* o participaciones preferentes emitidas por la sociedad, no se ha producido cancelación alguna de dichas emisiones.

- **Otros establecimientos *off-shore*:** Banco Popular Portugal. Sucursal Financiera Exterior (Madeira). La Sucursal Financiera Exterior en la zona franca de la Región Autónoma de Madeira tiene por finalidad ofrecer servicios bancarios a los clientes no residentes en Portugal. Se trata de un establecimiento situado dentro del territorio comunitario, sujeto a la supervisión de Banco de Portugal, quien ejerce sobre dicha sucursal las medidas de Control y Auditoría Interna acordes con la actividad que desarrolla.

1.3.2. La red de sucursales como centro del servicio al cliente.

Para Grupo Banco Popular la red comercial es el principal y más directo canal de comunicación con sus clientes por su cercanía y accesibilidad. Cuenta con 2.314 sucursales distribuidas en todo el territorio nacional, frente a las 2.283 del año anterior. Asimismo, el Grupo tiene 235 oficinas en Portugal y 14 en Estados Unidos, a las que, además, se añaden Oficinas de Representación y Despachos de Colaboración en otros once países.

A lo largo del año 2008, el Grupo ha continuado con su Plan de Expansión de oficinas abriendo 77 nuevas sucursales, si bien se han cerrado 45. Además, con las oficinas de PopularMax, el Grupo ha ampliado su horario de atención al público adaptándolo al horario comercial. En estas oficinas, se facilita que los clientes puedan disponer en un mismo espacio y durante más tiempo, de varios servicios, no solamente financieros.

Eliminación de barreras físicas

Los proyectos de mejora realizados para las oficinas del Grupo se orientan hacia una mejor accesibilidad y confort de clientes y empleados. Además, se procura facilitar una atención personalizada y optimizar los puestos de trabajo de acuerdo con sus necesidades ergonómicas, de visión y de seguridad.

Las instalaciones se proyectan atendiendo a las actuales normas de accesibilidad mediante la construcción de accesos adaptados con rampas y superficies de maniobra para discapacitados. Los locales que no permiten un desarrollo óptimo de dichas infraestructuras, se adecuan instalando plataformas elevadoras que ayudan a salvar la diferencia de alturas y permiten el acceso a las distintas zonas de la oficina. Asimismo, se han instalado aseos y cajeros adaptados para personas con movilidad limitada. Durante 2008, el Grupo ha llevado a cabo reformas para instalar 9 nuevas rampas que facilitan el acceso a las oficinas y 12 instalaciones nuevas que respetan la normativa vigente en esta materia.

Durante este ejercicio, no ha habido en el Grupo incidente alguno relativo a las condiciones de las instalaciones de sus sedes, por lo que no se ha recibido ninguna multa o sanción derivada del incumplimiento de la normativa relativa a esta cuestión. Además, cuando se ha tenido noticias de algún requerimiento por parte de alguna de las Administraciones se ha atendido dentro de lo que han permitido las condiciones estructurales de los locales.

De hecho, en noviembre de 2008, la *Asociación Joan Sánchez* de El Vendrell, ha premiado a la sucursal del Banco Popular, situada en esa localidad tarraconense, por la rapidez de respuesta en la adecuación de la entrada de la sucursal. Las obras consistieron en la instalación de una rampa y la eliminación de un escalón, lo que permite a las personas que se desplazan en sillas de ruedas entrar en la oficina por sí solos.

Asimismo, se viene aplicando en todos los locales del Grupo, desde su entrada en vigor, la ley 28/2005 de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.

En las oficinas antiguas, a medida que se van renovando, se está procediendo a la sustitución paulatina de máquinas de climatización antiguas por otras con un gas refrigerante más respetuoso con la capa de ozono, que cumple con la normativa vigente al respecto.

Tabla 4. Número de Oficinas nuevas y reformadas - 2006/2008

	2008	2007	2006
Oficinas nuevas	77	88	79
Oficinas reformadas	302	297	14

Además de la red de sucursales de Banca Comercial, el Grupo cuenta con oficinas especializadas, que no sólo dan apoyo a la Red, sino que prestan servicio directo a particulares, empresas e instituciones: Banca Privada, Banca Personal y Banca Mayorista.

Eliminación de barreras financieras: bancarización

El Grupo entiende la bancarización como parte de su contribución a la inserción socioeconómica de colectivos que presentan necesidades específicas debido a la peculiaridad de su situación. Así, debido al flujo migratorio experimentado en los últimos años, creó MundoCredit, sociedad diseñada para atender las necesidades específicas de los residentes extranjeros. Se trata de una empresa agente de Banco Popular y de Mundo Envíos, especializada tanto en la gestión financiera y de transferencias al exterior, como en la comercialización de bienes de consumo y servicios. MundoCredit cuenta con su propia red de sucursales, con 59 oficinas activas en el territorio nacional.

Mundocredit es por tanto la iniciativa principal con la que el Grupo contribuye a la bancarización de segmentos poblacionales que tienen dificultades para acceder a servicios financieros. No obstante, dentro de este objetivo, destacan igualmente los productos financieros para jóvenes y mayores, junto con los Microcréditos; todos ellos se presentan más adelante en este Informe.

En cuanto a los Microcréditos, el Grupo canaliza su contribución a través de la labor de Fundaciones y Asociaciones, contribuyendo así al desarrollo de áreas geográficas ajenas a las actividades comerciales del Grupo. En esta área de actuación, destacan la contribución en programas de Microcréditos desarrollados en Paraguay y Kenya.

Finalmente, en apoyo a la bancarización, se mantienen 545 sucursales en poblaciones de menos de 10.000 habitantes, lo que supone más de un 25% del total de sucursales del Grupo; un 15% en sucursales de menos de 5.000 habitantes y un 11% en sucursales de entre 5.000 y 10.000 habitantes. De hecho, el Grupo cuenta con 494 oficinas en el ámbito rural, lo que supone más de un 22% del total de sucursales. En este entorno, se abrieron 15 sucursales, si bien se cerraron 18; de ellas, 11 eran cajas auxiliares.

Se trata por tanto de una apuesta firme por facilitar la totalidad de los servicios bancarios a poblaciones de tamaño pequeño -menos de 10.000 habitantes- y de ámbito rural, donde los costes operativos presentan habitualmente menores niveles de eficiencia.

1.3.3. Otros canales de comunicación e información con clientes: Banca Multicanal

La red de sucursales es el principal canal de comunicación con los clientes, pero no el único. Para garantizar y facilitar su relación con la clientela, el Grupo posee otros canales que complementan el servicio de las

oficinas, al tiempo que les sirven de apoyo.

Banca Multicanal permite a los clientes operar por diversos canales a distancia, como teléfono fijo, teléfono móvil e Internet. El número total de contratos de Banca Multicanal es de 2,49 millones; con un crecimiento respecto al año anterior del 3,47%. Asimismo, el número de contratos en los segmentos de personas físicas crece un 1,85% y el de personas jurídicas un 14,20%.

A continuación, se muestra la distribución de clientes activos por canal, considerando únicamente los que realizan, al menos, una conexión al mes o tres conexiones en los tres últimos meses.

Tabla 5. Media de clientes activos por canal al mes - 2008

	Banca Telefónica	Banca Móvil	Banca por Internet	Crecimiento de clientes de Banca por Internet respecto a 2007
Personas Físicas	2.853	1.759	267.201	16,97%
Personas Jurídicas	570	519	155.516	6,15%
TOTAL	3.423	2.278	422.717	12,74%

Durante 2008, dentro de un proceso de mejora continua, se ha consolidado el sistema de medición de Calidad de Servicio en los canales de Internet, móvil y teléfono. Como resultado de esta medición, se obtiene un *Índice General de Calidad* sobre el que se establecen objetivos de mejora basados en las necesidades y sugerencias propuestas por nuestros clientes. En el capítulo "La protección del cliente" se detallan los resultados de esta medición.

Web corporativa

La web corporativa www.grupobancopopular.es, perteneciente al Banco Popular y a los Bancos filiales, reflejan con detalle la imagen corporativa del Grupo, en relación con los distintos aspectos del negocio que son relevantes para sus inversores y grupos de interés.

En el Grupo Banco Popular, Internet se consolida como un canal de fácil acceso y elevada afluencia de clientes. El número de clientes activos en Internet es de 422.717, lo que significa un crecimiento del 12,74% con respecto al ejercicio anterior.

El Grupo facilita a sus clientes el acceso, tanto a su web corporativa, como al resto de sus webs comerciales, independientemente del tipo de hardware, software, infraestructura de red, idioma, cultura, localización geográfica y capacidades de los usuarios. De hecho, la web corporativa mantiene el compromiso de garantizar el acceso a la información según las normas de accesibilidad exigidas por la *Web Accessibility Initiative*, con el objetivo de proporcionar acceso a la información disponible en sus sitios web a los clientes actuales y potenciales, sin limitación alguna por razón de discapacidad. En este sentido, trabaja el Laboratorio de Usabilidad de Banca Multicanal, cuyo principal cometido es mejorar la accesibilidad, la navegación y el diseño de los canales a distancia del Grupo, según los estándares internacionales.

Fruto de esta labor, a finales de enero de 2008, se obtuvo la certificación europea de accesibilidad "Euracert AA", que acredita que las páginas de Internet del Grupo respetan los estándares más elevados de accesibilidad y cumplen con las pautas establecidas por las diferentes organizaciones especializadas y respaldadas por la Comisión Europea.

Además, *Technosite*, empresa perteneciente a la *Fundación ONCE*, ha sido encargada de auditar y certificar que las páginas corporativas del Grupo son accesibles, siendo el nivel de accesibilidad certificado el "doble A" de *Web Accessibility Initiative* del *W3C*.

Finalmente, en mayo de 2008, tal y como se destaca en el apartado de "Reconocimientos" de la presente memoria, la Banca OnLine del Grupo ha sido la web mejor valorada por los usuarios según el estudio competitivo realizado por *Xperience Consulting*.

Banca móvil

En 2006, se lanzó el servicio de Banca por Móvil consistente en el envío de mensajes SMS sobre los movimientos realizados con tarjetas de crédito y débito emitidas por el Grupo. Durante 2007 y 2008, se ha consolidado este servicio y se ha ampliado el catálogo de operaciones que se pueden realizar a través del móvil. Actualmente, se puede realizar cualquier operación significativa para el cliente como, por ejemplo, el abono de su nómina o pensión, una disposición de efectivo en un cajero, el pago con su tarjeta en un comercio o una transferencia desde sus cuentas.

Se ha abierto también el portal móvil "El Banco en el Móvil" (www.grupobancopopular.mobi) a través del cual los clientes pueden operar, consultar sus saldos y movimientos de cuentas y tarjetas o realizar recargas de saldo móvil. Finalmente, cabe mencionar que, en este ejercicio se ha habilitado el portal para terminales tipo *I-phone* lo que supone disponer de uno de los portales móviles más avanzados del mercado financiero, con prestaciones como la navegación táctil o el icono de acceso directo. A diciembre de 2008, tan sólo dos entidades financieras españolas ofrecían las prestaciones de este portal móvil a sus clientes.

El número de clientes activos de Banca por Móvil en 2008 asciende a 81.114 frente a los 76.000 clientes del año anterior. Asimismo, el número de clientes que utilizan de manera activa -al menos con periodicidad mensual- el portal web "Banco en el Móvil" desde el inicio del servicio supera los 2.200. En cuanto a los mensajes cortos enviados con información financiera, la cifra asciende a 4,36 millones.

1.4. Sistemas de cumplimiento y control

1.4.1. Órganos externos

Además de los sistemas de control interno, que se explican en el siguiente epígrafe, la actividad del Grupo está sujeta a la supervisión de las instituciones competentes tales como Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y la Dirección General de Seguros (DGS). El cometido de estos organismos es proteger a los consumidores de los servicios financieros y velar por la estabilidad del sistema financiero y por la transparencia y eficacia de los mercados.

En este sentido, Banco de España lleva a cabo un proceso de supervisión aplicado sobre las entidades financieras basado en un sistema de seguimiento y análisis de su situación con carácter permanente, reforzado por un programa intenso de verificación de la información mediante inspecciones *in situ*. Mediante estas actuaciones se pretende obtener información actualizada y razonablemente completa que, desde un punto de vista supervisor, resulte relevante sobre todos los aspectos de una entidad.

La CNMV supervisa e inspecciona la actividad de las entidades que operan en los mercados de valores españoles. Asimismo, se encarga de actualizar constantemente sus contenidos, adaptándose a las exigencias de la Unión Europea e incorporando nuevas medidas para la protección de los inversores. Su objetivo básico es velar por la transparencia y eficiencia de los mercados de valores españoles, así como la protección de los inversores. Su acción se proyecta principalmente sobre las sociedades cotizadas, los mercados secundarios, instituciones de inversión colectiva y empresas que prestan sus servicios de inversión.

El Grupo Banco Popular colabora permanentemente con las autoridades supervisoras en el cumplimiento de sus funciones. Asimismo, asume el compromiso de promover la integridad y la transparencia en los mercados en los que interviene, desarrollando procedimientos adecuados para evitar su manipulación y el uso inapropiado de su condición de entidad financiera. De esta obligación, se deriva un compromiso por la transparencia en la información al mercado y la ausencia, durante el ejercicio

2008, de multas significativas derivadas del incumplimiento de la normativa reguladora de la libre competencia y prácticas monopolísticas, así como la ausencia de sanciones significativas derivadas del incumplimiento de la normativa vigente. En diciembre de 2007 se acordó el inicio de la instrucción de un procedimiento en materia de competencia contra el Banco Popular Español, S.A., que fue archivado en noviembre de 2008 por inexistencia de responsabilidad.

1.4.2. Órganos internos

Para garantizar que todas las actividades se ejercen dentro de un estricto cumplimiento del Ordenamiento Jurídico y de los criterios de negocio fijados por la Dirección, los diversos sistemas internos de cumplimiento y control que se han desarrollado responden a la necesidad de prevenir y mitigar los principales riesgos a los que, tanto el Grupo como sus accionistas, empleados y clientes, están expuestos.

Órganos de gobierno

Comité de Auditoría y Control

Este Comité supervisa los servicios de auditoría y se encarga de informar en la Junta General de Accionistas sobre las cuestiones que en ella planteen los accionistas en materia de su competencia. Asimismo, sirve como canal de comunicación entre el Consejo de Administración y los auditores, evaluando los resultados de cada auditoría y las respuestas del equipo de gestión a sus recomendaciones. En definitiva, asiste al Consejo de Administración en las funciones de vigilancia y control del Grupo.

Comité de Activos y Pasivos

El Grupo Banco Popular constituyó hace diez años el *Comité de Activos y Pasivos* o *"Assets and Liabilities Committee"* (ALCO) entre cuyas funciones, destacan el análisis y control de los riesgos de mercado y de liquidez. Analiza también el impacto en el balance y en el margen de intermediación de distintos escenarios de comportamientos en los tipos de interés. Para el efectivo desarrollo de estas funciones dispone de procedimientos formales de análisis y seguimiento de la liquidez global del Grupo.

Comisión Delegada de Riesgos y Dirección General de Riesgos

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

Oficina de Cumplimiento Normativo

Esta oficina vela por la adecuación permanente del Grupo a las normas vigentes. Para ello, se ocupa de identificar y prevenir los posibles riesgos de incumplimiento relevantes 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. Esta oficina analiza estas operaciones y comunica aquéllas que, por sus características, tengan indicios de estar relacionadas con dichas actividades.

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, del seguimiento y control de cuentas, procesos e incidencias de oficinas operativas y administrativas, así como del análisis y tramitación de incidencias con otras entidades.

Tecnologías de la Información y Seguridad Informática

La labor de esta oficina es vigilar la buena marcha de los sistemas informáticos para ofrecer el mejor servicio. Además de establecer mejoras con el objetivo, entre otros, de apoyar la función de control de los riesgos operativos, económicos y reputacionales, vela por la protección de los clientes en el manejo diario de los sistemas informáticos por parte de los empleados.

Auditoría Interna

Esta oficina es la encargada de analizar las posibles situaciones anómalas detectadas en sucursales y oficinas del Grupo, mediante procedimientos de auditorías *in situ* o a distancia. De ella dependen los siguientes departamentos: Auditoría Informática, Auditoría de Servicios Centrales, Auditoría de Sociedades y Auditoría de Sucursales.

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. Además, 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.

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

La gestora de fondos del Grupo, Popular Gestión, creó este órgano, a principios de 2006, para el control y la autorización de las operaciones que se consideran vinculadas de acuerdo con las normas aplicables. Se ocupan igualmente del 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 de la Política de Protección de Datos y Seguridad de la Información diseñada para minimizar los riesgos de incumplimiento y asegurar la coordinación entre las distintas áreas del Grupo afectadas, se creó el Comité de Protección de Datos de Carácter Personal. Entre sus funciones se encuentran las siguientes:

- Supervisar y validar la creación de nuevos ficheros o bases de datos afectadas por la legislación correspondiente.
- 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 esta materia.

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

Riesgo operacional

Para velar por minimizar las repercusiones del Riesgo Operacional del Grupo, se cuenta con una oficina específica, responsable de la elaboración de los procedimientos para su identificación, evaluación, seguimiento y control. El Grupo ha adoptado como definición de "riesgo operacional" la establecida en el *Nuevo Acuerdo de Capital (Basilea II)*. Así, se considera riesgo operacional al "riesgo de pérdida debido a la inadecuación o a fallos de los procesos, el personal y los sistemas internos o bien a causa de acontecimientos externos".

El Grupo cuenta con una base histórica de datos de eventos de riesgo operacional desde enero de 2004. Además, desde diciembre de 2006, está adherido a *ORX (Operational Riskdata Exchange Association)*, consorcio a nivel internacional que custodia una base de datos a la que las principales entidades financieras del mundo aportan eventos y con la que se realizan intercambios de datos de forma trimestral.

Desde 2008, el Grupo dispone de herramientas de tipo cualitativo que han permitido un importante avance en la elaboración de Mapas de Riesgos. Estos mapas se actualizan periódicamente para medir la frecuencia e impacto de este tipo de riesgo y mejorar los controles y coberturas en las áreas de mayor exposición.

Igualmente, durante este ejercicio, se han impartido cursos de formación para concienciar a toda la organización en el seguimiento y control de este riesgo,

con vistas a mitigar el impacto, tanto en la actividad comercial, como en los procesos operativos. Para ello, se han nombrado responsables en cada una de las unidades de la organización.

En la siguiente tabla, se muestran las áreas de negocio en las que se ha dividido el Grupo a efectos de riesgo operacional y el porcentaje que supone en cada una de ellas, en función de los importes de los eventos registrados en el ejercicio 2008.

Tabla 6. Impacto del Riesgo Operacional en las líneas de negocio del Grupo Banco Popular - 2008

Impacto del Riesgo Operacional	
Banca Minorista	72,08%
Banca Comercial	16,63%
Negociación y Ventas	5,67%
Gestión de Activos	5,13%
Intermediación Minorista	0,49%
Finanzas Corporativas	0%
Pagos y liquidaciones	0%
Servicios de agencia	0%
TOTAL	100%

1.4.3. Principales áreas de Control

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. Todos los empleados deben colaborar en la detección de cualquier conducta sospechosa, comunicando al personal directivo cualquier circunstancia que pueda ser de interés.

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.

Además, se ocupa de la difusión a todo el Grupo de las medidas contra el blanqueo. Entre estas medidas, destaca la inclusión en Intranet de un apartado específico sobre Prevención del Blanqueo que recoge información y normativa específicas sobre la materia. La documentación 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 resulta tener en cuenta sobre la política de admisión de clientes del Grupo y las obligaciones de colaboración y confidencialidad en esta materia. Durante 2008, han recibido formación en esta área 1.034 empleados, de los que 880 son administrativos y 154 directivos, suponiendo en conjunto un 8,30% de la plantilla total del Grupo Banco Popular.

En mayo de 2008, todos los empleados recibieron, acompañado de una carta del Consejero Delegado recordando la obligación de colaboración en materia de blanqueo de capitales, un díptico resumen actualizado con las nuevas exigencias relativas al conocimiento del cliente y su actividad.

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

El Órgano de Vigilancia en el ámbito de los Mercados de Valores se encarga del control del cumplimiento por parte de los empleados del Reglamento Interno de Conducta y del establecimiento de medidas de separación entre las áreas afectadas. Las principales funciones del Órgano de Vigilancia son:

- Establecer los procedimientos para detectar y prevenir el uso incorrecto de información.
- Realizar las actividades necesarias de formación e información al personal en relación a las materias objeto del Reglamento Interno de Conducta.
- Mantener un registro confidencial de valores sobre los que exista información privilegiada o reservada en alguna de las áreas separadas.
- Conservar un "Registro de Iniciados" recibido del área que esté participando en cualquier proyecto u operación que entrañe el acceso a información privilegiada o confidencial.
- Conceder las autorizaciones para la transmisión de información a personas ajenas a las áreas implicadas.
- Supervisar la actuación de las Unidades de Control Interno de las Empresas de Servicios de Inversión y de las Sociedades Gestoras de IIC del Grupo.
- Controlar la correcta actuación de los administradores y empleados sujetos en relación a su operativa en los mercados de valores, recibiendo las comunicaciones e informaciones previstas en el Reglamento.
- Informar al Consejo de Administración o a la Comisión Delegada de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses de cuantas incidencias surjan relacionadas con el cumplimiento del Reglamento.
- Elaborar un informe, al menos con periodicidad semestral, que contenga un detalle de las actividades realizadas en el periodo por el Órgano de Vigilancia.

Protección de Datos de Carácter Personal y Seguridad de la Información

La Política de Seguridad establece 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 normas de acceso.

Para proteger eficientemente la información de 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*.

Está disponible para todos los empleados en Intranet un epígrafe completo que incluye 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. En este sentido, se podrán encontrar, entre otros, el documento sobre *Política de Seguridad de la Información*, el *Folleto Informativo sobre la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD)* y la Circular nº 2.693 de 11 de septiembre de 2001.

Dentro de este apartado, se ha publicado una circular que incluye criterios prácticos para adecuarse al cumplimiento de la LOPD, cuya finalidad es proteger los derechos fundamentales de las personas físicas en lo relativo al tratamiento de sus datos personales. Se asegura así que los empleados del Grupo conozcan las medidas necesarias para proteger correctamente los datos de carácter personal de la clientela.

Asimismo, se ha remitido a todos los empleados un manual con la *Política de Seguridad* de la Información y el Folleto Informativo de la LOPD. El manual incluye la definición de la Política de Seguridad, los términos de la gestión de la información y de la responsabilidad que cada empleado y el Grupo asumen en el tratamiento de la misma. El Folleto Informativo de la LOPD, por su parte, es una adaptación de las normas contenidas en la ley 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.

Transparencia y protección a la clientela

Los órganos de control interno se ocupan 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.

Tabla 7. Tipología y número de Auditorías Internas - 2006/2008

		2008	2007	2006
SERVICIOS CENTRALES	Servicios Centrales	8	21	5
	Direcciones Territoriales	1	1	7
	Otros (*)	50	3	3
	TOTAL	59	25	15
SOCIEDADES	Serv.Centrales Bancos del Grupo	3	7	5
	Sucursales Bancos del Grupo	27	18	11
	Sociedades	8 (a)	26	4
	TOTAL	38	51	20
SUCURSALES	Presenciales	785	908	864
	A distancia	49	134	60
	TOTAL	834 (b)	1.042	924
TOTAL AUDITORÍAS GBP		931	1.118	959

(*) Basilea II. Cada revisión se compone de 18 informes.

(a) Dos de ellas, realizadas por el Departamento de Auditoría del Banco Popular Portugal.

(b) El 36,04% del total de sucursales del Grupo han sido auditadas durante el año 2008; 834 sucursales de un total de 2.314.

Seguimiento y Control del Riesgo

El Grupo ha establecido un conjunto de políticas recogidas en el Informe Anual y en el Informe de Gobierno Corporativo, donde se redactan con detalle las medidas y procedimientos de seguimiento y control del riesgo. Entre estas medidas destacan:

Implantación de Basilea II

Con el fin de fomentar la mejora en la gestión de los riesgos y la transparencia en el Grupo, se implantaron herramientas de *scoring* y *rating* y se creó la Dirección General de Riesgos. Además, la oficina de Riesgo Operacional, descrita anteriormente, se ocupa

específicamente de controlar el riesgo derivado de fallos de los procesos, personal y los sistemas internos, siguiendo la definición de Basilea II.

Principales áreas de mejora en Auditoría Interna

Destaca en las Auditorías de sucursales el número de calificaciones no correctas debido al soporte documental de las operaciones, la falta de firmas y las labores de control manual o de normas administrativas. En cuanto a los Servicios Centrales y Sociedades Especializadas, se aprecia la necesidad de mayor mecanización y herramientas de control automáticas.

Prevención del fraude

La Comisión de Auditoría ha puesto en marcha diversas medidas, unas de tipo interno y otras de colaboración interbancaria para prevenir el fraude. Entre las primeras destaca el trabajo realizado en la prevención del fraude derivado de las transferencias de Internet. Con el fin de

detectar operaciones fraudulentas, procedentes principalmente de actividades de *Phising* y Troyanos, se han tratado más de 3.690.000 transferencias de las que más de 570.400 han sido revisadas por un equipo de analistas, con el resultado que se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 8. Operaciones de Internet tratadas - 2008

Operaciones		Fraudes Detectados			
Tratadas	Revisadas	Consumados		Evitados	
		Número	Importe (€)	Número	Importe (€)
3.690.678	570.440	110	59.605,50	291	606.490,61

Dado el fuerte incremento de las operaciones cursadas por Internet y a pesar de que la actual revisión ha reducido el fraude potencial en un 57,05%, se seguirá profundizando en la prevención de las operaciones fraudulentas.

Entre las medidas de colaboración interbancaria, el proyecto más importante sigue siendo la participación del Grupo en el *Servicio de Prevención del Fraude (SEPFR)* diseñado para ayudar a las entidades asociadas al *Centro de Cooperación Interbancaria (CCI)* en la detección, prevención y lucha contra el fraude. También destaca la aportación del Grupo en el *Centro de Observación del Delito Económico*, cuya actividad ha empezado a tener sus resultados durante 2008. Entre otros cometidos, este Centro se ocupa de facilitar información relativa a

modalidades de fraude, operaciones irregulares e incidencias, posibilitando el intercambio de información entre las entidades adheridas. Además de la participación en el *CCI*, existe una fluida colaboración con *ASNEF*, en cuya comisión para el Servicio de Prevención del Fraude también participa el Grupo.

Durante 2008, según los acuerdos que mantiene el Grupo con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, se han recibido más de 120 solicitudes de colaboración que han supuesto análisis e implantación de medidas pertinentes en cada caso.

La dimensión del fraude en los últimos años se refleja en la tabla 9.

Tabla 9. Tipología y volumen del fraude - 2006/2008

	2008	2007	2006
Hurtos, robos y atracos	216.000	504.400	1.118.000
Falsificación de cheques-pagarés	216.090	167.750	207.744
Falsificación de billetes	142.910	139.161	126.189
Fraude y falsificación de tarjetas	1.123.882	1.185.793	1.436.539
Falsificación de reintegros y recibos de caja	37.950	39.020	22.735
Fraudes en transferencias	529.430	429.664	145.689
Fraude documental	112.958	42.611	324.931
Otras causas	119.294	550	14.969
TOTAL	2.498.514	2.508.949	3.396.796

Durante 2008, ningún empleado ha sido condenado por sentencia judicial firme por un delito de tráfico de influencias o de cohecho.

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL GRUPO BANCO POPULAR

La oficina de Responsabilidad Social Corporativa, en dependencia del Consejo de Administración, a través de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de intereses, tiene como principal misión asegurar y coordinar los compromisos del Grupo en materia de desarrollo sostenible.

2.1. Estructura orgánica de la RSC

La Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses, constituida en el seno del Consejo de Administración, posee la competencia general para la fijación de la política del Grupo en materia de Responsabilidad Social Corporativa.

A su vez, la oficina de Responsabilidad Social Corporativa es el órgano encargado de dirigir la estrategia del Grupo en la materia, además de atender la creciente demanda de información, proveniente tanto de agentes externos, como de los propios empleados.

La Dirección General del Grupo, en su reunión celebrada con fecha 11 de septiembre de 2008, creó la oficina de Calidad, Responsabilidad Social Corporativa - Fundación Grupo Banco Popular y Cumplimiento Normativo, bajo la dependencia directa del Presidente. Su posicionamiento es una muestra de la importancia que se otorga al desarrollo sostenible del Grupo, que es tratado como un tema transversal para el desarrollo de cualquier iniciativa.

Canales de comunicación con los empleados: El Portal del empleado y el Buzón de RSC

Durante este ejercicio, se ha consolidado el cauce de comunicación entre la oficina de RSC y los empleados del Grupo a través del refuerzo de la sección de Responsabilidad Social del Portal del Empleado así como de la apertura de un buzón de sugerencias específico.

Este espacio de comunicación se utiliza para difundir la información relacionada con la materia y para recoger las opiniones, sugerencias y recomendaciones de los empleados. Tanto la presentación de contenidos, como el buzón de sugerencias de RSC, han tenido una importante acogida por los empleados del Grupo.

2.2. Principios y orientaciones de RSC

El contenido del Informe se adecua a las directrices requeridas por el *Global Reporting Initiative (GRI)*, institución independiente, cuyas guías de elaboración de memorias de sostenibilidad sirven como principal estándar internacional para informar acerca del desempeño económico, ambiental y social de las entidades.

El *GRI*, en su guía G3 incluye principios concernientes, tanto al contenido de la memoria, como a la calidad de la misma. Dichos principios se exponen en la Figura 4.

2.3. Alcance del Informe de RSC

El presente Informe de Responsabilidad Social Corporativa, que abarca desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2008, recoge las actividades de interés respecto a la sostenibilidad realizadas por el Banco Popular Español, S.A. y su grupo económico, en adelante, el Grupo o Grupo Banco Popular. Se pretende aportar una imagen fiel y completa con la información de todos los ámbitos donde la política de Responsabilidad Social del Grupo tiene una presencia significativa. El Informe permite comparar los datos del último ejercicio con los de años anteriores para comprobar la evolución de los indicadores.

A partir del año 2004, la elaboración de los Informes de Responsabilidad se realiza aplicando los criterios del *GRI*, su última guía de directrices y las recomendaciones para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Desde el 2005, los Informes de Responsabilidad Social Corporativa editados por el Grupo han sido verificados de acuerdo con la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del *GRI* por la firma independiente *PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.*, que asimismo audita los datos financieros del Grupo. En este ejercicio, se han incorporado nuevos indicadores del *GRI* que hacen hincapié en los aspectos más específicos del negocio financiero en relación a la sostenibilidad.

Conviene señalar que el proceso de fusión de entidades llevado a cabo en diciembre de 2008 no ha producido ningún cambio significativo en el alcance, ni en la presentación de datos de esta memoria. En este sentido, para mayor transparencia en la presentación de los datos y a efectos comparativos, los datos relativos a los diferentes bancos aparecen desagregados.

Figura 4. Principios del *Global Reporting Initiative (GRI)* y su reflejo en el Grupo Banco Popular

Principios del G3	Reflejo en el informe
- Principio de Materialidad: Presentar aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos -sociales, ambientales y económicos- de la organización.	- Valores y retos, presentes y futuros, de la organización. - Políticas y estrategias a seguir en los riesgos e impactos que afecten a la organización y su entorno.
- Principio de Participación de los Grupos de Interés: Identificar sus grupos de interés y describir cómo se ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.	- Equilibrio entre los Grupos de Interés: - Servicio a los Clientes considerando sus intereses y mejorando la oferta de productos. - Respeto hacia los Empleados y su situación laboral y personal. - Mejora continua de la rentabilidad de los Accionistas. - Entorno del Grupo en general: - Mejora de su situación en el ámbito social y medioambiental desde su papel en la sociedad como entidad financiera.
- Principio de Sostenibilidad: Informar del desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad.	- Actividades que contribuyen a preservar el medio: - Financiación de proyectos con un alto contenido medioambiental a otras entidades. - Respeto al Medio Ambiente, en su actividad diaria.
- Principio de Exhaustividad: Indicar el alcance, cobertura y tiempo de la Memoria.	- Actividades desarrolladas por el Grupo relacionando los datos en el período temporal más amplio posible para dar una visión general de las mejoras en los distintos campos. - Verificación por parte de auditores externos.
- Principio de Equilibrio: Reflejar los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.	- Presentación de la Memoria en un formato que permita apreciar las tendencias de todos los datos e indicadores y analizar los cambios experimentados por la organización en el tiempo.
- Principio de Periodicidad: Presentar la información a tiempo y siguiendo un calendario periódico, de forma que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.	- Información elaborada por años naturales, indicando al principio de cada informe el período al que hace referencia.
- Principio de Claridad: Ofrecer información de manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la Memoria.	- Se trata de satisfacer las necesidades de información de los usuarios al incluir todas las actividades relacionadas con la Responsabilidad Corporativa y las distintas iniciativas ordenadas sistemáticamente.
- Principio de Precisión y Fiabilidad: Garantizar que la información y los procedimientos están recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.	- 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.

2.4. Logros y retos

A modo de cuadro de mando, el Grupo presenta a continuación los retos de 2008, junto con los avances

conseguidos en cada capítulo, que ponen de manifiesto los progresos conseguidos en las respectivas materias. Seguidamente, se presentan los retos planteados para el año 2009.

2.4.1. Revisión de los retos de 2008

Logros en 2008	Avance conseguido
Firma Convenio Inserta con <i>Fundación ONCE</i>	La firma del Convenio entre Fundación ONCE y el Grupo ha sentado las bases para la incorporación de 40 personas con discapacidad en la plantilla del Grupo durante los próximos tres años.
Instauración del nuevo Sistema de Evaluación del Desempeño	Alineación de la política retributiva con la estrategia de negocio para retribuir mejor a cada empleado, de forma más equitativa y competitiva.
Acciones formativas y de sensibilización en RSC	El Grupo ha impulsado la formación de los empleados en temas de sostenibilidad mediante la creación de una biblioteca específica y la publicación <i>on-line</i> de cápsulas formativas.
Iniciativas de voluntariado medioambiental	En combinación con planes formativos, 300 profesionales del Grupo han participado en tareas de reforestación y silvicultura en zonas de alto valor ecológico.
Consolidación PopularMax	PopularMax ha sido acogido por el mercado como un nuevo concepto de sucursal, con un marcado carácter comercial en la que el principal objetivo es la atención y el servicio al cliente.
Cooperación al Desarrollo	El Grupo ha extendido a más países y a nuevos proyectos su apoyo al desarrollo económico y social de áreas emergentes.
Generalización de reuniones por multiconferencia	Las reuniones por multiconferencia se han consolidado como un canal de comunicación en sustitución de reuniones presenciales
Optimización de la web corporativa	Con la intención de mejorar la difusión de información del Grupo, se ha optimizado la web corporativa durante el ejercicio del 2008. Su publicación se producirá en febrero 2009.
Certificado de accesibilidad web <i>Euracert Doble-A</i>	La página web corporativa mantiene el compromiso de usabilidad y accesibilidad garantizando el acceso a la información según las normas de accesibilidad exigidas por la <i>Web Accessibility Initiative (WAI)</i> .

2.4.2. Presentación de los retos de 2009

Retos para 2009

Plan de Voluntariado Corporativo 2009-2011.
Inclusión y participación activa de los grupos de interés en la elaboración del Informe de Responsabilidad Social.
Plan de racionalización del consumo interno, que establezca acciones y objetivos para la reducción de los consumos, residuos y emisiones generados por el Grupo.
Consolidación del Proyecto " <i>Reinventándonos</i> ", como plan de innovación promovido internamente.
Publicación de la declaración formal respecto a la actual política de Derechos Humanos del Grupo.
Profundizar en la consideración de factores sociales y ambientales en las líneas de negocio; definición de procedimientos <i>ad hoc</i> y formación de la plantilla en estos aspectos.
Promoción del comercio justo entre los empleados y en la política de consumo de la empresa.
Promoción interna de la política de Responsabilidad Social, mejorando la difusión del informe y promoviendo la participación de los empleados.

2.5. Posición del GBP ante las iniciativas de RSC

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 acogen, como una parte integral de su estrategia y actividad, diez principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.

En esa línea, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses, acordó asumir y adoptar las medidas para trasladar a toda la organización la aplicación concreta de los diez principios contenidos en el Pacto Mundial. De hecho, “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”.

Como ya hiciera en 2007, el Grupo ha continuado poniendo en marcha acciones, impulsando cambios y participando en proyectos que contribuyen a la consecución de los *Objetivos de Desarrollo del Milenio*, la mayor iniciativa de sensibilización contra la pobreza y la desigualdad impulsada desde Naciones Unidas. A través de acciones internas y externas, el Grupo considera que puede influir en el cumplimiento de dichos Objetivos.

En este sentido, se han llevado a cabo acciones para la erradicación de la pobreza y el hambre, participando, por ejemplo, en programas de microcréditos en África y América Latina; se ha impulsado la mejora de la salud maternal y la reducción de la mortalidad infantil, apoyando la construcción y el funcionamiento de

hospitales y centros de salud en países emergentes y se ha promovido la igualdad entre géneros o la enseñanza universal, a través de otras acciones detalladas en los correspondientes epígrafes del presente informe. De hecho, el Grupo tiene especial interés en el desarrollo del principio de igualdad entre sus empleados por lo que, durante 2008, se ha impulsado el *Plan de Igualdad*, que se presenta en el capítulo de “Empleados” de este Informe.

Por otra parte, el Grupo Banco Popular participa desde el año 2006 en *Carbon Disclosure Project*, una iniciativa internacional que analiza el modo en que las principales empresas valoran los riesgos y oportunidades que para su actividad tiene el cambio climático y cómo ese análisis se traslada a las políticas de la empresa.

Además, el Grupo subraya la inexistencia, tanto de incidentes que hayan supuesto una violación de los derechos de las minorías, como de un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil. Del mismo modo, el Grupo constata que no se han producido operaciones susceptibles de ser consideradas episodios de trabajo forzado o no consentido.

Finalmente, destacar que las empresas que conforman el Grupo colaboran en diferentes foros y participan en otras organizaciones y asociaciones propias de la actividad económica que desarrollan, como por ejemplo la *Asociación Española de Banca*, la *Fundación de Estudios de Economía Aplicada*, el *Ateneo de Compras de AERCE* o la *Fundación Empresa y Sociedad*. Entre otros y de manera ocasional, su cometido incluye el traslado de iniciativas, necesidades e inquietudes del sector a las Administraciones y al conjunto de organizaciones públicas y privadas que conforman la sociedad civil.

3. EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE SUS CLIENTES

3.1. Servicios financieros personalizados

Con más de 6,7 millones de clientes a 31 de diciembre de 2008 y un crecimiento neto de clientes en el año de 65.180, el Grupo continúa apostando por prestar servicios financieros de calidad y personalizados, adaptándose a las necesidades específicas de cada colectivo. La confianza depositada por los clientes en el Grupo se considera un factor fundamental para el crecimiento del mismo.

Así, uno de los objetivos principales de Grupo 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 facilitar a la sucursal una gestión comercial lo más efectiva posible. Por ello, se ha diseñado un sistema de desarrollo propio que permite la gestión

integral de clientes con el fin de incrementar su vinculación y así promover un alto grado de satisfacción.

En esta línea, durante 2008, se inició un proceso de Medición de Calidad de Servicio con una participación muy activa de los clientes en el propio diseño del proceso. Como resultado se obtendrá un *Índice General de Calidad*, sobre el que se podrán establecer objetivos de mejora en función de la opinión expresada por los clientes. Además, permitirá la comparación con otras entidades que realizan mediciones similares y ofrecerá una referencia de primera magnitud sobre la posición relativa en este elemento estratégico para el Grupo.

A continuación, se muestra la distribución de clientes del Grupo Banco Popular.

Tabla 10. Distribución de Clientes del Grupo Banco Popular - 2007/2008

	2008		2007	
	Absoluto	%	Absoluto	%
Personas Físicas	5.482.244	85,70	6.212.380	92,31
Personas Jurídicas	492.878	7,70	518.393	7,69
Otros ⁽¹⁾	422.414	6,60	-	-
TOTAL	6.397.536⁽²⁾	100	6.730.773⁽²⁾	100
Clientes Vinculados ⁽³⁾	2.079.902	33	2.155.901	32

¹ Se incluyen dentro de esta categoría a los Trabajadores Autónomos y a los Comercios.

² Se excluyen los clientes de Popular Banca Privada y Banco Popular Hipotecario.

³ Se considera cliente vinculado a aquél que cuenta con cuatro o más productos contratados.

Tabla 11. Distribución Clientes Grupo Banco Popular por segmentos - 2008

	Banca Comercial	Banca Personal	Banca Privada
España	6.412.923	222.795	15.097
Portugal	297.407	-	-
EE.UU.	23.876	-	-
TOTAL	6.734.206	222.795	15.097

Tabla 12. Distribución de Clientes del Grupo Banco Popular por sexo - 2007/2008 (porcentaje)

	2008	2007
Hombres	52,67	52,63
Mujeres	45,65	45,41
No disponible	1,68	1,96

La información de la siguiente tabla está basada en criterios de actividad -tenencia y utilización de productos- de clientes en España.

Tabla 13. Segmentación comercial de Clientes del Grupo Banco Popular por actividad - 2008

Segmentación	Número de Clientes
Particulares	5.482.244
Banca masiva	3.998.065
Banca particulares	1.261.127
Banca personal	222.795
Usuario no financiero	257
Empresas	492.878
Microempresas	314.582
Pequeñas empresas	50.542
Mediana empresa	19.938
Gran empresa	6.505
Entidad no mercantil	50.192
Empresas no segmentadas	51.119
Otros	422.414
Autónomos	321.252
Comercios	101.162
TOTAL	6.397.536⁽¹⁾

¹ Se excluyen los clientes de Popular Banca Privada y Banco Popular Hipotecario.

3.1.1. Banca Comercial

La actividad de Banca Comercial se desarrolla principalmente en España y Portugal y, en menor medida, en Estados Unidos.

En España el negocio se desarrolla a través de los siguientes bancos:

- Banco Popular Español, que está implantado en todo el territorio nacional.
- Bancos filiales (Banco de Castilla, Banco de Crédito Balear, Banco de Galicia y Banco de Vasconia y Banco de Andalucía). A finales del 2008, tras la operación de fusión, los cuatro primeros quedaron integrados en Banco Popular Español. Banco de Andalucía se mantiene al margen de esta operación.

- Tres bancos especializados: uno en negocio hipotecario (Banco Popular Hipotecario), otro en Banca Privada (Popular Banca Privada) y otro que opera exclusivamente a través de Internet (bancopopular-e.com).

3.1.2. Banca de Particulares

La Banca de Particulares trata de ofrecer el mejor servicio a los clientes particulares, combinando la atención personalizada desde las sucursales con una sistemática multicanal de contactos comerciales. De esta forma se presentan a los clientes la gama de productos y servicios más adecuados a sus necesidades, transmitiéndoles al mismo tiempo un conocimiento y profesionalidad de alto valor añadido.

La oferta es segmentada para las distintas tipologías de clientes y su procedencia: Banca Personal, Particulares Nacionales, Trabajadores Extranjeros, Turismo Residencial y Red de Agentes. La actividad de Banca Personal se orienta especialmente a clientes con rentas medias-altas que, sin ser cliente de Banca Privada, demandan un servicio especialmente personalizado.

3.1.3. Banca de Empresas

El modelo de Banca de Empresas está dirigido principalmente a Microempresas y PYMEs. Se colabora financieramente en sus proyectos y actuaciones encaminadas a la mejora de la competitividad, tanto en los mercados nacionales como internacionales, favoreciendo el incremento de la capacidad productiva, la eficiencia y el crecimiento de las empresas.

Grupo Banco Popular aporta soluciones ágiles y reales a las PYMEs, adaptándose en cada momento a las circunstancias de su negocio.

3.1.4. Banca Privada

Se desarrolla principalmente a través de Popular Banca Privada, banco en el que el Grupo ostenta el 60% de su capital y derechos de voto. El 40% restante pertenece al banco luxemburgués *Dexia-BIL*. Esta Entidad se encuentra integrada en el Grupo como banco independiente y cuenta con una red comercial especializada compuesta por 27 oficinas. A través de gestores cualificados, los clientes tienen acceso a una amplia gama de servicios específicos que va desde la gestión de carteras de valores hasta el asesoramiento fiscal, legal, inmobiliario o de *corporate finance*.

3.2. Comunicación con el cliente

3.2.1. Medición de la calidad

Desde el año 2006, con el objetivo de facilitar la comunicación con el cliente, el Grupo integra los distintos canales de comunicación con sus clientes en un número de teléfono único de Banca Multicanal. Se ofrece así la

máxima accesibilidad a la información con independencia del objeto de la consulta. Además, el Grupo adapta su sistema de envío de las comunicaciones comerciales al canal preferente de contacto del cliente, ya sea carta, teléfono o correo electrónico.

La mejora constante de la satisfacción del cliente respecto a la calidad de los productos y servicios prestados es una máxima establecida en el Grupo. En este sentido, se trabaja en un sistema de monitorización de la calidad del servicio que pretende evaluar el grado de satisfacción de los clientes, estableciendo el gap entre el servicio esperado y el servicio recibido. Asimismo, permite conocer las variables identificadas por los clientes como más relevantes en la percepción de la Calidad de Servicio, situando comparativamente al Grupo frente a su competencia.

El proceso de medición de la calidad desarrollado por el Grupo comprende las siguientes fases:

FASE I: Detección de los factores e indicadores de calidad del servicio. Supone la creación de grupos de clientes para que opinen y comenten sus experiencias con el fin de identificar aquellas variables que consideren relevantes.

FASE II: Cuantificación de la importancia asignada a los indicadores. Con las variables de la fase anterior se determina la importancia asignada a cada una de ellas, estableciendo las "*Expectativas de Calidad*" para cada una de dichas variables.

FASE III: Valoración de la calidad de servicio ofertada. Se realizan encuestas mensuales, mediante teléfono o por Internet, que permiten disponer de indicadores de calidad percibida. En este ejercicio se han realizado entrevistas a más de 4.000 clientes de toda España, tanto Personas Físicas como Jurídicas, para obtener un *Índice Global de Calidad de Servicio* de los canales Internet Empresas, Internet Particulares, Banca por Móvil y Banca Telefónica.

En estas entrevistas se ha sondeado su opinión en referencia a factores de funcionalidad, seguridad, atención al cliente, nivel de información disponible y adecuación a las necesidades. El objetivo de este estudio es evaluar el grado de satisfacción de los clientes respecto a la calidad ofertada por el Grupo en relación a los

diferentes canales de acceso, lo que permitirá conocer su evolución y establecer las acciones correctoras que sean necesarias ante los puntos débiles detectados.

En función de los resultados obtenidos se fija como objetivo seguir mejorando la eficacia del *Contact Center* en la resolución de incidencias y el coste de las comisiones.

3.2.2. El tratamiento de la publicidad.

El Grupo asume el compromiso de facilitar a todos los clientes información veraz y precisa de las características y condiciones de sus productos y servicios, así como responder de forma rápida a todas las consultas y reclamaciones que dichos clientes puedan realizar.

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
- Utilidad de la publicidad para sus destinatarios

El Grupo se sujeta al *Código de Conducta Publicitaria de INVERCO* que recoge las normas deontológicas de la actuación publicitaria y asume voluntariamente el compromiso de garantizar rigurosamente la exactitud de todas sus comunicaciones comerciales.

La publicidad que, por cualquier medio, realicen las entidades de crédito pertenecientes al Grupo sobre operaciones, productos o servicios financieros en que se haga referencia a su coste o rendimiento para el público, está sometida al régimen de supervisión por parte de las instituciones públicas mencionadas bajo el epígrafe de "Sistemas de cumplimiento y control" del presente Informe.

De las 117 campañas publicitarias realizadas en 2008, 26 -un 22%- se sometieron a la aprobación por parte del Banco de España y 15 -el 13%- a la CNMV; en ambos casos el 100% de las que, por normativa, requerían este trámite. Diez fueron campañas de planes de pensiones o seguros de vida, sujetas a su regulación específica y el resto pertenecen a servicios financieros en las que no se hace referencia a su coste o rendimiento para el público y que por tanto no están sujetas a este trámite administrativo.

La actividad de Banco Popular, los Bancos filiales y otras sociedades emisoras como BPE Financiaciones y Popular Capital, como entidades que captan ahorro de inversores institucionales y 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.

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. Este folleto está disponible en el *Catálogo de Comunicaciones e Impresos* de Intranet para que las sucursales puedan imprimirlo. Igualmente, en la elaboración de la publicidad de planes de pensiones, además del *Código de Conducta Publicitaria de INVERCO*, se sigue la regulación específica al respecto. De la misma forma, en la elaboración de la publicidad de los planes de previsión se contempla estrictamente lo recogido en la normativa sobre publicidad de las EPSV.

Las entidades del Grupo no han sido objeto durante 2008 de ninguna resolución del Banco de España ni de la CNMV contraria a su actuación en materia de publicidad e información sobre los productos. Tampoco se han dictado resoluciones contrarias a su actividad por otras administraciones, ni ha sido objeto de ninguna multa o sanción por incumplimiento en materia de publicidad u otras comunicaciones de marketing de los productos que ofrece.

Además de la supervisión anteriormente mencionada, la implantación de la Directiva MiFID ha sido considerada por el Grupo una oportunidad comercial en línea con la estrategia de ser un Banco de Clientes, que tiene como seña de identidad el conocimiento del mismo.

El Comité MiFID ha seguido desarrollando sus trabajos y diseñando los planes concretos de actuación para su observación en la comercialización de sus productos y prestación de servicios de inversión, con el desarrollo de

las políticas de mejor ejecución, incentivos, condiciones generales y cumplimiento normativo. Asimismo, se han llevado a efecto los avances tecnológicos precisos para la aplicación generalizada de las normas de perfilación de clientes, test de conveniencia y de idoneidad, en los casos previstos por la red de sucursales. En la misma línea, en 2008, se ha desplegado un plan de formación de la red para la aplicación de la Directiva MiFID y sus normas de desarrollo y se ha mejorado la cápsula formativa correspondiente en Intranet.

3.3. Protección del cliente

3.3.1. Protección de Datos

El Grupo ha adoptado normas y procedimientos para garantizar la seguridad de sus sistemas informáticos y dar cumplimiento a las exigencias legales que establece la sociedad de la información, el comercio electrónico y el tratamiento de datos de carácter personal, tal y como se recoge en la documentación contractual.

Para garantizar la 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 y que se expone en el epígrafe “Sistema de Cumplimiento y Control”.

Además, todos los empleados conocen los criterios que conforman esta política, cuyo pilar reside en la confidencialidad de la información no pública que el Grupo posee sobre sus clientes y sus operaciones y que, a su vez, se encuentra recogida en Intranet.

3.3.2. Servicio de Atención al Cliente

La medición adecuada del grado de satisfacción de los clientes exige evaluar objetivamente la calidad operativa. En esta línea, el Grupo utiliza el mismo criterio con el que

publica las estadísticas el Servicio de Reclamaciones del Banco de España, relacionando el número de incidencias anuales con el volumen de negocio (Activos Totales Medios). Esta ratio permite relacionar la calidad operativa con la satisfacción del cliente.

El Servicio de Atención al Cliente canaliza las quejas y reclamaciones de los clientes frente al Grupo. La calidad del servicio es mejorada mediante la clasificación y estandarización de las quejas e incidencias recogidas por el Grupo, entendido como un sistema constante de evaluación, control y seguimiento que permita identificar los orígenes y motivos de las mismas y definiendo acciones correctoras específicas.

Durante 2008, más del 65% de las quejas y reclamaciones han sido presentadas por Internet o teléfono, mientras que tan solo el 18% han utilizado la carta. Cabe destacar que un 4,5% de los clientes que han presentado quejas o reclamaciones han utilizado la vía de las *Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC)* 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.

Por otra parte, si el cliente no se siente satisfecho con la contestación facilitada a su queja o reclamación 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, CNMV o DGS), dependiendo de la naturaleza del servicio o producto al que se refiera. Desde esta instancia, tras informar al Servicio de Atención al Cliente de esta circunstancia y solicitarle la presentación de alegaciones en un plazo de 15 días, se dictamina si ha habido incumplimiento de las buenas prácticas y usos bancarios.

En 2008, se han producido 7,09 quejas o reclamaciones por cada 10.000 clientes -0,49 más que en 2007-, y 1,59 por cada 100.000 operaciones, frente a las 1,50 recibidas año anterior.

Tabla 14. Incidencias de Grupo Banco Popular tramitadas a través del Banco de España - 2006/2008

	2008	2007	2006
A favor del reclamante	38	13	9
A favor del Banco	44	38	54
Sin pronunciamiento	9	1	11
TOTAL	91	52	74

Tabla 15. Tipología de las incidencias resueltas a través del Banco de España por Materias* - 2008

Materias	Número	%
Operaciones activas	20	21,98
Operaciones pasivas	36	39,56
Otros productos bancarios	18	19,78
Servicios de cobro y pago	12	13,19
Servicios de inversión	1	1,10
Varios	4	4,39
TOTAL	91	100

Tabla 16. Tipología de las incidencias resueltas por Motivos* - 2008

Motivos	Número	%
Comisiones y gastos	9	9,89
Intereses	7	7,69
Discrepancia apuntes	10	10,99
Otras cláusulas contractuales	23	25,27
Calidad del Servicio	18	19,78
Protección de datos	2	2,20
Varios	22	24,18
TOTAL	91	100

Tabla 17. Incidencias tramitadas a través de la CNMV - 2006/2008

Incidencias resueltas	2008	2007	2006
A favor del reclamante	8	3	2
A favor del Banco	12	10	8
Sin pronunciamiento	0	0	0
En vía judicial	1	0	0
TOTAL	21	13	10

En cuanto a la DGS, se tramitaron siete incidencias y los dictámenes fueron favorables a la entidad del Grupo en cinco casos. Respecto a los que no fueron favorables, en uno, se llegó a un acuerdo con el reclamante desistiendo en su reclamación y, en otro, la DGS no se pronunció por estimar que el asunto no estaba en el ámbito de sus competencias.

* Clasificación de la tipología de Incidencias de acuerdo con el criterio establecido por el Banco de España para todas las entidades financieras.

Quejas y reclamaciones con un interés específico

No discriminación hacia los clientes

Durante el año 2008, se han recibido en el Servicio de Atención al Cliente del Grupo 120 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 83 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 27, se pudo confirmar que la actuación del Banco había sido correcta y la queja no estaba justificada y en 10, el Servicio estimó que los clientes no habían sido tratados adecuadamente y dictaminó a su favor.

Intimidad del cliente

En el Grupo, todas las incidencias o comunicaciones de los clientes están centralizadas en el Servicio de Atención al Cliente, según lo dispuesto en la LOPD. Además, en el clausulado de todos los contratos se informa al cliente de los derechos que le atribuye dicha Ley en cuanto a la utilización de sus datos personales. En cuanto a los empleados, se mantiene la advertencia permanente acerca de la importancia del estricto cumplimiento de la LOPD.

Durante 2008, se han atendido las siguientes incidencias relacionadas con la intimidad del cliente.

Tabla 18. Incidencias y comunicaciones atendidas - 2008

Motivos	Número
Acceso a datos que figuran en nuestro registro	11
Solicitudes de no recibir publicidad	255
Cancelación de datos personales	138
Denegación de cesión de datos	27
TOTAL	431

En 2008, el Grupo ha recibido 8 requerimientos de información de la *Agencia de Protección de Datos* en relación con posibles infracciones a la LOPD y no ha sido objeto de ninguna inspección. Durante este mismo ejercicio se ha iniciado un procedimiento sancionador contra Banco Popular Español por una presunta infracción en materia de protección de datos. Además, se han recibido de la *Agencia de Protección de Datos* seis resoluciones de archivo respecto a requerimientos de información e inspecciones realizadas en ejercicios anteriores, una resolución de archivo en relación a un procedimiento sancionador iniciado en el año 2007, así como una resolución de un recurso de reposición por el

que se acordaba exonerar al Banco Popular Español de responsabilidad y dejar sin efecto la resolución dictada en el ejercicio 2008 por la que se imponía al Banco una multa de 60.101,21 euros.

El Servicio de Atención al Cliente ha recibido 166 quejas o reclamaciones de clientes relacionadas con los productos de previsión. De ellas, 66 se referían a Planes de Pensiones y 100 a Seguros. De estas últimas, 31 correspondían a seguros de vida, 7 a seguros de ahorro, 28 a seguros de amortización de préstamos, 13 a seguros de hogar, 2 a seguros de asistencia sanitaria, 1 a seguros de vehículos y 18 a seguros varios.

Tabla 19. Incidencias resueltas por el Servicio de Atención al Cliente - 2006/2008

	2008	2007	2006
Reclamaciones	2.608	1.379	1.641
Quejas	2.033	2.278	2.439
Consultas	711	591	528
TOTAL	5.352	4.248	4.608

Tabla 20. Tipología de reclamaciones y quejas resueltas por Materias * - 2007/2008

	2008		2007	
Materias	Número	%	Número	%
Operaciones activas	808	17,49	641	17,59
Operaciones pasivas	991	21,45	837	22,97
Otros productos bancarios	1.586	34,33	967	26,54
Servicios de cobro y pago	517	11,19	502	13,78
Servicios de inversión	210	4,55	194	5,32
Seguros de fondos de pensiones	146	3,16	148	4,06
Varios	362	7,83	355	9,74
TOTAL	4.620	100	3.644	100

Tabla 21. Tipología de las incidencias resueltas por Motivos* - 2007/2008

	2008		2007	
Motivos	Número	%	Número	%
Comisiones y gastos	1.396	30,22	777	21,32
Intereses	219	4,74	192	5,27
Discrepancia apuntes	296	6,41	287	7,88
Otras cláusulas contractuales	210	4,55	217	5,95
Calidad del servicio	1.325	28,68	1.165	31,97
Protección de datos	64	1,38	48	1,32
Siniestros	42	0,91	51	1,40
Varios	1.068	23,11	907	24,89
TOTAL	4.620	100	3.644	100

* Clasificación de la tipología de Incidencias de acuerdo con el criterio establecido por el Banco de España para todas las entidades financieras.

Tabla 22. Dictámenes del Servicio de Atención al Cliente del Grupo Banco Popular - 2006/2008

	2008		2007		2006	
Decisiones	Reclamaciones	Quejas	Reclamaciones	Quejas	Reclamaciones	Quejas
A favor del Banco	863	927	447	1.036	459	1.111
A favor del Reclamante	1.712	728	904	888	1.145	1.022
A favor de ambos	28	10	27	25	37	21
Sin pronunciamiento	-	368	-	329	-	285
En vía judicial	5	-	1	-	-	-
TOTAL	2.608	2.033	1.379	2.278	1.641	2.439

Tabla 23. Tiempo empleado en la resolución de incidencias (en porcentaje) - 2006/2008

	2008			2007			2006		
Días empleados en la resolución de incidencias (en días)	De 1 a 10	De 11 a 30	Más de 30	De 1 a 10	De 11 a 30	Más de 30	De 1 a 10	De 11 a 30	Más de 30
Reclamaciones	34,36	29,75	35,84	31,33	32,49	36,18	29,31	29,74	40,95
Quejas	50,72	24,59	24,69	49,78	27,39	22,83	44,61	28,62	26,77
Consultas	74,82	15,33	9,85	77,66	15,85	6,94	66,29	21,02	12,69
TOTAL	45,94	25,88	28,18	47,67	27,38	24,95	41,64	28,15	30,21

Tabla 24. Índice de calidad operativa - 2006/2008

Magnitudes	2008	2007	2006
Número de clientes (*)	6.412.923	6.440.483	6.304.033
Número de operaciones (*)	283.331.297	282.946.222	280.817.885
Número de incidencias (**)	5.352	4.248	4.608
Presentados ante Banco de España	91	62	74

(*) Número de clientes y operaciones referidos al Grupo Banco Popular en España. Se excluyen los clientes de la Of.Central y Servicios Centrales.

(**) Se incluyen las consultas y las sugerencias

3.4. Financiación responsable

El Grupo Banco Popular entiende que la Responsabilidad Social Corporativa debe extenderse a criterios de actuación que considera esenciales en el ejercicio de su actividad, tanto en lo referente a sus productos de activo, como en los criterios de protección al inversor en sus productos de pasivo.

En materia de financiación a clientes, el encarecimiento de su coste por la subida de tipos de interés este último año, la desaceleración del mercado inmobiliario y la situación de endeudamiento del sector privado han ocasionado una menor demanda de la financiación a través de créditos y préstamos hipotecarios. El Grupo se ha estado preparando para esta situación en los últimos años con el aumento de su cuota de empresas, en especial PYMES, con la ampliación de las redes de distribución de productos y con el incremento de productos e iniciativas dirigidas a su base de clientes.

Así, el crédito concedido por el Grupo ha crecido un 6% en 2008, concentrando su apoyo en las PYMES y las familias. El 44% del crédito se ha dirigido a las pequeñas y medianas empresas y el 32% a las familias. Otro ejemplo es el desarrollo de instrumentos de cobertura para los riesgos de tipo de interés que permitan a empresas y particulares la optimización de costes y la disminución de la exposición al riesgo de subida de tipos de interés.

3.4.1. Gestión de la morosidad

El Grupo dispone de una oficina dedicada a esta función en cada una de las Direcciones Territoriales y Bancos Filiales, así como otra a nivel central. El objetivo fundamental de estas unidades es la recuperación de los saldos calificados como morosos en el menor tiempo y en las mejores condiciones posibles. El *Centro de Análisis y Reclamación de Incumplimientos*, se encarga en primera instancia de su gestión, examina los riesgos en situación irregular y establece, de acuerdo con el análisis individualizado de las circunstancias particulares de cada cliente u operación, las estrategias de reclamación más eficaces. Además lleva a cabo, en coordinación con las sucursales, las gestiones oportunas que permitan su regularización.

Se utiliza en primer término la vía extrajudicial mediante la negociación con los deudores de forma directa o contratando los servicios de sociedades de recobro. Cuando esta acción amistosa no es suficiente, se hace necesario acudir a la vía judicial. Para ello se cuenta con los equipos jurídicos internos que están especializados en contencioso y que se complementan con una nutrida red de abogados externos a escala nacional cuando se estima necesario.

Para la adecuada gestión de la morosidad, el Grupo dispone de una aplicación informática interna, que permite un seguimiento puntual y preciso de la evolución de todos los riesgos morosos y en particular, de los procedimientos judiciales instados en reclamación de sus créditos.

La ratio de morosidad en 2008 ha sido del 2,71% para la actividad en España y 2,81% en términos consolidados, diferencia que obedece a la mayor morosidad en Portugal. La tasa de cobertura global de la morosidad, con garantías y provisiones, es del 159,4%.

3.5. Productos con especial beneficio social

Desde un punto de vista de negocio, el Grupo identifica cuatro grandes líneas de actuación: Banca Comercial, Gestión de Activos, Actividad Aseguradora y Actividad Institucional y de Mercados. El desarrollo de los contenidos y la evolución de cada una de estas líneas de negocio se presentan en el Informe Anual 2008. Dada la naturaleza estrictamente financiera de la actividad del Grupo, ninguna de éstas líneas de negocio genera un alto impacto directo significativo de carácter social ni medioambiental.

Dentro de cada una de estas líneas de negocio, se incluyen diversos productos y servicios con especial beneficio social que priman el apoyo a personas y colectivos socialmente menos favorecidos como herramientas para favorecer su integración. Se trata de instrumentos financieros cuyo principal objetivo, además de generar un beneficio económico, es la creación de una utilidad adicional de carácter social.

Tabla 25. Líneas de Negocio desglosadas por productos con especial beneficio social - 2008

BANCA COMERCIAL					
Área	Nombre del Producto/Servicio	Descripción	Beneficiarios	Valor monetario	% respecto al total del área
Medios de Pago	Visa Domund	Tarjetas de crédito	Personas Físicas	22.399.072 €	0,3%
	Visa Aldeas Infantiles Visa Mensajeros de la Paz Visa Women's World	Affinity. Un porcentaje de su consumo se destina a una ONG	o Personas Jurídicas		
Particulares Extranjeros	Programa Trabex	Servicios financieros adecuados a las necesidades específicas del colectivo inmigrante	Personas Físicas	436.626 clientes	57%
	Mundocredit		o Personas Jurídicas	39.182 clientes	5%
Financiaciones Preferentes	Convenios ICO(*)	Líneas de financiación preferente para PYMEs y sectores específicos	PYMEs y Trabajadores autónomos	471.833.184 €	0,51%
GESTIÓN DE ACTIVOS					
Área	Nombre del Producto/Servicio	Descripción	Beneficiarios	Valor monetario	% respecto al total del área
Fondos de Inversión	PBP BIOGEN, FI	Fondo de Inversión con carácter solidario	Personas Físicas o Personas Jurídicas	2.876.147 €	0,03%
Planes de Pensiones	Plan de Pensiones de Empleo para PYMEs	Plan de pensiones específico para PYMEs	PYMEs	34.207.043 €	0,88%
ACTIVIDAD ASEGURADORA					
Área	Nombre del Producto/Servicio	Descripción	Beneficiarios	Valor monetario	% respecto al total del área
Seguros	Euroriesgo Plus	Seguro de vida con cobertura adicional gratuita.	Personas Físicas	19.832.225 €	6,43%
	Protección de Pagos	Seguro que garantiza el pago de un préstamo en caso de desempleo o incapacidad temporal.	Personas Físicas	2.194.273 €	0,71%
	Plan de Ahorro Juvenil	Ahorro a medio o largo plazo, para futuras necesidades del menor de edad.	Personas Físicas	26.740.826 €	8,67%

(*) Detalladas de manera más extensa en Capítulo 6.

3.5.1. Inmigración

Programa Trabex

El Grupo es pionero en el desarrollo de actuaciones bancarias encaminadas a la atención de trabajadores extranjeros residentes en España. Desde 1987, 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 2008, el Grupo cuenta con 436.626 trabajadores extranjeros entre su clientela, frente a los 430.121 que presentaba en 2007. Estas cifras suponen un ritmo de crecimiento de 542 clientes mensuales y generan un volumen de negocio de 1.655 millones de euros, superando en 143 millones 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 Iberoamérica, Magreb y Europa del Este. Durante 2008 se han firmado acuerdos para el envío de remesas, que se suman a los ya existentes, con entidades de Ecuador, Bolivia, Bulgaria y Filipinas.
- **Transferencias Trabex a China:** En 2008 se han desarrollado y consolidado acuerdos con el *Industrial & Commercial Bank of China (ICBC)*, *Hang Seng Bank* y *Bank of East Asia*, permitiendo al Grupo Banco Popular poner a disposición de sus clientes servicios financieros de calidad, proporcionar asesoramiento (bancario y no bancario) y colaborar en la resolución de cualquier tipo de consulta o duda que les pueda surgir.
- **Seguro de Repatriación**, con amplias coberturas en caso 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 procedencia del trabajador extranjero permiten a éste adquirir una vivienda en su país con mejores condiciones financieras que las que obtendría en su país de origen, con la ventaja añadida de que desde el Grupo se gestionan todos los trámites bancarios relativos

a la financiación y compra de la vivienda sin necesidad de que el trabajador tenga que incurrir en gastos extraordinarios por desplazamiento. Además, al pagar en euros la cantidad prestada, elimina el riesgo de cambio de divisa. En 2008 se han firmado y desarrollado nuevos acuerdos hipotecarios que se añaden a los ya existentes por lo que, actualmente, se encuentran operativos acuerdos de estas características en Ecuador, República Dominicana, Hungría, Bulgaria, Marruecos y Rumanía.

Mundocredit

El flujo migratorio experimentado en los últimos años en España ha hecho necesaria la creación de una oficina especializada en atender al gran número de ciudadanos extranjeros residentes.

Los servicios que ofrece esta oficina se han diseñado teniendo en cuenta las necesidades específicas de este colectivo. Así, no sólo se les ofrece un amplio horario de atención al público, incluyendo los fines de semana, sino también todo tipo de productos bancarios como créditos, préstamos o envío de remesas. Para ello se han firmado y desarrollado acuerdos con el Banco de *Desarrollo Rumano*, *Société Générale Maroc (Marruecos)* y *Expresban de Bulgaria*.

Su red de oficinas cuenta con servicios especializados como cabinas de teléfono e Internet y asesoramiento en materias del sector inmobiliario, telefonía, viajes, motor, asesoría o bolsa de trabajo. Dentro de los servicios cabe destacar la colaboración que MundoCredit realiza con los *Centros de Participación e Integración de Inmigrantes (CEPI)* que consiste en la cesión de un empleado, un día a la semana, para resolver las dudas financieras que puedan tener los asistentes al centro.

Para dar un servicio más especializado y adecuado a las culturas de los diferentes países, MundoCredit cuenta entre su plantilla con empleados de 21 nacionalidades diferentes. En 2008 se han incorporado 148 nuevos empleados extranjeros, un 43% del total de la plantilla, que asciende a 347 personas.

El número de clientes a 31 de diciembre de 2008, es de 39.182 en comparación con los 11.305 del año 2007. El total de negocio es de más de 63 millones de euros: 26,5 millones de pasivo y 42,6 de activo.

MundoCredit cuenta con su propia red de sucursales, 59 oficinas activas en el territorio nacional. Una vez comprobada la creciente demanda del modelo, continuó su expansión mediante la apertura de nuevas oficinas en 2008. En concreto, se abrieron 21 oficinas que están operando de manera activa.

3.5.2. Mayores

Club senior

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

A los clientes del Club se les ofrecen condiciones especiales para obtener anticipos de su pensión a tipo de interés cero, un crédito en condiciones especiales, seis mensualidades de su pensión o el anticipo automático de la pensión el día 25 del mes anterior. Disponen también de servicios gratuitos como la banca a distancia, la domiciliación y devolución de recibos o el seguro de accidentes corporales hasta los 70 años.

Para ofrecer un servicio de valor y reforzar los servicios no financieros, se han formalizado en 2008 varias alianzas con otras compañías. Así, los miembros del Club disponen de múltiples ventajas en ámbitos como el ocio, el consumo, la seguridad y la salud.

La Comunidad Virtual del Club Senior

Club Senior ha continuado su labor de acercar las Nuevas Tecnologías a los mayores a través de su página web www.clubsenior.org, puesta en marcha desde finales de 2006, con el objetivo de incrementar el uso de Internet en un rango de edad poco "conectado". La página web es el escaparate de este programa en Internet en el que se resumen todos los contenidos financieros y las ventajas del Club. 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 del Grupo con los miembros del Club.

- Aportar herramientas de comunicación entre sus miembros: foros, chats, encuestas, consultorios de expertos.
- Facilitar canales catalogados por temas, foros y opiniones con posibilidad de buscar mensajes por usuario o por palabra clave.
- Poner a disposición un consultorio on-line de preguntas a diversos expertos -consultas médicas, legales, de reparaciones en el domicilio-, servicio que se prestaba anteriormente por teléfono.

3.5.3. Jóvenes

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, para estudiantes universitarios dentro del mismo rango de edad.

Durante el año 2008, el Grupo ha continuado poniendo énfasis en atender a sectores con dificultades para su bancarización, como el segmento de los jóvenes, apoyando su crecimiento personal y sus primeros pasos universitarios y de entrada en el mercado laboral. En esta línea, se han comercializado gran variedad de productos diseñados exclusivamente para facilitar la financiación de estudios, a través de préstamos con condiciones especiales: préstamo matrícula, crédito para realizar cursos de postgrado y master.

Se han potenciado también los créditos ofrecidos por el ICO tanto para ayuda al alquiler de vivienda como para la obtención del permiso de conducir, ayudando a los jóvenes a cubrir algunas de las necesidades más habituales.

3.5.4. Colectivos específicos

El Grupo Banco Popular, en su política de ofrecer servicios personalizados a sus clientes, oferta productos y servicios específicos para colectivos homogéneos -asociaciones de autónomos, agencias de viaje, profesionales liberales, residencias de la tercera edad- con el objetivo de satisfacer las necesidades financieras de grupos de actividad afín.

La fidelidad y vinculación de estos clientes con el Banco se potencia con el trato individualizado que se les presta, ya que son la última pieza de una cadena que comienza con la firma de un acuerdo de colaboración con un colectivo determinado y termina con la prestación de productos y servicios a sus asociados.

Así, el Grupo diseña productos y servicios diferentes según se trate de PYMEs o profesionales, reafirmando su vocación de ayuda al desarrollo del tejido empresarial, actuando con distintos colectivos con los que mantiene numerosos acuerdos de colaboración, tanto de ámbito nacional, como provincial o local.

Desde la firma del primer acuerdo de colaboración en 1991, el Grupo Banco Popular continúa fomentando la firma de nuevos acuerdos con el fin de incrementar las relaciones con las PYMEs y profesionales autónomos. Al cierre del 2008 y aparte de otros grupos señalados en este capítulo, el Grupo mantiene acuerdos con 110 colectivos de particulares y 70 empresas.

3.5.5. Productos de previsión

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

Euroriesgo Plus

Seguro de vida flexible, que ofrece varias opciones de contratación, con coberturas distintas en cada una de ellas más un anticipo de capital totalmente gratuito en caso de grave enfermedad. Las pólizas en cartera de Euroriesgo Plus a 31 de diciembre de 2008 ascienden a 2.904 por un total de 19,8 millones de euros.

Segmento para Protección de Pagos

Seguro cuya finalidad es garantizar el pago de la cuota de un préstamo, hipotecario o personal, suscrito por el asegurado con cualquiera de los bancos del Grupo en caso de desempleo o incapacidad temporal del titular. A 31 de diciembre de 2008 el número de pólizas ascendía a 31.703 por un importe total de 2,2 millones de euros.

Plan de Ahorro Juvenil

El Plan de Ahorro Juvenil, orientado a menores de edad, tiene como finalidad constituir un ahorro a medio o largo plazo destinado a hacer frente a futuras necesidades del menor como la financiación de estudios o la compra de la primera vivienda. El número de pólizas a 31 de diciembre de 2008 era de 67.226 por un total de 26,7 millones de euros

Planes de Pensiones

El Grupo 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 y perfiles específicos de cada persona. A finales de 2008, Europensiones ha lanzado el nuevo Fondo Europopular Capital, que invierte el 100% de su patrimonio en renta fija corto plazo con una duración de 6 meses.

Planes de Pensiones de Empleo para PYMEs

Ofrecen la posibilidad de construir un ahorro que sirva de complemento a la futura pensión de jubilación de sus empleados. Este producto permite a las PYMEs beneficiarse de las ventajas de un plan de empleo sin los inconvenientes de la formalización de uno propio. Además, la empresa se beneficia de ventajas fiscales.

A 31 de diciembre de 2008, 3.500 promotores tenían planes de pensiones contratados para 22.038 partícipes. Estos planes suponían un volumen superior a 34,7 millones de euros.

3.5.6. Medios de Pago

Englobadas en el grupo de las denominadas tarjetas *Visa Affinity*, se comercializan varias tarjetas que destinan parte de su beneficio a la institución u organización benéfica o solidaria que da nombre a la tarjeta. En concreto, se puede destinar un porcentaje de hasta un 35% de las cuotas anuales cobradas y/o un porcentaje del 0,5% sobre el total de consumo realizado por los usuarios de la tarjeta.

A 31 de diciembre de 2008, se encuentran operativas cuatro tarjetas diferentes de estas características, suscritas con Aldeas Infantiles, *Women's World Bank*, Domund y *Mensajeros de la Paz*. Se han emitido 12.177 tarjetas que han generado movimientos por valor de más de 22 millones de euros.

3.5.7. Colaboración con Bancos Internacionales de Desarrollo

En 2004, el Grupo formalizó un acuerdo con el *Banco Asiático de Desarrollo (BAD)*, para fomentar el comercio exterior con países asiáticos en vías de desarrollo 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.

Este acuerdo busca fomentar el comercio bilateral con los países de su ámbito y 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.

En 2008, el Grupo firmó una alianza estratégica con el *Banco Rumano de Desarrollo (BRD)* para financiar a los rumanos residentes en España la compra de viviendas en su país. El acuerdo permite la contratación de préstamos revolving, caracterizados por su flexibilidad de pago, por importes de hasta 100.000 euros, así como el envío de fondos a su país de origen a precios competitivos.

4. EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE SUS EMPLEADOS

4.1. Gestión de las personas

El éxito del Grupo Banco Popular se basa en la calidad y competencia de sus empleados. Por ello, la gestión de Recursos Humanos integra las funciones de Selección, Contratación, Formación, Gestión de personas, Relaciones Sindicales, Relaciones Laborales y Comunicación Interna en un clima de mutua y confiada comunicación abierta.

El equipo de Gestión de Personas, a través de su presencia en las distintas Direcciones Territoriales y Bancos Filiales, refleja la importancia de la cercanía entre el Grupo y las personas que trabajan en él. La actuación del departamento de Comunicación Interna encarna la importancia que se da a que los empleados sean tomados en cuenta como punto esencial del 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 el 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.

4.1.1. Selección y contratación

Para el Grupo tiene una importancia clave el capital humano y por ello, se aplica el máximo rigor en todos los procesos de selección, tanto en red comercial como en áreas específicas. Se exige el nivel de competencias adecuado al puesto y la etapa de carrera correspondiente, así como una clara alineación de los valores personales con los de la organización. El objetivo es atraer el mejor talento para acogerlo, desarrollarlo y generar vínculos de compromiso duraderos.

Todas las ofertas de trabajo susceptibles de cobertura externa se publican a través de diferentes medios, fundamentalmente portales de empleo y bolsas de trabajo de Universidades y Escuelas de Negocio, con el fin de promover el empleo a través de la oferta de prácticas.

En este sentido, conviene destacar las prácticas remuneradas que el Grupo concede a los alumnos de diversos centros educativos con las que ha firmado diferentes acuerdos, como es el caso de la *Universidad de San Luís*, *CUNEF*, *IESE* y *San Pablo CEU*. En 2008, el Grupo y la *Universidad de Comillas* han suscrito un convenio de colaboración que prolonga el acuerdo que ambas instituciones mantienen desde 2004, con el propósito de fomentar el empleo de los alumnos de la citada Universidad.

Con el fin de promover el empleo del colectivo de trabajadores extranjeros, se ha iniciado una línea de colaboración con diferentes Consulados. A lo largo del ejercicio, se han incorporado un total de 148 personas de diferentes nacionalidades en Mundocredit, entidad especializada en la atención a particulares extranjeros; debido a las diferentes culturas y nacionalidades que acoge, es un claro ejemplo de integración sociolaboral.

Respecto a las demandas de trabajo recibidas, por correo ordinario o electrónico y página web, se actúa siempre con criterios de profesionalidad e independencia, realizando la selección atendiendo a los méritos y capacidades, sin discriminar por razón de sexo, credo, raza, ideología o extracción social. En este sentido, el Grupo no ha sido objeto, durante 2008, de ningún incidente que haya supuesto un episodio de discriminación hacia ningún empleado, cliente o cualquier persona afectada por las actividades del Grupo.

Dentro de las acciones llevadas a cabo para la inserción laboral de personas discapacitadas, destaca la firma del *Convenio Inserta*, suscrito en enero de 2008 entre el Grupo y *Fundación ONCE*. Este acuerdo responde a la voluntad de ambas partes de favorecer la integración laboral directa de personas con discapacidad en grandes empresas. Hasta la fecha y de todas las candidaturas recibidas a través de esta vía, siete personas han participado en los procesos de selección y tres fueron seleccionadas para el puesto de administrativo-comercial de sucursales. Por otro lado, a través de la plataforma corporativa del Grupo que trabaja con la empresa *Sertel*, perteneciente al *Grupo Fundosa*, se han incorporado a lo largo del año dos personas con minusvalías a proyectos laborales desarrollados por dicha plataforma.

En esta línea de actuación, el Grupo participó en calidad de promotor en la *II Feria de Empleo para Personas con Discapacidad* celebrada en Madrid el pasado mes de noviembre. La Feria, organizada por la Consejería de Asuntos Sociales de la Comunidad de Madrid tiene por objeto facilitar a las personas con discapacidad el acceso al mercado laboral. Durante la misma el Grupo dispuso de un *stand* en el que informó de sus actividades, así como de la oferta dirigida a este colectivo; se estableció contacto directo con 389 candidatos.

Durante 2008, se han incorporado al Grupo 1.220 nuevos empleados, de los que el 58,06% son mujeres y el 41,94%

hombres. En cuanto a las bajas, han ascendido a 302; de los que el 62,58% son hombres y el 37,42% mujeres.

Con el fin de reforzar las distintas áreas del Grupo y para atender necesidades puntuales, en 2008 se contó con los servicios de 36 auxiliares administrativos contratados a través de dos de las principales empresas de trabajo temporal de España; quince de los contratos de servicios formalizados a esos efectos continúan en vigor.

En los cuadros siguientes, se exponen datos de los últimos tres años sobre diversos aspectos de la plantilla.

Tabla 26. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por sexo - 2006/2008

Distribución	2008	2007	2006
Hombres	10.297	10.517	10.286
Mujeres	4.772	4.521	3.770
TOTAL	15.069	15.038	14.056

Tabla 27. Distribución de empleados de los Bancos del Grupo en España por sexo - 2006/2008

Distribución	2008	2007	2006
Hombres	8.694	8.865	8.900
Mujeres	3.760	3.642	3.228
TOTAL	12.454	12.507	12.128

La plantilla de Banco Popular Portugal a diciembre de 2008 era de 1.276 personas, 35 más que el año anterior. Está compuesta por 955 hombres, 8 menos que en 2007, y 321 mujeres, 43 más que en dicho año. La edad media de los empleados es de 35,5 años y su antigüedad de 7,4.

También se ha incrementado la plantilla de TotalBank, filial del Grupo Banco Popular en Estados Unidos, que pasa de 267 personas en 2007 a 323 en el último ejercicio, con un incremento de 56 nuevos empleados. De la plantilla, el 67% son mujeres, 31 más que en 2007, y 107 hombres, 25 más. La edad media de los empleados es de 40 años y la antigüedad de 6.

Tabla 28. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular según fecha de incorporación - 2006/2008

	2008	2007	2006
Hombres	708	837	832
Mujeres	512	995	882
TOTAL	1.220	1.832	1.714

Tabla 29. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por tipo de contrato y empresa de contratación - 2006/2008

	2008			2007			2006		
	Contrato Indefinido	Contrato Temporal	Total	Contrato Indefinido	Contrato Temporal	Total	Contrato Indefinido	Contrato Temporal	Total
Banco Popular Español	8.004	124	8.128	7.669	420	8.089	7.523	341	7.864
Banco Andalucía	1.592	15	1.607	1.501	114	1.615	1.484	67	1.551
Banco Castilla	823	11	834	793	67	860	788	44	832
Banco Galicia	677	10	687	673	33	706	668	34	702
Banco Crédito Balear	366	9	375	354	17	371	360	6	366
Banco Vasconia	506	11	517	481	38	519	486	13	499
bancopopular-e	108	1	109	121	10	131	104	9	113
Popular Banca Privada	183	2	185	189	6	195	172	5	177
Banco Popular Hipotecario	12	-	12	20	1	21	22	2	24
TOTAL	12.271	183	12.454	11.801	706	12.507	11.607	521	12.128

Tabla 30. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por colectivos y empresa de contratación - 2007/2008

	2008				2007			
	Técnicos	Admvos	Servicios Generales	Total	Técnicos	Admvos	Servicios Generales	Total
Banco Popular Español	5.786	2.318	24	8.128	5.535	2.527	27	8.089
Banco Andalucía	1.010	597	-	1.607	987	628	-	1.615
Banco Castilla	585	248	1	834	572	288	-	860
Banco Galicia	490	196	1	687	488	217	1	706
Banco Crédito Balear	292	83	-	375	291	80	-	371
Banco Vasconia	415	102	-	517	399	120	-	519
bancopopular-e	76	33	-	109	92	39	-	131
Popular Banca Privada	158	26	1	185	163	31	1	195
Banco Popular Hipotecario	8	4	-	12	16	5	-	21
TOTAL	8.820	3.607	27	12.454	8.543	3.935	29	12.507

Tabla 31. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por Comunidad Autónoma, grupos de edad y sexo - 2008

ANDALUCIA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	215	677	723	1.615
Mujer	271	320	54	645
	486	997	777	2.260
ARAGON				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	11	46	42	99
Mujer	19	50	0	69
	30	96	42	168
ASTURIAS				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	18	63	63	144
Mujer	14	42	0	56
	32	105	63	200
BALEARES				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	30	134	96	260
Mujer	32	83	15	130
	62	217	111	390
CANARIAS				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	21	104	57	182
Mujer	42	80	3	125
	63	184	60	307
CANTABRIA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	6	19	16	41
Mujer	1	14	1	16
	7	33	17	57
CASTILLA-LEON				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	100	380	275	755
Mujer	103	125	3	231
	203	505	278	986
CASTILLA-LA MANCHA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	38	90	74	202
Mujer	42	35	0	77
	80	125	74	279
CATALUÑA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	111	338	584	1.033
Mujer	175	191	30	396
	286	529	614	1.429
CEUTA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	1	2	3	6
Mujer	2	2	0	4
	3	4	3	10
EXTREMADURA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	17	57	22	96
Mujer	14	18	1	33
	31	75	23	129
GALICIA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	62	383	230	675
Mujer	78	145	9	232
	140	528	239	907

Tabla 31. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por Comunidad Autónoma, grupos de edad y sexo - 2008 (cont)

LA RIOJA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	12	23	22	57
Mujer	19	11	1	31
	31	34	23	88
MADRID				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	274	1.006	850	2.130
Mujer	322	628	99	1.049
	596	1.634	949	3.179
MELILLA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	2	3	6	11
Mujer	0	0	0	0
	2	3	6	11
MURCIA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	26	80	93	199
Mujer	34	57	3	94
	60	137	96	293
NAVARRA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	23	73	109	205
Mujer	30	43	1	74
	53	116	110	279
PAIS VASCO				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	30	124	156	310
Mujer	36	100	7	143
	66	224	163	453
VALENCIA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	75	263	336	674
Mujer	119	226	10	355
	194	489	346	1.029
TOTAL GRUPO	2.425	6.035	3.994	12.454

El índice de rotación media de la plantilla del Grupo Banco Popular en España durante el ejercicio 2008 y respecto del personal con contrato indefinido es de 2,25%, frente al 4,76% en 2007.

Tabla 32. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por edad, índice de rotación y sexo - 2008

	Menos de 30 años	De 30 a 50 años	Más de 50 años	TOTAL
Hombre	5,10	2,32	0,93	2,01
Mujer	4,91	1,87	1,15	2,86
TOTAL	5,00	2,16	0,95	2,25

Tabla 33. Índice de rotación de los empleados del Grupo Banco Popular por Comunidades Autónomas, grupos de edad y sexo - 2008

ANDALUCIA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	5,31	1,56	0,91	1,72
Mujer	4,23	3,52	1,75	3,65
	4,71	2,20	0,97	2,26
ARAGON				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	6,67	6,12	0	3,77
Mujer	0	4,08	0	3,13
	3,33	5,10	0	3,53
ASTURIAS				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	0	0	1,49	0,70
Mujer	7,14	0	0	7,14
	3,13	0	1,49	0,99
BALEARES				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	5,26	0,74	0	0,78
Mujer	0	4,65	0	3,15
	2,27	2,25	0	1,57
CANARIAS				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	0	6,48	3,03	4,66
Mujer	13,33	0	0	4,80
	7,58	3,80	2,86	4,72
CANTABRIA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	16,67	4,76	0	4,55
Mujer	0	0	0	0
	11,11	3,13	0	3,39
CASTILLA-LEON				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	9,52	2,96	1,37	3,07
Mujer	6,19	0,78	0	3,06
	7,73	2,43	1,35	3,06
CASTILLA-LA MANCHA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	2,86	0	2,38	1,44
Mujer	8,82	2,94	0	5,88
	5,80	0,81	2,38	2,53
CATALUÑA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	2,15	1,46	0,98	1,24
Mujer	4,11	1,02	0	2,13
	3,35	1,30	0,93	1,47
CEUTA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	33,33	0	0	14,29
Mujer	0	0	0	0
	33,33	0	0	10,00
EXTREMADURA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	0	0	3,85	0,89
Mujer	0	0	0	0
	0	0	3,70	0,71
GALICIA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	7,94	2,34	1,23	2,46
Mujer	9,33	1,31	0,00	3,80
	8,70	2,04	1,19	2,80

Tabla 33. Índice de rotación de los empleados del Grupo Banco Popular por Comunidades Autónomas, grupos de edad y sexo - 2008 (cont.)

LA RIOJA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	8,33	4,76	0	3,57
Mujer	5,26	0	0	2,94
	6,45	2,86	0	3,33
MADRID				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	5,41	2,93	0,66	2,22
Mujer	6,30	2,76	0	3,41
	5,89	2,86	0,59	2,60
MELILLA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	0	0	0	0
Mujer	0	0	0	0
	0	0	0	0
MURCIA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	11,11	9,21	0,95	5,03
Mujer	4,35	0	0	1,30
	7,32	5,51	0,93	3,99
NAVARRA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	11,76	1,33	0	1,44
Mujer	8,70	0	0	2,94
	10,00	0,84	0	1,81
PAIS VASCO				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	4,17	4,69	1,22	2,85
Mujer	8,57	5,05	20,00	6,94
	6,78	4,85	2,30	4,13
VALENCIA				
SEXO	< 30 años	De 30 a 50 años	>50 años	TOTAL
Hombre	0	2,33	1,93	1,92
Mujer	2,02	0,91	0	1,21
	1,27	1,67	1,88	1,69

Tabla 34. Ratio salarial Mujer/Hombre - 2008

Colectivo	Salario Mujer vs. Hombre
Directores	85,16%
Técnicos	81,28%
Administrativos	77,90%

Años de antigüedad en la empresa		
Colectivo	Hombre	Mujer
Directores	4,60	2,48
Técnicos	5,61	2,67
Administrativos	8,99	2,95

La diferencia de ratio de salario hombre/mujer guarda relación directa con el tiempo de permanencia en la categoría profesional (Director, Técnico, Administrativo). Se trata por tanto de una diferencia salarial derivada de los complementos y no del salario base.

4.1.2. Formación

En un entorno de negocio tan cambiante y competitivo, la formación juega un papel estratégico para el desarrollo de los proyectos del Grupo. Constituye un elemento que preserva los valores corporativos y proporciona pautas de innovación para afrontar nuevos retos.

En esta línea, la formación contribuye a la puesta en marcha de las iniciativas de la dirección del Grupo, tanto en la difusión de las orientaciones sobre el negocio y la política comercial, como en la gestión de sus Recursos Humanos.

El Grupo apuesta firmemente por la formación de su plantilla, posibilitando que el 96% de la misma haya realizado algún tipo de acción formativa durante 2008.

Criterios generales de actuación

- Plan de Formación único, vertebrado de modo corporativo.
- Universalidad, dirigido a todos los profesionales del Grupo.
- Ayuda al desarrollo profesional, combinando de forma adecuada conocimientos y habilidades.
- Búsqueda de implicación y compromiso de cada persona con su proceso de desarrollo.
- Uso equilibrado de distintos canales formativos: presencial, a distancia, *e-learning*.

- Objetivos y contenidos enmarcados según criterios de negocio y de gestión de personas.
- Transversalidad de programas en diversas áreas sirviendo de nexo corporativo.

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 actuación de Formación y Desarrollo son:

- Planes de Formación según función, puesto y responsabilidad: Nuevos Empleados, Directores, Interventores, Gestores de Banca Personal, Gestores de Banca de Empresas, Técnicos Comerciales, Promotores de Negocio y Técnicos de Servicios Centrales.
- Formación destinada al desarrollo del negocio y áreas especializadas.
- Formación dirigida al desarrollo de carrera y potencial profesional.
- Formación orientada al Desarrollo Directivo.

Participar en este tipo de programas conlleva la realización de itinerarios formativos a través de distintas metodologías de aprendizaje presencial, a distancia y *on-line*.

A continuación, se exponen el número de programas que, durante 2008, se han realizado en cada una de las distintas áreas, así como los participantes en las mismas.

Tabla 35. Programas de Formación y participantes - 2008

Programa	Número de Programas	Participantes
Planes de Formación	474	7.215
Desarrollo de Negocio y áreas especiales	416	9.537
Desarrollo de carrera y potencial	66	1.148
Desarrollo Directivo	38	591
TOTAL	994	18.491

Tabla 36. Formación en idiomas - 2008

Idioma	Participantes
Inglés	351
Portugués	28
Francés	16
Alemán	4
TOTAL	399

Dentro de la Formación según puesto y responsabilidad, destaca el programa de carrera diseñado específicamente para los profesionales de MundoCredit, entidad del Grupo especializada en la atención del colectivo de trabajadores extranjeros residentes en España. Este programa abarca, tanto contenidos de tipo operativo como habilidades comerciales, a la vez que transmite los valores y cultura de la organización. Se han formado así profesionales de más de 20 nacionalidades. En Mundocredit, de los 224 empleados extranjeros, 12 ocupan puestos de responsabilidad en las oficinas. Esta iniciativa lleva funcionando desde que se hizo necesaria la creación de una red de oficinas especializada en atender al gran número de ciudadanos extranjeros residentes en España.

La formación para el desarrollo de potencial profesional ocupa igualmente un lugar destacado en el modelo formativo del Grupo. Anticipa las habilidades y el desarrollo de competencias directivas en aquellos profesionales que ocuparán puestos de mayor responsabilidad en la Organización. El *Proyecto Avanza* es un claro ejemplo de este tipo de programas.

En dicho Proyecto participaron 300 profesionales de la red de sucursales, susceptibles de ser nombrados Directores a corto y medio plazo. El programa se estructuró en siete módulos presenciales, completando 115 horas de formación en competencias estratégicas. Se desarrollaron aspectos ligados a la función directiva tales como iniciativa, comunicación, trabajo en equipo, implicación, gestión de personas y compromiso.

Como cierre del programa, se organizó una sesión de clausura con el fin de resumir toda la trayectoria de aprendizaje en el mensaje "Plantar para crecer". En apoyo a la política medioambiental del Grupo, los participantes repasaron los contenidos del programa a través de una actividad de intervención en el medio socioambiental; actividad que se describe con detalle en el apartado de Medio Ambiente.

Por otra parte, un total de 978 personas, un 7,85% de la plantilla, han recibido 5.179 horas de formación sobre políticas y procedimientos relacionados con aspectos de los derechos humanos relevantes para la actividad que desarrollan.

Respecto a la preparación del 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 100% del personal de seguridad tiene formación en esta materia.

El portal de formación: Formanova

Dentro de los recursos metodológicos más innovadores para formación, destaca Formanova, el portal de formación del Grupo. A través de este espacio virtual, todos los empleados pueden acceder a información sobre cualquier aspecto del plan de formación. También pueden profundizar individualmente en diversos temas que resulten de interés para su desarrollo profesional. Los distintos contenidos se presentan en diversos formatos interactivos, descritos a continuación.

Cápsulas Formativas. Representan un método de información-formación directo e intuitivo, que proporciona contenidos útiles en la gestión diaria. De contenido diverso, desde conocimientos técnico-financieros a destrezas y habilidades de gestión. El acceso a los contenidos se facilita a través de un buscador temático. Durante el año 2008, se han creado o actualizado las siguientes cápsulas formativas:

- **Responsabilidad Social Corporativa:** Sensibiliza ante la importancia de las acciones de las organizaciones que contribuyen al desarrollo social y la sostenibilidad medioambiental. Describe además la política y las actuaciones más señaladas del Grupo en estas materias.
- **SEPA:** Da a conocer los aspectos fundamentales sobre el proyecto relativo al *Área Única de Pagos en Euros*, sus distintas fases, el entorno en el que se desarrolla y el efecto en el Grupo y su clientela.
- **Evaluación del Desempeño:** Contiene un *Sistema de Evaluación del Desempeño* basado en el análisis de competencias profesionales. Sus principales objetivos son potenciar el desarrollo personal y profesional de todos los empleados de la Organización y definir planes de desarrollo individuales basados en la generación de acciones de apoyo personalizadas.

- **Cápsula Formativa sobre la Ley Orgánica de Protección de Datos y el Reglamento de Medidas de Seguridad:** Sensibiliza a los empleados sobre el tratamiento y protección de datos de carácter personal, facilitando el conocimiento y aplicación de la normativa y ofreciendo pautas prácticas a seguir por todos los profesionales del Grupo.
- **Banca por Internet para Empresas:** Forma a los empleados para que puedan asesorar sobre el uso del portal de Banca por Internet para Empresas que ofrece el Grupo y sobre las transacciones más comunes que se pueden realizar a través de Banca por Internet.
- **Directiva sobre Mercados de Instrumentos Financieros (Mifid):** Orienta sobre cómo afecta dicha Directiva a la consideración de clientes y a la comercialización de productos, indicando cómo se interpreta en la gestión comercial del Grupo.
- **Idiomas:** En este apartado del Portal de Formación se pueden realizar ejercicios de idiomas, en inglés y alemán, con el fin de actualizar el conocimiento de estas lenguas.

Manuales, documentos internos, diccionarios. El portal contiene un amplio conjunto de textos de consulta, compuesto por manuales de procedimiento, documentos internos de normativa y operaciones y diccionarios

financieros y de idiomas. El uso de estos documentos interactivos contribuye a mejorar la función profesional y constituyen herramientas que optimizan el desempeño de cada empleado.

Destaca el *Catálogo de Productos y Servicios Bancarios*. Este recurso recoge todos los productos y servicios que comercializa el Grupo y ofrece además argumentarios de venta. La referencia a la normativa *Mifid*, establecida para vigilar la transparencia de la actividad comercial y protección a los clientes, está presente en todos los capítulos que componen el Catálogo. Dispone además de motores de búsqueda que permiten, no sólo aprender más sobre sus contenidos sino servirse de una información actualizada y exhaustiva con la que atender a los clientes.

Bibliotecas de Management y Responsabilidad Social Corporativa. A través del Portal de Formación, todos los empleados pueden solicitar para su lectura y consulta un conjunto de obras significativas sobre Gestión Empresarial, Responsabilidad Social y Medio Ambiente.

En 2008, se incorporaron títulos relacionados con Responsabilidad Social y Medio Ambiente, de los que se hablará en epígrafes posteriores, como una de las medidas de concienciación introducidas por el Grupo en temas de sostenibilidad.

Tabla 37. Datos de Formación del Grupo Banco Popular - 2006/2008

		2008	2007	2006
Edad Media de Alumnos		36,68	36,03	38,50
	Hombres	40,00	39,10	41,60
	Mujeres	30,60	30,30	31,10
Asistentes más de una vez al año		39.945	35.837	25.233
Sexo				
	Hombres	24.937	21.502	16.445
	Mujeres	15.008	14.335	8.788
Categoría				
	Técnicos	26.948	27.236	16.852
	Administrativos	12.997	8.601	8.381
Asistentes a formación por primera vez		12.591	12.135	9.943
Sexo				
	Hombres	8.248	8.154	7.036
	Mujeres	4.343	3.981	2.907
Categoría				
	Técnicos	8.316	7.845	6.699
	Administrativos	4.275	4.290	3.244
Horas presenciales		501.589	456.268	405.793
Sexo				
	Hombres	331.049	273.761	264.466
	Mujeres	170.540	182.507	141.327
Categoría				
	Técnicos	416.319	346.764	271.011
	Administrativos	85.270	109.504	134.782
Horas a distancia		129.300	334.152	205.820
Sexo				
	Hombres	54.306	200.491	134.138
	Mujeres	74.994	133.661	71.682
Categoría				
	Técnicos	16.809	253.956	137.458
	Administrativos	112.491	80.196	68.362
INVERSIÓN EN FORMACION - TOTAL BANCOS		7.615.556	6.912.471	6.316.400
% PLANTILLA EN FORMACIÓN		96	94	85

Según estos datos, a lo largo de 2008, se ha impartido una media de 47,2 horas/técnico y 23,6 horas/administrativo de formación presencial, mientras que en formación a distancia las cifras ascienden a 1,9 horas/técnico y 31,1 horas/administrativo.

El Grupo recibe todos los años subvenciones de la *Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo* para formar a la práctica totalidad de su plantilla. Dicha Fundación, es una entidad estatal encargada de impulsar y coordinar la ejecución de las políticas públicas en materia de Formación Profesional, tanto en el ámbito del empleo, como en el de las relaciones laborales. Durante este ejercicio, el Grupo obtuvo en ayudas a la formación 1.361.887 euros, frente a los 1.278.420 del año anterior; como en años anteriores, la dotación se ha suscrito totalmente.

4.1.3. 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 este proceso, 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 los Recursos Humanos.

La promoción es consecuencia del proceso de formación continuada, teórica y práctica. Se sustenta, en todo caso, en criterios profesionales de mérito y capacidad. La gran mayoría de los directivos 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 2008, el Grupo contaba con un total de 6 Directores Generales, 3 Directores Generales Adjuntos y 15 Subdirectores Generales, todos ellos de nacionalidad española. En cuanto a Banco Popular Portugal, el máximo ejecutivo es de nacionalidad portuguesa; en TotalBank, es español.

Las posibilidades de promoción del personal en el Grupo se ven potenciadas por un conjunto de factores que forman parte de la propia cultura corporativa; entre éstos destacan:

- El crecimiento sostenido del Grupo.
- La utilización de la cantera propia para cubrir los puestos de responsabilidad.
- 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 últimos tres años:

Tabla 38. Distribución de ascensos del Grupo Banco Popular - 2008

		Empleados		Ascensos	
		Número	%	Número	%
2008	Hombres	8.694	69,81	1.058	58,71
	Mujeres	3.760	30,19	744	41,29
TOTAL		12.454	100	1.802	100
2007	Hombres	8.865	70,88	1.192	59,06
	Mujeres	3.642	29,12	826	40,94
TOTAL		12.507	100	2.018	100
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

4.1.4. Remuneración

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 1.808,38 euros brutos mensuales; 1.208,38 euros más elevado que el salario mínimo interprofesional, que asciende a 600 euros mensuales.

Los costes totales de personal en el Grupo ascendieron en 2008 a 818.142 miles de euros (70.831 miles de euros más que el año anterior), de los que 617.781 miles de euros corresponden a sueldos y salarios, 142.379 miles de euros a cuotas de la Seguridad Social, 31.817 miles de euros a pensiones y 26.165 miles de euros a otros gastos de personal.

Política retributiva

El *Nuevo Sistema Retributivo* pretende alinear la política retributiva con la estrategia de negocio. Para alcanzar este objetivo, el Grupo profundiza en la transformación cultural y del negocio ya iniciada, conservando los valores que han hecho de Popular una marca diferenciada para clientes y empleados.

En 2006 se realizó una *Encuesta de Satisfacción Laboral* a todos los empleados con el objetivo de conocer su percepción acerca de cuestiones claves sobre la organización y el desarrollo del negocio. La consulta permitió conocer los aspectos mejor considerados por

parte de la plantilla, así como los que necesitarían ser mejorados. De esta encuesta resultaron algunos puntos de mejora: las retribuciones deberían reflejar mejor los resultados de la Organización, la compensación total debería estar más alineada con el entorno de mercado y la movilidad geográfica debería estar mejor gestionada y compensada.

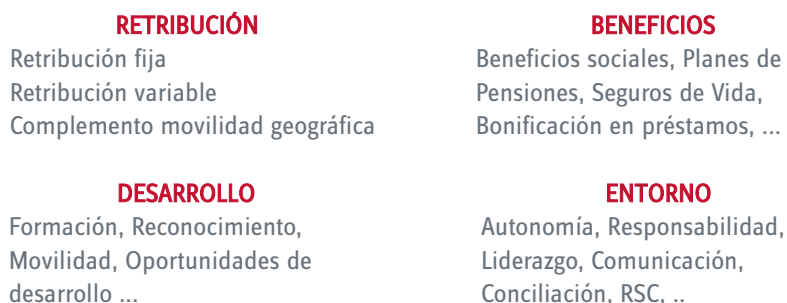
Consecuentemente se revisó la política retributiva con el objetivo señalado de retribuir mejor a cada empleado, de forma más equitativa y competitiva. Fruto de ello se creó un nuevo sistema retributivo para todos los Bancos que integran el Grupo, basado en los siguientes pilares:

- Claridad y transparencia en los sistemas y criterios de gestión de personas.
- Énfasis en la compensación total.
- Competitividad en el mercado. El nuevo sistema incorpora referencias retributivas externas para cada puesto y para cada etapa de carrera, tanto en retribución fija como en retribución variable.
- Equidad y diferenciación para los mejores desempeños.
- Mayor peso de la retribución ligada a resultados.
- Agilidad en la gestión, incrementando el nivel de descentralización y autonomía actual.

Una vez diseñado el nuevo sistema y antes de su implantación, se inició un proceso de comunicación a toda la plantilla. Con el fin de plantear la adhesión al nuevo sistema y conocer mejor los datos personales, de formación de carrera o de movilidad geográfica, se mantiene una entrevista individualizada con cada uno de los profesionales del Grupo.

Aunque ya formaba parte de la política retributiva, el nuevo sistema incide en el concepto de compensación total, concepto que supera claramente al de retribución, comprendiendo los siguientes apartados:

Figura 5. Principios del Sistema de Retribución Variable



Retribución Fija. Se sustituye el pacto individual por un complemento voluntario y se dirige al colectivo de Técnicos Apoderados. El complemento voluntario se calcula atendiendo a las referencias retributivas externas resultantes del puesto y etapa profesional de cada persona, además de tener en cuenta su nivel de desempeño.

Retribución Variable. Se articula un nuevo sistema de *Bonus*, tanto para la red comercial como para los Servicios Centrales, donde convivirán varios subsistemas concretos adaptados a las especificidades del trabajo y funciones de cada departamento o unidad de negocio.

Complemento de Movilidad Geográfica. El complemento para mejorar la compensación de la movilidad geográfica real por parte de aquellos empleados que la asumen a lo largo de su carrera al aceptar un nuevo proyecto profesional.

Tras la implantación con éxito del *Nuevo Sistema Retributivo* en los bancos del Grupo en España, el sistema se extendió durante el año 2008 a las siguientes sociedades del Grupo: Eurovida, Europensiones, Popular de Mediación, Popular Gestión Privada, Popular Gestión, Popular Bolsa, Popular de Renting y Popular de Factoring.

La implantación se inició en el último trimestre del año, una vez realizado en las distintas sociedades el correspondiente proceso de presentación y comunicación del nuevo modelo retributivo. El proceso de adhesión se completará en 2009.

Sistema de Evaluación del Desempeño

Entre las cuestiones más valoradas en la *Encuesta de Satisfacción Laboral* realizada en 2006 los empleados destacaron su percepción sobre cómo su trabajo contribuía al éxito del Grupo, la concreción sobre sus responsabilidades y la satisfacción personal por el trabajo que realizaban. Las peores valoraciones recayeron sobre la compensación y la gestión de la movilidad, si bien en cuanto a este último aspecto, la mayoría de los empleados percibieron 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 de 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 epígrafe relativo a la Política Retributiva.

Como consecuencia de la nueva política, el Grupo trabajó en 2007 en la implementación de un nuevo sistema de evaluación del desempeño por competencias para la red comercial, que modificó el anterior. Este modelo es aplicable a:

- Valoración de personas, procurando la mejor ubicación de cada persona en su puesto y etapa profesional.
- Gestión de personas, mejorando la adecuación personal.
- Determinación de puestos en base a los requerimientos del mismo y el perfil competencial obtenido.
- Formación y desarrollo, definiendo itinerarios formativos acordes al desarrollo de competencias derivado de la evaluación.
- Retribución fija, resultando de la evaluación un estándar de desempeño para cada profesional que, junto con la posición relativa a la referencia de mercado, definirán la revisión del complemento voluntario.

En 2008, se ha puesto en marcha el formato electrónico de la evaluación por competencias, posibilitando que las evaluaciones se realicen a través del Portal del Empleado, cargando automáticamente el perfil competencial correspondiente al puesto y etapa profesional de cada empleado. Durante 2008 han sido evaluadas 8.012 personas, el 64,4% de la plantilla del Grupo en España.

Durante este ejercicio, tras la actualización en el año 2007 del sistema de evaluación del desempeño y su implantación en la red comercial, se amplió a los Servicios Centrales del Grupo. En esta ocasión, la heterogeneidad de los Servicios Centrales originó la necesidad de analizar en profundidad las competencias asignadas a este colectivo, contando para ello con la colaboración de directivos procedentes de diversas áreas de Servicios Centrales. Estos directivos analizaron y valoraron la conveniencia de asumir, modificar o introducir competencias y comportamientos adicionales en base a las tareas propias de estos servicios.

Las aportaciones de los participantes fueron esenciales para consensuar las competencias adoptadas. Los grupos de trabajo mantuvieron las competencias ya asignadas a la red comercial pero introdujeron variaciones en cuanto a comportamientos y etapas de carrera que reflejan la singularidad de las funciones desempeñadas en Servicios Centrales.

En este sentido, la asignación de competencias específicas a puestos y etapas de carrera se realizó en base a las familias de puestos definidas en el *Nuevo Sistema Retributivo*.

La implantación secuenciada de la *Evaluación por Competencias*, en un primer momento en la red comercial y a continuación en los Servicios Centrales, ha sido muy positiva ya que ha posibilitado la incorporación de mejoras dando lugar a la optimización de la gestión de la herramienta, así como a un mejor reflejo de la información recogida en la aplicación de Recursos Humanos *HR Access*.

La Evaluación por Competencias permitirá obtener los primeros análisis y estimaciones de las fortalezas y debilidades de la plantilla, con el fin último de detectar talento en base a criterios objetivos y estar por tanto en posición de vincular de manera objetiva la retribución al desempeño.

Cada una de estas competencias está descrita en comportamientos diferentes y se adaptan dependiendo de la etapa profesional en la que se encuentre el empleado. La evaluación de las competencias a cada profesional permite medir el nivel de desempeño con el que ejerce su puesto en una etapa de su carrera concreta o, si procede, reclasificarlo a una etapa diferente atendiendo a los indicadores resultantes de la evaluación. La ponderación asignada a las competencias estratégicas es de un 70%, mientras que a las específicas es de un 30%.

La evaluación de competencias consta de una fase abierta en la que, tanto evaluador como evaluado, pueden compartir opiniones sobre la evaluación, que servirá de referente para alinear el comportamiento del empleado con lo que se espera de él. De esta forma, la evaluación se constituye como una herramienta de comunicación interna en la organización, así como una palanca para la gestión del cambio.

Paralelamente a la implantación del *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 transmitir los criterios que deben tenerse en cuenta y aclarar las posibles dudas en su realización.

4.1.5. Beneficios sociales

Desde julio de 2003, los empleados tienen a su disposición la *Guía de Beneficios Sociales*, tanto en Intranet, como en el Portal del Empleado. En la Guía se pueden consultar los diversos beneficios de índole económico y social puestos a disposición de los empleados y de sus familias. Las condiciones de estos beneficios se revisan con cierta periodicidad para ajustarlas a la situación económica de cada momento.

Entre estos beneficios, destacan 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.

La igualdad de trato entre hombres y mujeres: *Plan de Igualdad 2008*

La igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres constituye un principio fundamental e irrenunciable para el Grupo, cuya aplicación se refleja en todas sus políticas y actuaciones. Este año ha tenido un protagonismo especial a través del *Plan de Igualdad 2008*. Elaborado en el marco de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, el Plan reafirma la continuidad de la Dirección del Grupo en su compromiso con este principio básico.

La redacción del *Plan de Igualdad* ha partido de la realización de un diagnóstico de la composición de la plantilla del Grupo, desde una perspectiva de género. Este diagnóstico ha sido consensuado con la representación sindical que ha participado de una manera activa, durante todo el proceso, en los análisis y estudios que han servido de base para la obtención del mismo.

El *Plan de Igualdad* responde, por tanto, a las conversaciones y negociaciones mantenidas con los sindicatos, que se iniciaron formalmente el 22 de mayo de 2008 y culminaron el 22 de diciembre, con la firma de un acuerdo entre la dirección del Grupo Banco Popular y el 100% de la representación sindical.

Se contempla la aplicación de 50 medidas y acciones vinculadas a las áreas de Selección, Promoción, Formación y Desarrollo profesional, Retribución y Conciliación. En el mismo, se han incluido, ampliado y mejorado también las medidas de conciliación vigentes desde 2005; se han añadido nuevas medidas hasta completar una treintena de disposiciones relacionadas con la flexibilidad en la adecuación y ordenación del tiempo de trabajo, la atención de las necesidades personales y el fomento de la deseable corresponsabilidad familiar.

De acuerdo con lo anterior, los objetivos globales del Plan se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Asegurar en el ámbito laboral la plena igualdad de oportunidades de acceso y carrera profesional, entre los hombres y mujeres que conforman la plantilla.
- Promover el acceso de la mujer a puestos de responsabilidad, colaborando activamente en la corrección de aquellos desequilibrios, con independencia de cual sea su origen, que puedan darse en la empresa.
- Prevenir la discriminación laboral por razón de sexo, estableciendo un protocolo de actuación para evitarla y combatirla.
- Desarrollar medidas que favorezcan la deseable conciliación de la vida laboral con la personal y familiar de todas las empleadas y empleados del Grupo.

Para su seguimiento, el Plan prevé también la creación de una *Comisión de Igualdad*, conformada por la Alta dirección del Grupo y la representación sindical.

En su conjunto, las medidas incluidas en el *Plan de Igualdad*, se encuentran relacionadas y vinculadas entre

sí para conseguir un entorno laboral más flexible que permita el desarrollo equilibrado, en un marco de igualdad de trato y oportunidades, de los hombres y mujeres del Grupo. Se pretende que circunstancias de orden personal y familiar de los empleados sean perfectamente compatibles con la adecuada atención a sus responsabilidades profesionales dentro de la organización.

Conciliación de la vida personal y laboral: *Plan Concilia*

Las medidas de conciliación, vigentes desde el mes de noviembre de 2005, continúan siendo uno de los aspectos más importantes de la gestión de los Recursos Humanos para facilitar y mejorar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de todos los empleados. Las medidas son aplicables a todos los Bancos y Empresas del Grupo en España desde su implantación, así como del Grupo en Portugal.

Después de tres años, en los que se han gestionado más de 3.500 peticiones, se puede afirmar que el *Plan Concilia* forma parte de la cultura empresarial del Grupo. El empleado solicita las medidas a través del *Portal del Empleado*, con una gestión *on-line* que puede realizarse tanto desde el trabajo como desde casa. Del total de empleados que se han acogido a las Medidas de Conciliación, un 64,61% corresponden a mujeres y un 35,39% a hombres, frente a unos porcentajes de 69,19 y 30,81 respectivamente, del año anterior.

Además, como consecuencia de la aprobación en 2008 del *Plan de Igualdad* se han ampliado y mejorado las medidas de conciliación.

Los datos acumulados desde la puesta en marcha de las medidas del *Plan Concilia* hasta diciembre de 2008 se presentan en la siguiente tabla. Evidentemente, no se presentan datos para las medidas del *Plan de Igualdad*, al tener éstas efectividad desde el 1 de enero de 2009.

Tabla 39. Resultados del Plan Concilia - 2007/2008

	2008		2007	
	Número de Empleados	Coste (euros)	Número de Empleados	Coste (euros)
Excedencia para el cuidado de familiares	98	-	58	-
Excedencia solidaria	3	-	2	-
Licencia no retribuida para adopción en el extranjero	2	-	2	-
Ampliación del período de disfrute de las vacaciones	126	-	63	-
Semanas adicionales retribuidas por maternidad	617	623.170	394	394.940
Sustitución hora de lactancia por licencia retribuida	508	-	319	-
Horario continuado para mujeres con hijos menores de 3 años	88	-	60	-
Excedencia retribuida madres de trillizos o hijos con minusvalía	2	60.200	2	60.200
Ayuda familiar para situaciones especiales	247	247.000	162	162.000
Cheque guardería	1.734	1.241.038	1.317	661.982
Anticipos para adopciones	4	-	2	-
Cobertura de bajas maternales	362	2.764.660	187	1.260.726
TOTAL	3.791	4.936.068	2.568	2.539.848

Planes de Pensiones

Los compromisos para cubrir las contingencias de jubilación, fallecimiento e invalidez de la plantilla de los Bancos del Grupo en España se encuentran totalmente exteriorizados e instrumentados mediante planes de pensiones del sistema de empleo y pólizas de seguro. Dichos compromisos se recogen en mayor detalle en la Nota 15p) del Informe Anual.

Con motivo de la exteriorización, en diciembre de 2000, la dirección del Grupo y la representación de los trabajadores suscribieron un acuerdo por el que se estableció la creación de un plan de pensiones de empleo en cada Banco, transmitiendo la titularidad de los derechos económicos a los empleados y asumiendo nuevos compromisos, por encima de lo exigible en Convenio Colectivo, con aquellos empleados ingresados con posterioridad al 8 de marzo de 1980.

En el caso de estos últimos, a partir del momento en que alcanzan al menos dos años de antigüedad, el Grupo asume el compromiso de aportarles al Plan de Pensiones

una cantidad anual comprendida entre el 1,25% y el 1,30% de su salario bruto, con un mínimo de 300,51 euros y, adicionalmente, una aportación entre el 0,25% y el 0,35% de su salario, con un mínimo de 60,10 euros anuales, condicionada a que por parte del empleado se realice otra equivalente.

La instrumentación de estos compromisos en planes de pensiones implica la participación de los trabajadores en las correspondientes comisiones de control, que constituyen los órganos colegiados encargados de la supervisión y del buen funcionamiento del Plan de Pensiones. Estas comisiones están integradas por representantes de los partícipes y beneficiarios (empleados en situación de activo o pasivo) y por representantes del Promotor (Banco).

Tras la fusión de los bancos expuesta anteriormente, se han extinguido las comisiones de control de los planes de pensiones de empleo promovidos por los Bancos absorbidos y se han asumido sus funciones por la Comisión de Control de los empleados del Banco Popular.

Actualmente son cuatro las comisiones de control que supervisan el funcionamiento de los planes de pensiones de empleo de los Bancos Popular, Andalucía, Popular Hipotecario y Popular-e. En el conjunto de estas comisiones, son 22 los miembros que actúan en nombre y representación de los partícipes y beneficiarios y 18 los miembros designados por las entidades promotoras en su representación.

Las comisiones de control tienen reuniones periódicas para el seguimiento de los distintos planes. En 2008, cada una de estas comisiones se ha reunido en tres ocasiones. Parte de las reuniones mantenidas han tenido la finalidad de revisar los reglamentos de los distintos planes con el fin de adaptarlos a la normativa en los plazos previstos. Por otra parte, con periodicidad mensual se verifican las prestaciones que corresponde abonar en función de las contingencias acaecidas durante el período.

Estas comisiones, a su vez reciben el soporte de la subcomisión de inversores, designada por la Comisión de Control, que participa en 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.

Europopular Integral es el fondo en el que se encuentran integrados todos los planes de pensiones de empleo del Grupo cuyo seguimiento se ejerce por la Comisión de Control del mismo. Esta comisión recibe el soporte de la subcomisión de inversiones que, durante 2008 se ha reunido en siete ocasiones con la Gestora, Europensiones, con la finalidad de tener un conocimiento más próximo de la evolución del Fondo de Capitalización y de los resultados derivados de la aplicación de la Política de Inversiones definida por la Comisión de Control del Fondo, en función de las circunstancias de los mercados financieros.

4.2. Participación de las personas

4.2.1. Comunicación interna

La política de Recursos Humanos se basa en la estructura plana de toda la organización, caracterizada por un

contacto directo, fluido y constante. Se fomenta un entorno en el que todas las personas gozan de la libertad necesaria para plantear los temas que consideren de interés.

El equipo de Gestión de Personas busca conocer de primera mano las preocupaciones y puntos de vista de las personas que forman parte del Grupo 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.

Durante el ejercicio 2008, el equipo de Gestión de Personas ha realizado 5.369 entrevistas individuales, lo que supone un 41% de la plantilla. Además se han realizado 256 entrevistas con motivo de la adhesión al *Nuevo Sistema Retributivo*; 214 empleados de Servicios Centrales y 42 empleados sociedades especializadas.

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 sus respectivos responsables, sin necesidad de hablar antes con su superior jerárquico ni con el directivo territorial de Recursos Humanos.

Intranet

Es la herramienta que permite el acceso y el conocimiento a toda la información sobre los asuntos más relevantes que afectan a la gestión del Banco. Así, por ejemplo, se publican puntualmente todas las actas de las reuniones de la Dirección General del Banco, así como los acontecimientos que los empleados deben conocer que, a veces, se comunican adicionalmente por carta.

El Buzón del empleado y el Buzón de sugerencias

Las aportaciones de los empleados son esenciales para garantizar la mejora permanente del Grupo. En este sentido, durante 2008, se han recibido 507 sugerencias en el Buzón del Empleado, mientras que en 2007 ascendieron a 497; respecto al Buzón de Sugerencias, se recibieron 950 consultas frente a las 1.094 del año anterior.

Las consultas recibidas en el Buzón del Empleado tratan principalmente sobre temas relacionados con Recursos Humanos, Formación, Administración de Personal y el Portal del Empleado, mientras que aquellas tramitadas vía Buzón de sugerencias son ideas de mejora o innovación. Ambos buzones son gestionados por administradores centralizados que determinan el departamento destinatario, remitiéndoselo en un corto espacio de tiempo. Evaluada la sugerencia por el departamento correspondiente, se contesta indicando la idoneidad o validez de la misma. La herramienta de recepción de sugerencias las clasifica respecto al estado de contestación, permitiendo conocer la tramitación de cada una y confirmar si ha sido respondida.

Además de los buzones señalados conviene destacar la campaña “Seguro que tienes talento. Demuéstralo” diseñada por la Oficina de Innovación y Desarrollo Comercial en mayo de 2008. La acción consistió en la convocatoria de un “concurso de ideas” para seleccionar -y premiar- las propuestas más innovadoras de los empleados en el diseño y la comercialización de productos. Se partía de la premisa de que los empleados son los mejores conocedores de las demandas de los clientes y el objetivo era incorporar ese conocimiento en la cadena de valor. Participaron más de 3.000 empleados en la votaciones de 500 propuestas; seis de las cuales fueron premiadas por su originalidad y grado de innovación.

El blog de innovación

En el tercer trimestre de 2008, la Oficina de Innovación puso en marcha el blog “Reinventándonos”, un foro de discusión en el que los profesionales del Grupo pueden hacer partícipes de su experiencia profesional a los demás con independencia de las barreras geográficas u organizativas y poner en común las propuestas que consideren adecuadas para el desarrollo de la estrategia global del Grupo.

La participación en el blog puede realizarse creando nuevas entradas o comentando lo que otros empleados han escrito. Los artículos pueden ser leídos, debatidos y votados por todos los que accedan a este nuevo canal de comunicación. Hasta diciembre de 2008, han participado

en el blog más de 400 empleados, registrando 600 accesos únicos diarios y realizando 180 post y más de 300 comentarios.

El portal del empleado

Este espacio permite la comunicación con los empleados y sus familias. Está dividido en dos áreas: el Área Personal y el Club. La finalidad de este espacio es mejorar, tanto los aspectos laborales más administrativos, como aquellos relacionados con su vida personal y familiar. También se puede acceder desde casa, mediante una clave de acceso específica que puede usar el empleado y su familia.

En el Área Personal, todos los miembros de la plantilla del Grupo acceden de forma particular y directa a los datos relativos a su condición de empleados. Se trata de una zona de información en la que puede consultar y, en su caso, rectificar los datos de carácter personal además de consultar los datos laborales (nómina, días de vacaciones disfrutados durante el año corriente, certificado de retenciones). Contiene también información de interés general, como las promociones más recientes que se han producido, la *Guía de Beneficios Sociales* o el Convenio Colectivo. A través de esta área, se accede igualmente a Formanova, el portal de formación del Grupo.

Por otro lado, el Área Personal constituye una vía de comunicación directa de los empleados con el departamento de Recursos Humanos, a través del Buzón del Empleado. En esta sección, se pueden buscar los contactos directos de los responsables de este departamento o bien hacer las solicitudes que sean de su interés, como las medidas del *Plan Concilia*, ayudas económicas y traslados.

El Club está dirigido tanto al empleado como a sus familiares. En él se encuentran acuerdos con diferentes empresas por los que se obtienen ofertas ventajosas y diferentes informaciones sobre eventos y concursos organizados para ambos colectivos.

Durante 2008, se ha llevado a cabo una importante remodelación de la zona del Club, que ha hecho que sea ahora más intuitiva, resulte más fácil su navegación y tenga nuevas funcionalidades. Las secciones en que se

divide actualmente el Club son: Acuerdos -con las subsecciones de salud, ocio, viajes, motor y hogar-, eventos -deportivos y familiares-, Concursos -invitaciones a espectáculos, familiares y especiales- y Oferta del mes.

Destaca por su aumento de contenido en los últimos años, el apartado especial dedicado a la participación de toda la familia, en la que se encuentran los concursos destinados a hijos de empleados, como el Concurso de Felicitaciones de Navidad o la información sobre los eventos organizados por el Grupo -invitación a musicales, galas de Navidad- y cómo acceder a los mismos. Además, se informa sobre iniciativas de apoyo a la práctica del deporte, como la creación de equipos dentro del Grupo, las *Olimpiadas Corporativas* o los *Juegos entre Empresas*.

La revista *Más Popular*

La revista corporativa tiene como principales objetivos reforzar el sentimiento de pertenencia al Grupo, aumentar el conocimiento de la organización entre los empleados y vincular al entorno familiar. Se publica trimestralmente y se hace llegar a todos los empleados del Grupo en España, Portugal y Estados Unidos.

Más Popular se caracteriza por la claridad, facilidad y agilidad de lectura, así como la presentación de contenidos de alto interés. Se realiza íntegramente por la oficina de Comunicación Interna en colaboración con empleados del Grupo que se ofrecen para colaborar con la revista por tener una afición particular que quieran compartir o por pertenecer a una oficina o departamento elegida para un artículo.

Durante 2008, se renovó la imagen de la revista incorporando a la maquetación nuevos recursos de diseño. En el mes de diciembre, coincidiendo con el lanzamiento del número 10 de la revista, se realizó una encuesta a través del Portal del Empleado en la que se preguntaba a toda la plantilla sobre distintos aspectos relacionados con *Más Popular*: sección preferida, número de artículos que se leen, opinión sobre la elección de los contenidos. La encuesta fue contestada por 1.474 personas y los resultados obtenidos han puesto de manifiesto que este proyecto cuenta con el apoyo mayoritario de la plantilla del Grupo. Se puede destacar que el 88% considera que los temas abordados en la revista son relevantes o muy relevantes, el 83% piensa que el

contenido de los artículos es atractivo y el 36% leen completamente la revista.

4.2.2. 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 en todos los países en los que opera.

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". En el ámbito del Grupo Banco Popular, este principio fundamental se aplica en todos los países en los que desarrolla su actividad.

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.

La Oficina de Relaciones Sindicales

El Grupo tiene un especial interés en mantener un contacto permanente con la representación sindical. Con este propósito, 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.

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.

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 normalidad en las reuniones habituales que se mantienen entre Sindicatos y Dirección. Este diálogo abierto permite informar a tiempo sobre cualquier aspecto o decisión global y evita que los asuntos se conviertan 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 precedida de un período de consultas, con los representantes de los trabajadores, cuya duración -de acuerdo con el *Estatuto de los Trabajadores*- no podría ser inferior a quince días, con el objetivo de negociar de buena fe entre las partes y alcanzar un acuerdo.

En el ejercicio de su papel, a lo largo del año 2008, la Oficina de Relaciones Sindicales, ha mantenido 80 reuniones con representantes de las distintas secciones y sindicatos con representación en el Grupo, de las que 31 tuvieron la finalidad de mantener conversaciones y negociaciones entre ambas partes relacionadas con los acuerdos finalmente suscritos. Las 49 reuniones restantes han respondido al interés de facilitar información y/o por el hecho de tratar temas específicos suscitados por los Sindicatos. Además de estas reuniones se han mantenido frecuentes contactos con representantes sindicales en el transcurso del año.

Los Sindicatos con representación en el Grupo en España son actualmente los siguientes: CC.OO., UGT, CGT, SEGRUPO-SECCRA, AMYC-CC, LAB, FITC, CIG y ELA. Los 564 delegados de estos Sindicatos han sido elegidos de forma directa por los trabajadores. Es destacable el alto índice de participación con el que resultaron elegidos en las últimas elecciones celebradas, al elevarse al 77% de los empleados. Además de los delegados electos, hay que añadir los que han sido designados directamente por las secciones sindicales en uso de las facultades que les otorga la *LOLS, Ley Orgánica de Libertad Sindical*.

Para el ejercicio de su labor sindical, los representantes de los trabajadores, entre otras facilidades, disponen de un crédito horario para su uso durante la jornada laboral.

En 2008, el número de horas laborables utilizadas por los representantes sindicales ha sido de 146.916 frente a las 146.200 del ejercicio 2007, incluyendo las horas correspondientes a la labor de prevención de riesgos laborales, lo que en conjunto equivale a la jornada completa anual de 88 empleados.

En Portugal, los empleados pueden estar afiliados o vinculados a alguno de los sindicatos bancarios del país como: *Sindicato dos Bancários do Sul e Ilhas, do Centro o do Norte, Sindicato Nacional dos quadros e técnicos bancários* o *Sindicato Independente da Banca*. En Banco Popular Portugal existe una estructura sindical organizada, siendo 32 los delegados sindicales registrados. En Estados Unidos, los empleados son libres de pertenecer a sindicatos. En cualquier caso, existe un alto nivel de participación e información entre los empleados de Totalbank, que se facilita por su propia dimensión.

En el año 2008, se han negociado y suscrito dos acuerdos muy relevantes para el conjunto de la plantilla: el *Plan de Igualdad*, de aplicación en el ámbito del Grupo y por tanto en el de todas las sociedades y Bancos que lo conforman y el *Protocolo de Fusión* que surge como consecuencia de la integración en Banco Popular, de los Bancos de Castilla, Crédito Balear, Galicia y Vasconia.

El *Plan de Igualdad* responde a las conversaciones y negociaciones mantenidas con los sindicatos, que se iniciaron formalmente el 22 de mayo pasado y culminaron el 22 de diciembre de 2008, con la firma de un acuerdo entre la dirección del Grupo Banco Popular y el 100% de la representación sindical.

Además de las medidas que establece el Plan, anteriormente descritas, el acuerdo incorpora un protocolo de prevención de situaciones de acoso y contempla la creación de una Comisión paritaria con los sindicatos para el seguimiento del Plan.

El 15 de diciembre de 2008 se suscribió un acuerdo de *Protocolo de Fusión*, entre la dirección del Grupo y el 97% de las representaciones sindicales de las entidades implicadas en el proceso de fusión. El protocolo contempla la subrogación de Banco Popular en todas las obligaciones de los Bancos integrados y establece determinadas garantías de orden laboral para las

plantillas de los Bancos fusionados y para la representación sindical de estas entidades. Asimismo precisa los términos de la homologación salarial y de los beneficios sociales. Por otra parte, con motivo del acuerdo se establece un premio de reconocimiento a la vinculación y fidelidad que valora el tiempo ininterrumpido de permanencia en el ámbito del Grupo.

El Comité Estatal de Seguridad y Salud, CESS

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. Se trata de una Comisión encargada de la vigilancia de la salud laboral y prevención de riesgos, en el ámbito de las empresas.

Existen actualmente dos comités conjuntos sobre Seguridad y Salud en el Banco Popular y el Banco de Andalucía. En 2008, con motivo de la fusión, los CESS de los Bancos fusionados (Castilla, Crédito Balear, Galicia y Vasconia) se han extinguido, siendo las funciones de vigilancia de la salud de los centros de trabajo de estas entidades asumidas por el CESS del Banco Popular.

En el conjunto de estas comisiones, participa directamente un total de 26 miembros, la mitad en representación de las empresas y la otra la mitad en representación de los trabajadores. Además, en las labores de prevención colaboran otros 55 delegados territoriales. Los delegados de los CESS, en representación de los trabajadores, son designados por las distintas secciones sindicales en un número proporcional a los resultados obtenidos en las últimas elecciones sindicales. El 92,89% de la plantilla del Grupo se encuentra representada por estos comités.

En 2008, además de los temas habituales relativos a la salud laboral y la prevención de riesgos, se ha prestado especial atención a:

- La presentación y análisis de los resultados obtenidos en la evaluación de riesgos psicosociales realizada en 2007 para el conjunto del Grupo, con la participación de la representación sindical en los CESS.
- La reforma de los protocolos de reconocimiento médico para la vigilancia de la salud de los empleados.

4.3. Seguridad y salud de las personas

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.

A la luz de los nuevos requerimientos normativos, de la experiencia acumulada en la gestión de prevención de riesgos laborales y de los requerimientos de la autoridad pública, se ha reformado el *Plan de Prevención 2007-2011*. El Plan tiene como objeto integrar todas las actuaciones relativas a la prevención de riesgos laborales dentro de un marco definido por la Política Preventiva. Esta política debe ser aprobada por la Dirección General quien aprueba la dotación de los elementos humanos y materiales a disposición del cumplimiento de esta tarea.

Dicha reforma fue aprobada en la Dirección General de julio, ajustando sus contenidos a los requisitos marcados por la legislación, en concreto el Real Decreto 39/1997, Reglamento de los Servicios de Prevención, modificado por el Real Decreto 604/2006. Se completó con la creación de un *Manual de Gestión de la Prevención*, que incluye procedimientos de trabajo e instrucciones operativas en Prevención de Riesgos Laborales.

4.3.1. Evaluaciones de riesgos

Durante el ejercicio 2008, se han efectuado 490 evaluaciones de riesgo, frente a las 427 del año anterior, en las que se han identificado 1.573 factores de riesgo. En 80 centros no se encontraron riesgos laborales. Desde 2006, año de inicio de aplicación de este método de evaluación, se han efectuado 1.191 evaluaciones.

Se utiliza la aplicación informática vinculada a *HR-Acces* puesta en marcha en 2007 para la introducción de los datos recogidos en las evaluaciones de riesgos, la gestión de estadísticas a partir de dichos datos y la difusión de la información a los centros de trabajo a través del Portal del Empleado. Al igual que se hiciera durante 2007, se facilita la movilidad en la toma de datos mediante el uso de dispositivos móviles para los Técnicos de Prevención.

A lo largo de 2008 se efectuaron, siguiendo el método del *Instituto Navarro de Salud Laboral*, las distintas evaluaciones de riesgos psicosociales en base a los datos obtenidos en las encuestas efectuadas en los centros de trabajo. El límite normal para su adecuación se sitúa por debajo del 40%.

En el apartado de participación, implicación, responsabilidad, se ha obtenido un 38,21%. Este apartado especifica el grado de libertad e independencia que tiene el trabajador para controlar y organizar su propio trabajo y para determinar los métodos a utilizar, teniendo en cuenta siempre los principios preventivos. Define el grado de autonomía del trabajador para tomar decisiones. Se entiende que un trabajo saludable debe ofrecer a las personas la posibilidad de tomar decisiones.

En el estudio de la formación, información y comunicación, se aprecia un nivel del 44,10%. Se refiere al grado de interés personal que la organización demuestra por los trabajadores, facilitando el flujo de informaciones necesarias para el correcto desarrollo de las tareas. Las funciones de cada persona dentro de la organización tienen que estar bien definidas para garantizar la adaptación óptima entre los puestos de

trabajo y las personas que los ocupan. En este capítulo, son la información y formación sobre prevención de riesgos laborales las que más han de potenciarse.

En la gestión del tiempo, se obtiene un 47,79%. Este porcentaje señala el nivel de autonomía concedida al trabajador para determinar la cadencia y ritmo de su trabajo, la distribución de las pausas y la elección de las vacaciones de acuerdo a sus necesidades personales.

En la cohesión de Grupo, se obtienen los mejores resultados con un 26,48%. A estos efectos, por cohesión se entiende el patrón de estructura de las relaciones que emergen entre los miembros del Grupo. Este concepto incluye aspectos como solidaridad, atracción, ética, clima o sentido de comunidad. La influencia de la cohesión en el Grupo se manifiesta en una mayor o menor participación de sus miembros y en la conformidad hacia la mayoría.

La carga mental excesiva, entendida como el sobreesfuerzo adicional generado para resolver nuestra carga laboral, sólo se presenta en el 2,41% de la población estudiada.

Tabla 40. Evaluaciones de riesgos realizadas en el Grupo Banco Popular - 2006/2008

	2008	2007	2006
Banco Popular Español	242	234	170
Banco Andalucía	78	44	50
Banco Castilla	33	30	14
Banco Crédito Balear	18	25	4
Banco Galicia	23	27	16
Banco Vasconia	36	37	18
bancopopular-e	3	3	-
Banco Popular Hipotecario	1	-	-
Popular Banca Privada	9	1	1
Mundocredit	36	25	-
Sociedades del Grupo	11	1	1
TOTAL	490	427	274

4.3.2. Emergencias

En 2008, como en años anteriores, se han realizado simulacros de evacuación de edificios. Con ellos, se pretende que los empleados se habitúen a utilizar las salidas de emergencia y aprendan a mantener una conducta que, en caso de emergencia, les permita la evacuación ordenada y rápida. Igualmente, con la realización de los simulacros, se pretende comprobar la aplicación de los planes de emergencia y el correcto funcionamiento de los medios disponibles.

De acuerdo con la nueva normativa sobre la materia, reflejada en el *Código Técnico de Edificación*, se ha iniciado en 2008 el estudio de la reforma de los planes de emergencia y evacuación de los edificios del Grupo.

4.3.3. Formación e información en Prevención de Riesgos Laborales

Durante este ejercicio se ha aplicado el *Plan de Formación en Prevención de Riesgos Laborales (PRL)*. Los cursos presenciales se han distribuido en un módulo para nuevos ingresos, impartido en las jornadas de Sucursal Piloto y en un módulo para interventores, en los cursos de nuevos interventores y de reciclaje periódico. Durante este año, se ha impartido este tipo de formación a 898 empleados. Periódicamente, se imparten cursos de actualización para equipos de emergencia, destinados a los miembros integrantes de los mismos en los edificios del Grupo, así como cursos específicos en función de las necesidades en ciertos centros de trabajo.

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

- Todos los empleados disponen de información sobre los riesgos detectados, una vez efectuada la evaluación, en su centro de trabajo.
- El *Manual de Riesgos Generales y Específicos en Oficinas* se entrega a todos los empleados de nuevo ingreso.
- Se incluye en Intranet una ficha formativa sobre los riesgos laborales durante el embarazo y también sobre el nuevo *Plan de Prevención de PRL 2007-2011*.

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

En el Portal del empleado se encuentran igualmente disponibles para el empleado y su familia, artículos divulgativos relacionados con la salud y los problemas más habituales de los hábitos de vida: los beneficios del ejercicio y de los hábitos alimenticios saludables.

4.3.4. Vigilancia de la salud

Los reconocimientos médicos en el Grupo se han realizado de acuerdo con la distribución del personal indicada en la siguiente tabla.

Tabla 41. Reconocimientos médicos realizados en el Grupo Banco Popular - 2008

	Iniciales	Periódicos	Total
Banco Popular Español	512	5.792	6.304
Banco Andalucía	36	441	477
Banco Castilla	84	1.094	1.178
Banco Crédito Balear	6	133	139
Banco Galicia	26	282	308
Banco Vasconia	18	278	296
Sociedades	11	311	322
TOTAL	693	8.331	9.024

El Servicio de Prevención atiende las peticiones de material ergonómico por parte de los trabajadores. Este año se han tramitado las que se indican en la siguiente tabla.

Tabla 42. Peticiones de material ergonómico - 2008

Equipo	Número de peticiones
Sillas especiales	47
Reposapiés	295
Pantallas planas TFT	24
Alfombrilla / Ratón	11
Teclados especiales	5
Micrófonos auriculares	37
TOTAL	419

4.3.5. Accidentalidad laboral

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

Tabla 43. Accidentes en el Grupo Banco Popular - 2007/2008

	TOTAL				CON BAJA				SIN BAJA			
	2008		2007		2008		2007		2008		2007	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Banco Popular Español	151	66,23	133	66,50	68	57,63	71	72,45	83	75,45	62	60,79
Banco de Andalucía	32	14,04	20	10,00	24	20,34	7	7,14	8	7,27	13	12,75
Banco de Castilla	7	3,07	8	4,00	6	5,08	2	2,04	1	0,91	6	5,88
Banco de Galicia	7	3,07	6	3,00	6	5,08	1	1,02	1	0,91	5	4,90
Banco de Vasconia	15	6,58	13	6,50	5	4,24	5	5,10	10	9,09	8	7,84
Banco de Crédito Balear	7	3,07	10	5,00	5	4,24	8	8,16	2	1,82	2	1,96
bancopopular-e	4	1,75	5	2,50	1	0,85	3	3,06	3	2,73	2	1,96
Mundocredit	1	0,44	2	1,00	1	0,85	-	-	-	-	2	1,96
Popular Banca Privada	1	0,44	2	1,00	1	0,85	-	-	-	-	2	1,96
Eurovida	1	0,43	1	0,50	-	-	1	1,03	-	-	-	-
IST	2	0,88	-	-	-	-	-	-	2	1,82	-	-
Europensiones	-	-	-	-	1	0,84	-	-	-	-	-	-
TOTAL	228	100	200	100	118	100	98	100	110	100	102	100

En cuanto a las jornadas perdidas por los accidentes de trabajo que causan baja, se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 44. Jornadas perdidas debido a accidentes de trabajo en el Grupo Banco Popular - 2007/2008

	2008		2007	
	Número	Jornadas perdidas	Número	Jornadas perdidas
Centro	38	969	38	731
Desplazamiento	16	409	13	328
<i>In Itínere</i>	64	1.296	51	1.375
TOTAL	118	2.674	102	2.434

4.3.6 Absentismo por enfermedad común y otras situaciones

Durante 2008 hubo un total de 428 bajas de maternidad. En cuanto al absentismo por enfermedad común relativo a los últimos dos años, se ha distribuido de acuerdo al siguiente cuadro.

Tabla 45. Volumen y tipología de Absentismo del Grupo Banco Popular - 2007/2008

Tipología de Absentismo	2008	2007
Bajas totales	3.446	3.278
Nuevas bajas	3.150	3.013
Altas	3.169	2.966
Jornadas totales perdidas	122.243	115.586
Bajas superiores a un mes	1.014	1.019
Incidencia ¹	23,07	22,3
Índice de absentismo ²	34,53	35,4
Gravedad ³	8,95	8,8
Duración media ⁴	35,55	38,59
% de bajas de larga duración	29,43	31,09

¹ Bajas que se producen durante un año por cada 100 trabajadores.

² Jornadas trabajadas por cada jornada de trabajo perdida.

³ Jornadas perdidas por cada baja.

⁴ Jornadas perdidas por enfermedad, para cada alta.

Según el criterio establecido por el GRI, el índice de absentismo derivado de las bajas por accidentes de trabajo y enfermedad común, contabilizando el total de jornadas perdidas por ambas causa, es de 2,98% de horas perdidas por cada jornada trabajada. Adicionalmente, los índices de accidentes de trabajo y días perdidos son los siguientes: 0,06% y 4,33%.

Comparando los datos de absentismo referidos a 2007 y reflejados en la tabla anterior, 2008 muestra un ligero aumento, debido principalmente a las bajas de larga duración.

Tabla 46. Comparativa del número de bajas del Grupo Banco Popular - 2007/2008

Número de Bajas			Altas			Jornadas		
2008	2007	%	2008	2007	%	2008	2007	%
3.446	3.013	14,37	3.169	2.966	6,84	122.243	115.586	5,76

5. EL GRUPO BANCO POPULAR ANTES SUS PROVEEDORES

5.1. Principales partidas del GBP

En 2008, el Grupo contrató servicios y realizó compras a sus proveedores significativos –aquellos con los que se suscriben contratos relativos a aspectos críticos del negocio y cuyos pagos se gestionan desde la Oficina de Compras– por importe de 306,5 millones de euros; 4,9 millones corresponden a proveedores no residentes y 301,6 millones a proveedores locales, entendiendo por éstos los que tienen su domicilio fiscal en España. Por tanto, la práctica totalidad de los proveedores contratados por el Grupo son de origen local; a los que corresponde el 98% del importe total destinado a compras. El número de proveedores nacionales ha ascendido a 1.408, la mitad de los cuales se concentra en las provincias de Madrid, Barcelona, Sevilla, Alicante, Valencia y Pontevedra.

Son 31 los proveedores no residentes, un 2% del total de proveedores; el 96% de la facturación se concentra en 10 empresas y supone 4,7 millones de euros destinados principalmente a compras de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones.

Los pagos efectuados a los 10 primeros proveedores locales, atendiendo al volumen de facturación, alcanzaron durante 2008 la cifra de 116,9 millones de euros, un 39% de los 301,6 millones abonados a la totalidad de los proveedores residentes.

5.2. Política de admisión y trato con proveedores

La Comisión Ejecutiva, a propuesta de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflicto de Intereses aprobó en 2006 el *Código de Conducta con Proveedores*. En él se recogen, aclaran y sistematizan los criterios de selección y actuación que el Grupo viene aplicando de acuerdo con su cultura corporativa, así como una definición de los principios del Pacto Mundial.

El Código deberá ser cumplido por todos los proveedores que contraten con el Grupo. Por eso, se ha incorporado en los contratos una cláusula de compromiso con dicho Código, especialmente en todo lo relativo a la vulneración de los principios establecidos en el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

En cuanto a la selección de proveedores, el Grupo no tiene ninguna preferencia por la elección de proveedores locales, sino que selecciona a aquellos que demuestren su compromiso con los principios contemplados en dicho Código y se reserva el derecho de rescindir las relaciones contractuales con los que lo incumplan.

El Área de Compras creó la *Ficha de Evaluación de Proveedores* que todo proveedor que desee establecer relaciones comerciales con el Grupo ha de cumplimentar. Además de los datos económicos y de gestión, se recaba información relativa a medidas medioambientales (certificaciones ISO 9000 y 14000-1, tratamiento de residuos y programas de ahorro de materias primas) e indicadores de desempeño social (respeto de los Derechos Humanos, Prevención de Riesgos Laborales, integración de personal de sectores desfavorecidos). Durante 2008, no se ha cancelado ningún contrato ni rechazado a ningún proveedor debido al incumplimiento de alguna de las pautas que se exigen en la citada ficha o en el *Código de Conducta*.

Además, durante 2008, el Grupo ha iniciado un proyecto de compras *on-line* mediante una herramienta que permitirá mejorar la gestión administrativa derivada del trato con proveedores y optimizar el aprovisionamiento de los productos demandados por las entidades del Grupo. Esta herramienta aumenta la transparencia y eficiencia del mercado puesto que permite contactar con más proveedores quienes, sin limitación geográfica alguna, concurren simultáneamente a los concursos presentados por el Grupo.

En definitiva, la selección de proveedores se basa estrictamente en criterios objetivos, de modo que se garantice la máxima profesionalidad, independencia e imparcialidad de criterio. Una vez admitido como proveedor, la relación posterior se basa en la confianza y respeto mutuo, llevado y exigido en su máxima expresión. No obstante, el incumplimiento reiterado de los plazos y condiciones de entrega, la calidad deficiente de los servicios o productos contratados son considerados faltas muy graves a dicha confianza; consecuentemente, el proveedor queda excluido para futuros concursos, sin perjuicio de ejecutar, en su caso las acciones y penalizaciones contempladas al efecto.

A través de los canales de consulta y diálogo generales 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 por nuestros proveedores se pueden resumir en los siguientes:

- La apertura y atención recibidas
- La igualdad de oportunidades
- La valía y autenticidad de la palabra dada por el Grupo
- La confianza depositada en el proveedor desde el inicio
- El respeto a los plazos de pago de sus facturas
- El trato recibido

Por segundo año consecutivo, se ha realizado una *Encuesta de Satisfacción* dirigida a los principales proveedores del Grupo en las áreas de comunicaciones, informática e impresos, cuyos resultados se presentan a continuación. La encuesta, totalmente voluntaria, se ha realizado con el objetivo de conocer los aspectos más valorados o susceptibles de mejora en opinión de los proveedores del Grupo. Además, el Grupo siempre está dispuesto a escuchar todas aquellas sugerencias que tengan por objeto mejorar calidades o servicio.

Tabla 47. Valoración del Grupo en la Encuesta de Satisfacción de Proveedores - 2008

Aspecto valorado	Valoración de 0 a 4	
	2008	2007
Servicios	3,20	2,96
Pago	3,30	2,96
Trato	3,26	2,96
VALORACIÓN MEDIA	3,25	2,96

Como puede observarse, la valoración de los proveedores ha mejorado sustancialmente, manteniéndose en niveles elevados de satisfacción. Destaca el repunte de la valoración del comportamiento del Grupo respecto al pago, pasando de un 2,96 a un 3,30.

5.3. Participación del GBP en foros empresariales

Desde junio de 2008, el Grupo participa en el *Ateneo de Compras de AERCE (Asociación Española de Responsables de Compras)*, un laboratorio de ideas en el que los Directores de Compras de 20 grandes empresas intercambian ideas para impulsar el desarrollo empresarial. Este grupo se ha constituido con la intención

de convertirse en un referente empresarial que ofrezca análisis de tendencias, estudios y recomendaciones desde su papel de especialista en compras y contrataciones.

La forma de trabajo de este *think-tank* incluye reuniones periódicas para elaborar análisis y difundir recomendaciones. Los próximos encuentros se destinarán a examinar temas medioambientales, a la vez que se analizarán otras cuestiones de Responsabilidad Social de interés para especialistas en compras. El *Ateneo de Compras* actuará en definitiva como interlocutor ante la Administración y las organizaciones de la sociedad civil, dando a conocer la función de los Departamentos de Compras de diferentes empresas como promotores del desarrollo sostenible.

6. EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO Y SOCIAL

6.1. El impacto en la economía

El Grupo 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 manera que su actividad empresarial contribuye de modo relevante a la generación del PIB. 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 respecto a su aportación al PIB y su contribución a la creación de empleo.

6.1.1. Aportación del Grupo a la economía

El análisis de la aportación consiste en evaluar el valor añadido generado por el Grupo en un ejercicio para compararlo con el 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 PIB de la economía nacional en ese periodo.

Conviene advertir que el cálculo del valor añadido en 2007-2008 se ha hecho a partir de los datos que, con fecha 16 de enero de 2009, ha facilitado el Ministerio de Economía y Hacienda. Se han utilizado estos datos actualizados para la elaboración del cuadro de Valor Añadido, por lo que la cifra del PIB para el año 2008 es la correspondiente al avance ofrecido por el *Programa de Estabilidad 2008-2011*.

El valor añadido creado por el Grupo en 2008 asciende a 3.602 millones de euros, un 12,5% superior al del año anterior. De este total, las rentas del trabajo se elevan a 818 millones de euros; un 9,5% superior a la cifra de 2007. En cuanto a las rentas de capital, ascienden a 435 millones de euros, un 31% menos que el año pasado y los donativos han supuesto 19,3 millones de euros. A continuación, el excedente suma 1.892 millones de euros un 65,4% más que en 2007, cifra resultante de 676 millones de euros de beneficio no distribuido y 1.216 millones de euros de provisiones y amortizaciones. Este excedente supera los 1.144 millones de euros del año 2007, correspondientes a la suma de 710 millones de euros de beneficio no distribuido, más los 434 millones de euros de provisiones y amortizaciones. El notable incremento de las provisiones obedece a la gestión prudente que aconsejan las circunstancias económicas y que permitirá al Grupo abordar los próximos ejercicios desde una base de fortaleza de capital, financiación y exceso de reservas.

En 2008, los impuestos representan 438 millones de euros que en su mayor parte (390 millones de euros) corresponden al impuesto de sociedades. A este respecto conviene señalar que, de acuerdo con la Ley 35/2006, de 28 de noviembre, del *Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y de modificación parcial de las leyes de los Impuestos sobre Sociedades, sobre la Renta de no Residentes y sobre el Patrimonio*, el tipo de gravamen para 2008 es del 30%, un 2,5% menor que en 2007 y un 5% inferior al de 2006. A partir de las cifras anteriores, tras deducir las rentas pagadas en el extranjero, el valor añadido generado en España resulta 3.068 millones de euros, con un crecimiento del 1,8% frente al año anterior. Este importe supone el 85,1% del valor añadido total. Durante el año 2007, los impuestos representaron 656 millones de euros, de los que 606 millones correspondieron al impuesto de sociedades.

De acuerdo con la *Actualización del Programa de Estabilidad 2008-2011* empleado en la elaboración de los Presupuestos Generales del Estado para 2008, el PIB español a precios corrientes en 2008 asciende a 1.099.978 millones de euros, lo que significa un aumento interanual del 4,7%. Según la Contabilidad Nacional, el correspondiente a 2007 en términos comparables con el anterior (CNE base 2000) fue 1.050.595 millones de euros.

Como resumen de todo lo anterior, el valor añadido creado en 2008 por el Grupo Banco Popular en España, que asciende a 3.068 millones de euros, representa una aportación del 0,279% al PIB de nuestra economía, con una sensible disminución respecto al 0,287% relativo al ejercicio anterior.

El cuadro adjunto muestra el valor añadido generado por el Grupo en 2006, 2007 y 2008, su composición por clases de rentas, su importe en España y la contribución al PIB nacional en los tres años.

6.1.2. Aportación del Grupo al crecimiento del empleo

El crecimiento del Grupo Banco Popular en los últimos años ha sido paralelo a una activa política de contratación de nuevo personal, en número superior al de las bajas producidas, con el consiguiente aumento del empleo¹.

Al cierre del ejercicio 2008, el Grupo da empleo a 15.069 personas (31 empleados más que en 2007), de las que 13.370 trabajan en España y el resto, 1.699, en Portugal y Estados Unidos. Dentro de los nuevos empleos creados en el Grupo, resalta la contratación por Mundocredit de 148 empleados extranjeros y de 56 en TotalBank. En cuanto a las bajas, conviene destacar la de 133 empleados de Banco Popular Francia que, en virtud del acuerdo alcanzado con *Crédit Mutuel* y con los propios trabajadores, se han incorporado a la plantilla del banco francés.

La evolución del número total de empleados del Grupo en los cinco últimos años, tomando como base la plantilla a final del ejercicio 2004, muestra un crecimiento del 11,9%. También ha aumentado la plantilla en España en el quinquenio 2004-2008, un 10,35%.

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 sigue mostrando un comportamiento más favorable que el del conjunto de la banca en España. Mientras que durante el quinquenio 2003-2007 (aún no se dispone de datos del total de la banca a 2008), Popular ha aumentado su empleo neto en España en un 9,20% (1.120 personas más), el sector bancario lo ha hecho en un 5,49%.

La diferencia positiva a favor del Grupo comparado con el conjunto del sistema bancario es especialmente destacable si se tiene en cuenta que el Popular se sitúa a la cabeza de la banca española y europea en eficiencia -la relación entre costes operativos e ingresos totales-, con una ratio del 31,85% en el año 2008, frente al 38,15% de la primera y el 70,50% de la segunda.

6.1.3. Impactos económicos indirectos

Como se ha señalado, los principales impactos que el desarrollo de la actividad del Grupo produce en el entorno en el que opera son de carácter económico. No obstante, como consecuencia del impacto directo de las transacciones financieras con sus principales grupos de interés, se contribuye también de forma indirecta a la generación de riqueza y al desarrollo sostenible. Aunque la medición de estos impactos es más compleja que la de los directos, pueden señalarse otros cauces a través de los que el Grupo Banco Popular influye en el desarrollo y crecimiento de otros sectores, tanto económicos como sociales, o genera efectos positivos en el medioambiente:

- La inversión financiera en sectores tan fundamentales como el de las infraestructuras, las energías renovables o la vivienda; creando así oportunidades productivas y de ingresos futuros.
- La inversión social, de la que se benefician diferentes colectivos en España y otros países; favoreciendo la cohesión e integración social.
- La diversificación de la actividad, participando en la propiedad de otras empresas; contribuyendo a la generación de riqueza y empleo en otros sectores.
- El consumo de bienes y servicios, favoreciendo la generación de empleo estable en sus proveedores.

¹ Los datos de plantilla corresponden al Grupo económico Popular, según la definición de la Circular del Banco de España 4/2004.

Tabla 48. Valor añadido generado por el Grupo Banco Popular¹ - 2008 (miles de euros, salvo indicación en contrario)

	2008		2007		2006		Var. % 2007/2008
Remuneración del trabajo (a)	818.142	22,71%	747.311	23,5%	705.971	24,0%	9,48%
Sueldos y salarios	617.781		566.939		536.791		9,16%
Cuotas de la Seguridad Social	142.379		135.101		128.891		5,39%
Aportac. a fondo pensiones	31.817		25.220		23.060		26,16%
a fondo externo	25.045		18.843		19.785		32,91%
a fondo interno	6.772		6.377		3.275		6,19%
Otros gastos de personal	26.165		21.051		17.229		24,29%
Remuneración del capital (b)	435.030	12,08%	631.322	19,6%	535.111	18,2%	-31,09%
Dividendos de Banco Popular	410.812		597.871		505.620		-31,29%
Dividendos de minoritarios acc. ordinarias	24.218		33.451		29.491		-27,60%
Donativos a instituciones sin fines de lucro (c)	19.326	0,54%	22.849	0,7%	22.883	0,8%	-15,42%
Beneficio retenido (c)	675.670	18,76%	710.152	21,9%	556.104	18,9%	-4,86%
Beneficio neto	1.110.700		1.341.474		1.091.215		-17,20%
Menos: Dividendos	-435.030		<-631.322>		<-535.111>		-31,09%
Provisiones y amortizaciones (d)	1.215.946	33,75%	433.790	13,8%	452.056	15,3%	>
Pérdidas por deterioro de activos:	1.086.359		321.585		309.885		>
Inversión crediticia	905.174		289.836		302.581		>
Otros activos	181.185		31.749		7.304		>
Dotaciones a provisiones (neto):	28.801		12.563		39.041		>
Riesgos contingentes	5.050		7.760		24.117		-34,92%
Fondo de pensiones	18.965		2.035		17.599		>
Otras	4.786		2.768		<-2.675>		72,90%
Amortizaciones	100.786		99.642		103.130		1,15%
Inmovilizado material	80.371		85.436		90.419		-5,93%
Inmovilizado inmaterial	20.415		14.206		12.711		43,71%
Fondo de comercio	0		0		0		
Excedente (d+e)	1.891.616	52,51%	1.143.942	35,7%	1.008.160	34,2%	65,36%
Impuestos (f)	438.263	12,17%	656.401	20,5%	675.447	22,9%	-33,23%
Impuesto sobre sociedades	390.343		605.734		632.242		-35,56%
Impuesto sobre valor añadido (soportado)	37.215		34.327		29.017		8,41%
Otros impuestos	10.705		16.340		14.188		-34,49%
Valor añadido (a+b+c+d+e+f)	3.602.377	100%	3.201.825	100,0%	2.947.572	100%	12,51%
Del que: Valor añadido en España	3.067.627	85,16%	3.014.033	93,7%	2.751.176	93,3%	1,78%
Pro memoria: PIB a precios corrientes (base 2000) (millones €) (*)	1.099.978		1.050.600		980.954		4,70%
Participación en el PIB (base 2000)	0,279%		0,287%		0,280%		-2,79%

¹ Se considera el Grupo Banco Popular según la definición de grupo económico de la Circular de Banco de España 4/2004

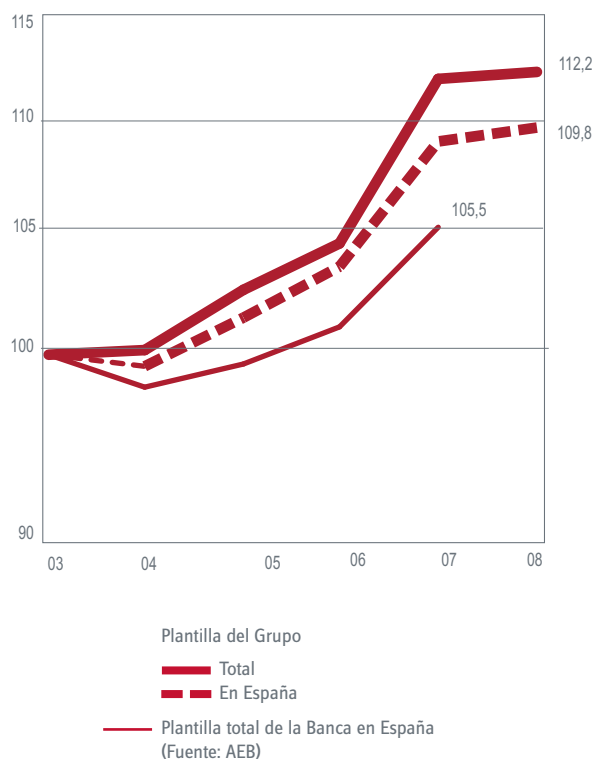
(*) Año 2006: INE - Contabilidad Nacional (CNE base 2000)

Año 2007: Ministerio de Economía y Hacienda - Actualización del *Programa de Estabilidad 2007-2011*

Tabla 49. Evolución del empleo en el Grupo Banco Popular - 2003/2008 (miles de euros, salvo indicación en contrario)

	2008	Var.	2007	Var.	2006	Var.	2005	Var.	2004	Var.	2003
Total empleados del Grupo	15.069	5,0%	15.038	7,0%	14.056	1,8%	13.804	2,5%	13.465	0,2%	13.434
En España	13.370	0,5%	13.299	5,2%	12.636	2,1%	12.378	2,2%	12.116	-0,5%	12.179
En el extranjero	1.699	>	1.739		1.420		1.426		1.349		1.255
Indice (base 100 = 31.12.2003)											
Total empleados del Grupo	112,2		111,9		104,6		102,8		100,2		100,0
En España	109,8		109,2		103,8		101,6		99,5		100,0
Pro memoria: Total de empleados de la banca en España (*)	nd	-2,0%	117.071	5,5%	112.342	1,2%	110.521	0,4%	109.399	-1,4%	110.981
Indice (base 100 = 31.12.2003)											
Total empleados de la banca en España	nd		105,5		101,2		99,6		98,6		100,0

(*) Fuente: AEB - Asociación Española de Banca

Figura 6. Evolución del empleo del Grupo Banco Popular, respecto al conjunto de la banca española - 2003/2008


6.2. Inversión social

La contribución del Grupo Banco Popular a la sociedad se manifiesta principalmente en la calidad del servicio que presta a sus 6,7 millones de clientes, la rentabilidad que proporciona a sus accionistas, la creación de más de 15.000 puestos de trabajo y su contribución al PIB español.

El Grupo complementa su actividad principal con otras acciones de exclusivo carácter social. Las fórmulas de cooperación e inversión social que el Grupo ha puesto en práctica participan de su propio estilo e incorporan los valores de transparencia, discreción y responsabilidad que definen la visión de su negocio y marcan la relación con sus clientes.

La evolución de las necesidades sociales y la proliferación de actividades que se enmarcan dentro de la Responsabilidad Social Corporativa, aconsejaban una nueva reflexión sobre la acción social llevada a cabo por el Grupo con el propósito de actualizarla, asegurar su sostenibilidad y ajustarla a las nuevas situaciones sociales.

En este marco, el Consejo de Administración -en su reunión celebrada el 22 de abril de 2008- ratificó las líneas generales de la acción social del Grupo para los próximos años y la plasmó en un Convenio con la Fundación Hispánica-Grupo Banco Popular. A través de esta fundación los Bancos del Grupo canalizan y ordenan, de forma directa y en colaboración con otras Fundaciones y entidades sin ánimo de lucro, su acción social.

De acuerdo con la forma en que el Grupo entiende la Responsabilidad Social, la Fundación actúa a petición de los interesados, como entidad de último recurso y sin publicidad. Otro principio que caracteriza la acción social del Grupo es el rechazo a participar en aquellas propuestas e iniciativas que requieran de la ayuda sistemática y continuada para sostenerse en el tiempo. Se busca seleccionar proyectos sostenibles y viables en su funcionamiento económico y técnico.

El Grupo Banco Popular considera prioritarias las siguientes áreas de acción social:

- **Cooperación al desarrollo**, entendido en un marco amplio de actuación, como impulso al desarrollo

educativo, cultural y socio-asistencial de los más necesitados. Así, sin propósito exhaustivo, se presta atención a personas o colectivos excluidos o con problemas de marginalidad y a proyectos para la integración social de los inmigrantes. En los países con economías en vías de desarrollo se apoyan las iniciativas de mejora de las condiciones educativas, formativas, sociales y sanitarias y se potencia el microcrédito como medio para impulsar el desarrollo económico y social.

- **Cultura y educación.** Consiste en ayudar a quienes prueben capacidad suficiente y carezcan de medios económicos, de tal manera que el talento no quede oculto por falta de nivel de renta. Se presta especial atención a los proyectos de carácter socio-cultural, artístico y a aquellos que facilitan el acceso a una ocupación profesional.
- **Atención a discapacitados y proyectos asistenciales**, de formación del voluntariado y de agentes sociales.

En el ámbito de la cooperación internacional, el Grupo Banco Popular mantiene los criterios tradicionales de su acción social, entre los que adquiere especial relevancia la efectividad de las acciones en las que participa. Por ello la Fundación se apoya en otras fundaciones u organizaciones sin ánimo de lucro de reconocido prestigio en los ámbitos locales de los beneficiarios. Además, el principio de efectividad debe combinarse necesariamente con la eficiencia.

Durante el ejercicio 2008, se ha destinado a la acción social un importe de 19.326 miles de euros, sin contar otras ayudas difíciles de cuantificar como son las contribuciones en especie o el coste atribuido a las financiaciones preferentes.

Como en años anteriores, los recursos invertidos se han destinado principalmente a fomentar la educación y la formación de las personas. La educación es un derecho específicamente reconocido en la *Declaración Universal de los Derechos Humanos* y el Grupo considera que la mejor aportación que puede hacer a la sociedad es lograr que personas con aptitudes puedan desarrollarlas con independencia de sus recursos económicos o procedencia social.

Dentro de este marco general, la acción social del Banco se realiza con el mayor respeto a los proyectos de las instituciones docentes a las que se destinan los recursos y a la pluralidad de iniciativas de las personas a las que ayuda.

6.2.1. Fundación Grupo Banco Popular

Constituida en Madrid en 1970, reconocida, inscrita y clasificada por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Como se ha señalado anteriormente, es la principal canalizadora de la acción social del Grupo Banco Popular. Se encarga de atender los compromisos institucionales y de dar continuidad a las líneas de cooperación que se vienen desarrollando. Corresponde también a la Fundación alcanzar y desarrollar los acuerdos con otras Fundaciones y entidades sin ánimo de lucro especializadas.

La Fundación Grupo Banco Popular no soporta ningún gasto de gestión ni operativo, de forma que la totalidad de los recursos que gestiona se aplican a satisfacer las necesidades sociales. Algunos miembros del Consejo de Administración del Banco forman parte de su Patronato de Gobierno, que está presidido por el Presidente del Banco.

Las dotaciones que perciben las Fundaciones, tanto la del Grupo como las que se señalan a continuación, son

gestionadas de forma autónoma. Sus patronatos asumen directamente la tarea de atender, estudiar y resolver las peticiones de ayuda o asistencia que llegan al Banco o a sus Directivos. Tratan de asegurar que los recursos se destinen a proyectos viables y sostenibles en el tiempo, preferentemente mediante ayudas reintegrables, sin intereses y con las garantías adecuadas a la naturaleza del proyecto. En ningún caso se cubren gastos de funcionamiento o déficits de gestión de las entidades beneficiarias.

6.2.2. Otras fundaciones

El Fondo Social de Cooperación (Fundación Vasconia) se constituyó en Pamplona en 1975, rinde cuentas al Protectorado Foral de Navarra y está especializada en la concesión de ayudas a estudiantes procedentes de muy diversos países.

Tras la absorción del Banco de Vasconia por Banco Popular, algunos programas de la Fundación Vasconia son asumidos por la Fundación Grupo Banco Popular.

En los últimos años gran parte de la acción social del Banco se canalizó a través de la Fundación para Atenciones Sociales, constituida en Madrid en 1981. Un número significativo de sus programas también ha sido asumido e incorporado a la Fundación del Grupo.

Tabla 50. Programas de Acción Social del Grupo Banco Popular - 2008

	Dotación (miles de euros)
Apoyo a la construcción y equipamiento de escuelas y centros asistenciales en países de Latinoamérica, África y Asia con economías en vías de desarrollo	5.531
Iniciativas de promoción de la mujer e integración de inmigrantes y discapacitados y dotación de centros sociales y culturales	6.784
Ayudas a estudiantes, profesores, investigadores y formación del voluntariado	4.037
Rehabilitación de Monumentos, Templos y Centros culturales	1.087
Aportaciones a otras Fundaciones e Instituciones sin ánimo de lucro	1.044
Otras ayudas y colaboraciones	1.112
TOTAL	19.595

África y América son los continentes en los que se concentra el mayor número de programas de cooperación y desarrollo. Como ya ocurriera el pasado año, durante 2008, se ha ampliado el número de países receptores de la inversión social del Grupo. En África, además de los proyectos iniciados en Burkina Faso, Camerún, Costa de Marfil, Ghana, República Democrática del Congo y Senegal, se añaden otros nuevos en esos mismos países, en Etiopía y en Sudáfrica. Con respecto al continente

americano, se actúa en Argentina, Bolivia, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Panamá, Paraguay y Perú.

En el siguiente mapa se muestran los países en los que el Grupo Banco Popular ha desarrollado su acción social, bien a través de la financiación de proyectos concretos o bien mediante la concesión de ayudas económicas a estudiantes.

Figura 7. Distribución geográfica de la Acción Social del Grupo Banco Popular - 2008



6.2.3. Proyectos más significativos

Escuela Superior de Enfermería (Kinshasa, República Democrática del Congo)

En la República Democrática del Congo hay actualmente pocos enfermeros y sin la adecuada formación, lo que supone un freno importante para la mejora del estado de salud de la población. Ante esta necesidad y con el apoyo económico de diversas agencias de cooperación europea y otras instituciones surge esta escuela que ofrece una enseñanza de calidad con material didáctico de primer nivel. Tiene capacidad y medios para que, en sus tres cursos, 150 alumnas aseguren su formación continua y profesional como enfermeras. Dispone igualmente de

ciclos de formación profesional para postgraduados, centrados fundamentalmente en higiene hospitalaria y educación para la salud. Se estima que el proyecto repercute en más de 60.000 personas, en su mayoría niños, que constituyen la población en un radio de 3 kilómetros. Las alumnas pagan la mitad de los gastos reales; a pesar de ello muchas no pueden sufragar esa cantidad y se les busca una beca de estudios. La mayoría de las alumnas que han terminado trabajan en los hospitales de Kinshasa o en otras regiones del interior del país. En estos últimos años, las investigaciones y trabajos se han centrado sobre todo, en la protección del personal sanitario frente al SIDA y en el estudio del uso de los centros de salud por la población.

Programa de formación laboral para inmigrantes (Villaverde, Madrid)

Dotación económica para que 190 jóvenes inmigrantes en riesgo de exclusión y residentes en la Comunidad de Madrid participen en programas de formación –tanto básica como específica, hostelería, mecánica, informática, etc– que les facilite el arraigo en España, el acceso al mercado laboral y, en su caso, el autoempleo. El programa cuenta con acuerdos de colaboración con empresas de diversos sectores que se comprometen a la inserción de un determinado número de alumnos, a colaborar económicamente y a la aportación de profesionales para las clases prácticas. Más allá de las acciones meramente formativas, se presta igualmente una gran atención a la situación personal de los alumnos mediante tutorías personales y colectivas que posibiliten su desarrollo personal. La Asociación promotora tiene más de 15 años de experiencia en el apoyo a colectivos con grandes carencias sociales, económicas y afectivas y en la realización con éxito de programas de garantía social.

Centro Educativo Técnico Laboral (Ciudad de Guatemala, Guatemala)

Situado en un área marginal de la capital, el centro contribuye al desarrollo social y económico de la sociedad guatemalteca. Ofrece formación técnica profesional a jóvenes y adultos procedentes en su mayoría de barrios populares para facilitarles su inserción en el mercado laboral e incluso el acceso a la Universidad para aquellos que deseen continuar estudiando. Sus instalaciones comprenden talleres de electricidad, mecánica y electrónica industrial, aulas de dibujo técnico, laboratorios de ciencias y escuela de inglés.

Programa de promoción de la mujer rural (Kampala, Uganda)

La situación de la mujer del medio rural, que constituye la mayoría de la población femenina del país, es muy complicada. La costumbre y las prácticas tradicionales impiden que la mujer herede o adquiera la propiedad de la tierra y otros bienes; aún así deben seguir alimentando a la familia, a menudo sin el apoyo de los hombres. La finalidad de este proyecto es facilitar la formación técnica, especialmente en el campo de la hostelería, a un número de mujeres del campo para hacerlas autosuficientes y reducir sus recursos y los de sus familias, favorecer el crecimiento económico y la reducción del alto índice de

desempleo. Además, se incluyen programas itinerantes por las zonas rurales sobre alfabetización, salud, higiene, nutrición y primeros auxilios para madres de familia.

Centro de Formación Profesional (Manila, Filipinas)

Desde su creación en 1982 por un grupo de empresarios locales, esta escuela profesional de marcada dimensión social tiene como principales objetivos la formación de trabajadores cualificados y la contribución al desarrollo socioeconómico del país mediante la impartición de programas de formación profesional. Los programas, dirigidos a jóvenes y trabajadores en paro, combinan por espacio de dos años la formación teórica en sus aulas con la profesional *in situ* en alguna de las más de 100 empresas nacionales e internacionales que participan en el proyecto. El Centro acoge anualmente a más de 1.000 alumnos, en su mayoría de escasos recursos económicos, a los que se ofrece una alta cualificación profesional en electricidad, mecánica, informática u hostelería que les permita incorporarse al mercado laboral, incluso antes de la conclusión del curso.

Centro de Apoyo al Empleo (Abidjan, Costa de Marfil)

Las crisis consecutivas que ha padecido el país desde finales de los años 90 han contribuido a la desestabilización económica y al aumento de la vulnerabilidad de la población, especialmente de los jóvenes, afectando al desarrollo y a la cohesión social. Este centro de inserción y potenciación de competencias dedica sus recursos a reducir la extrema vulnerabilidad social de los jóvenes afectados por el fracaso escolar y violencia juvenil con el fin de desarrollar su integración laboral y social. Para ello pone en práctica diversos programas de orientación profesional, de apoyo al autoempleo y otras actividades genéricas (culturales, deportivas, técnicas) que permitan hacer de la juventud un elemento indispensable para el desarrollo sostenible del país.

6.2.4. Participación en otros proyectos

Además de los proyectos señalados en el epígrafe anterior, durante 2008, el Grupo ha participado –de forma más o menos relevante– y colaborado económicamente en otros programas y proyectos de acción social. A continuación se señalan los más destacados:

Centro de formación agrícola (Meki, Etiopía)

Meki es una ciudad rural de 45.000 habitantes, principalmente de origen nómada dedicada a la agricultura de subsistencia, a la ganadería y al pequeño comercio. Pese a estar bien comunicada carece de infraestructuras adecuadas, especialmente educativas. El Grupo ha prestado su ayuda para construcción de un centro de formación que sirva para introducir mejoras en las técnicas de producción agrícola y la comercialización de los productos.

Construcción de un Centro Infantil (La Paz, Bolivia)

Ayuda para la construcción de una guardería en un barrio de la ciudad de La Paz en el que residen alrededor de cuarenta mil personas, de las que aproximadamente el 80% viven en una situación de escasez de recursos y rodeadas de muy difíciles condiciones de vida. El centro, actualmente en la segunda fase de construcción, dispondrá de 60 plazas para niños entre 0 y 4 años. Se ha planteado como un espacio seguro, cercano y de confianza destinado al cuidado y educación de los niños cuando sus padres se encuentran fuera de casa.

Estudios de postgrado para profesionales iberoamericanos (Madrid, España)

Jóvenes profesionales procedentes de Argentina, Perú, Ecuador, México, Colombia y Chile, que carecen de recursos económicos suficientes pero que consideran que la educación es un factor clave para el desarrollo social de su país, completan su formación en España con la realización de un máster en *Dirección de Centros Educativos*.

Programa de Microcréditos de estudios (Lambaré, Paraguay)

La financiación aportada por el Grupo Banco Popular al programa desarrollado por la Promoción Claretiana de Desarrollo de Paraguay permitirá que una veintena de jóvenes puedan iniciar sus estudios universitarios. Los estudiantes, sin capacidad económica ni posibilidad de acceso al crédito bancario, proceden de familias muy humildes de Lambaré, suburbio de la capital del país.

Estudios universitarios para jóvenes (Chokwe, Mozambique)

Once jóvenes de Chokwe, distrito agrícola situado a más de 200 kilómetros de la capital mozambiqueña, continuarán con sus estudios universitarios en diversas facultades del país africano. La ayuda concedida permitirá que estos estudiantes de Ciencias de la Educación,

Economía, Derecho y Enfermería puedan abonar sus matrículas y hacer frente a los gastos que les ocasiona cursar sus estudios fuera de su lugar de residencia.

Proyecto Ciber@buelo (Madrid, España)

Las Nuevas Tecnologías han sido la herramienta a través de la cual un Centro de Garantía Social del distrito madrileño de Carabanchel ha conseguido promover las relaciones intergeneracionales entre sus alumnos y los residentes del barrio, en su mayor parte de la tercera edad y con los que en ocasiones habían surgido problemas de convivencia. La utilización de los espacios del Centro, la experiencia de sus profesionales, la organización de actividades compartidas y ejerciendo los alumnos como profesores de informática para los mayores han creado nexos de unión y eliminado los celos entre ambos colectivos.

Centro de Formación Profesional (Sokone, Senegal)

Este proyecto tiene como objeto la formación teórica y práctica en diversas profesiones (carpintería, mecánica, construcción, confección, peluquería...) a jóvenes de entre 13 y 18 años de la población de Sokone y alrededores, con el fin de facilitar su inserción laboral. Gracias a esta formación muchos de estos jóvenes que, en su mayoría no habían estudiado nunca o que habían abandonado sus estudios, encuentran una salida laboral en su propio territorio sin verse obligados a emigrar y contribuyendo al desarrollo de sus comunidades.

Programa de Microcréditos y de asistencia técnica rural (Paraguay)

Participación por segundo año en el programa de microcréditos que la *Fundación Microsol* puso en marcha en 2007 para impulsar el desarrollo en los departamentos paraguayos de La Cordillera, Central y San Pedro. Los 830 beneficiarios, hombres y mujeres, son en su mayoría pequeños agricultores, ganaderos y comerciantes con un índice nulo de bancarización. Reciben también asesoramiento profesional sobre técnicas que les permitan la continuidad de sus negocios.

Escolarización de niños de la guerra (Man, Costa de Marfil)

Después de casi cinco años de guerra civil, muchas familias carecen de recursos económicos para sufragar la educación de sus hijos. Con este programa se favorece la escolarización de 83 chicos y chicas que cursan el primer ciclo de Educación Secundaria y que proceden de familias pobres o empobrecidas a causa del conflicto bélico.

Centro de Cuidados Laguna (Madrid, España)

Iniciativa sociosanitaria cuyo fin es la atención integral y continuada al paciente -tanto privado como proveniente de la sanidad pública- que requiere cuidados paliativos, así como el asesoramiento y asistencia a sus familiares. Además de la unidad de ingreso hospitalario, el centro cuenta con un hospital de día, equipos de atención a domicilio y otros servicios sanitarios.

Programa de Microcréditos (Machakos, Kenya)

Iniciado en 2007 en colaboración con la ONG *Caridad, Infancia y Desarrollo*, este programa ha permitido durante el pasado año que habitantes, principalmente mujeres, del distrito de Machakos hayan podido mejorar sustancialmente sus condiciones de vida mediante la apertura de pequeños comercios y la adquisición de animales de granja para la venta posterior de sus productos.

Junto a la financiación de este tipo de proyectos se han realizado, además, otras contribuciones económicas, bajo diversas fórmulas y cuantías, que han hecho posible el acceso al estudio y la formación de personas individuales. El número de beneficiarios de estas ayudas ha sido de 1.577 personas, 306 más que el año anterior de 40 nacionalidades diferentes.

6.2.5. Colaboración con otras instituciones

El Grupo Banco Popular facilita medios y capacidad de gestión para el cumplimiento de sus fines a otras ONGs y entidades sin ánimo de lucro además de ayudarles económicamente. Muchas de estas acciones, que destacamos a continuación, no tienen un coste cuantificable.

El Grupo está presente y colabora, directa o indirectamente, con las siguientes fundaciones:

- *Fundación Empresa y Sociedad*
- *Fundación de Estudios de Economía Aplicada (Fedea)*
- *Fundación Príncipe de Asturias*
- *Fundación de Ayuda contra la Drogadicción*
- *Centro Internacional Trabajo y Familia (IESE)*
- *Fesmai - Ayuda a la Infancia*
- *Fundación Síndrome de Down*
- *Fundación Galicia Emigración*

- *Fundación Mario Losantos del Campo*
- *Fundación Moncloa 2000*
- *Secot*
- *Fundación ONCE*
- *Fundación Orfeo Catalá - Palau de la Música Catalana*

Asimismo, la acción social del Grupo se canaliza a través de aportaciones económicas a diócesis, congregaciones y diferentes asociaciones y fundaciones españolas; el Grupo aportó durante 2008 un total de 1,04 millones de euros.

Por otra parte, con el objetivo de potenciar el desarrollo y la carrera de jóvenes profesionales con discapacidad, el Grupo Banco Popular colaboró con la *Fundación ONCE* en los Programas de Formación Superior en Finanzas y Recursos Humanos que dicha fundación puso en marcha en el segundo trimestre de 2008. La participación del Grupo, como miembro del Consejo Asesor constituido en cada uno de los programas, se concretó en varios aspectos; impartiendo sesiones prácticas complementarias a los alumnos; colaborando en el reclutamiento de alumnos mediante la difusión de la convocatoria y promoviendo el empleo de los participantes en el programa.

Campañas

El Grupo colabora anualmente con las siguientes entidades:

- *Aldeas Infantiles*, en la campaña anual de venta de felicitaciones navideñas a través del Banco de Galicia.
- *Cáritas*, en la campaña anual "Día de la Caridad" y durante el año 2008 en la campaña "Cáritas con África".
- *Cruz Roja*, en el Sorteo anual del Oro y a lo largo del año 2008 en la campaña "Crisis Alimentaria Mundial".
- *Domund*, en la campaña anual de octubre y con *UNICEF* en la campaña anual de Navidad.
- *Entreculturas* y *Cruz Roja*, desde 2008, en la campaña "Dona tu móvil".

Se ha aprovechado la celebración del III *Campus Pau Gasol - Grupo Banco Popular* para que participaran chicos y chicas cuya asistencia a este tipo de acontecimientos, por diferentes circunstancias (familiares, sociales...) no es habitual. Por ello se trabajó

conjuntamente con un grupo de organizaciones que se caracterizan por sus acciones en apoyo y defensa de la infancia y la juventud (*UNICEF, Manos Unidas, Aldeas Infantiles, Cruz Roja, Cáritas, Ciudad de los Muchachos*) para seleccionar a un grupo de jóvenes al que la trayectoria profesional del jugador de baloncesto y los valores que representa puedan ser un aliciente en el camino a seguir.

En el mes de mayo, el Grupo participó en el torneo benéfico de padel que la *Fundación Konecta* organizó en Madrid. Tres parejas representaron al Banco en el torneo, cuyo objetivo principal era recaudar fondos para el *Proyecto BIT (Bases Informáticas y Tecnológicas) de la Fundación Síndrome de Down* de Madrid y financiar un aula formativa en la Universidad Complutense, que permita aprender el uso de las Nuevas Tecnologías a personas con síndrome de Down y favorecer su integración social.

Además, durante el mes diciembre de 2008, el Grupo colaboró con *Mensajeros de la Paz, la Fundación Crecer Jugando e Iberia* mediante la donación -por un importe superior a 12.000 euros- de juguetes y otros objetos destinados a niños de países de países desfavorecidos. El principal objeto de estas campañas es la contribución al desarrollo y crecimiento pedagógico de niños pertenecientes a comunidades donde habitualmente la infancia carece de juguetes.

Ayuda a Emergencias

Para contribuir a remediar 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.ayudaemergencias.org*, a la que se puede acceder directamente o a través de la web corporativa. En ella se informa de todas las cuentas abiertas para las últimas catástrofes y urgencias en vigor y se pueden realizar aportaciones a la cuenta solidaria que se desee desde Banca Electrónica o desde cualquiera de las sucursales del Grupo. Todas las transferencias están libres de gastos.

A 31 de diciembre de 2008, se encuentra disponible la posibilidad de colaborar, a través de Ayuda a Emergencias, en las siguientes situaciones:

- **Ciclón Nargis:** Ayuda a las víctimas de varias regiones de Myanmar.
- **Emergencia en Oriente Próximo:** Ayuda humanitaria a la franja de Gaza.
- **Ciclón en Bangladesh:** Recaudación de fondos para la reconstrucción del suroeste del país.
- **Terremoto en Perú:** Apoyo a los damnificados por el terremoto del pasado mes de agosto.
- **Emergencia en Indonesia:** Asistir a las víctimas del terremoto que ha assolado la región de Bantul.
- **Emergencia en África:** Ayudar a los habitantes de este continente con la peor sequía de la última década.

Ayudas en especie

Engloban distinto tipo de ayudas materiales a colegios, fundaciones, instituciones religiosas o misiones para el desempeño de sus actividades, celebración de actos culturales y campañas anuales.

Se han entregado productos de campañas comerciales a *Caritas, Cruz Roja*, fundaciones, *Centros de Garantía Social y Asociaciones de Ayuda al Desfavorecido*, entre otros. También se ha destinado a este tipo de instituciones material informático y mobiliario retirado de oficinas. Dentro de este capítulo se contempla también la asistencia a instituciones religiosas en el mantenimiento de sus páginas web.

En 2008 el Grupo donó a la *Fundación Bip Bip* 2.142 equipos informáticos (1.462 CPU y 680 monitores) que se han destinado a diferentes asociaciones, fundaciones y organizaciones nacionales y extranjeras para difundir el conocimiento de las Nuevas Tecnologías entre los grupos de población más desfavorecidos (menores en riesgo, discapacitados físicos y psíquicos, ancianos).

Por quinto año consecutivo el Grupo ha estado presente, mediante la donación de material procedente de su stock comercial, en *Nato Wives Bazaar*. Este evento, organizado desde hace 40 años por la representación militar de los países miembros de la Alianza Atlántica tiene por objeto recaudar fondos que se destinan a financiar organizaciones sociales europeas.

Como ayuda en especie cabe considerar igualmente la cesión de espacios gratuitos en publicaciones del Grupo para la difusión de *Cruz Roja, Ideas - Comercio Justo, Fundación Entreculturas, Fundación Apadrina un Árbol, Fundación Aixec y Acción Contra el Hambre*, entre otras.

Financiación a Partidos Políticos y Sindicatos

El Grupo Banco Popular respeta las diferentes posiciones políticas sin mostrar adhesión ni preferencias por ninguna de ellas. Igualmente, el Banco entiende y valora la actividad de los Sindicatos. Parte siempre del supuesto de que entienden la Entidad como algo que en ningún momento les puede resultar ajeno. Como refleja el Libro de Estilo del Grupo, "están en el mismo barco".

Las peticiones de créditos o de cualquier otro tipo de

colaboración por parte de Partidos Políticos, Sindicatos y Fundaciones o Asociaciones afines son informadas y dictaminadas por los analistas como si proviniesen de cualquier empresa de servicios, sin influencia alguna de la ideología política del solicitante.

Durante 2008, se han realizado en España 183 operaciones -exclusivamente para la financiación de campañas electorales y de necesidades de tesorería o de concesión de avales- por un importe total de más de 79 millones de euros, según el detalle de la siguiente tabla.

Tabla 51. Financiación a Partidos, Sindicatos y Asociaciones afines - 2006/2008

	2008		2007		2006	
	Importe (miles de euros)	Operaciones concedidas	Importe (miles de euros)	Operaciones concedidas	Importe (miles de euros)	Operaciones concedidas
Partidos políticos	57.618	30	47.282	45	8.712	18
Sindicatos	19.603	140	24.761	150	25.383	198
Asociaciones Afines	2.488	13	6.729	14	6.173	13
TOTAL	79.709	183	78.772	209	40.268	229

6.2.6. Financiaciones Preferentes

Microcréditos

A lo largo de 2008 el Grupo Banco Popular, al igual que en años anteriores, ha colaborado en la financiación de diferentes programas de microcréditos de marcado carácter social a través de la Fundación. Estos microcréditos facilitan el acceso a servicios financieros a personas sin recursos pero con gran capacidad emprendedora, lo que les permitirá mejorar sus condiciones de vida. Durante el año el Grupo ha colaborado en dos programas de microcréditos en Paraguay y uno en Kenya.

Además de esta modalidad de financiación, continuando con el firme apoyo que el Grupo Banco Popular ha venido prestando a los autónomos y PYMES y con la intención de impulsar la actividad empresarial en el difícil entorno económico actual, el Grupo ha suscrito un nuevo acuerdo de financiación con el *Instituto de Crédito Oficial (ICO)*.

Convenios ICO

Estas líneas de financiación preferente ayudan a la creación de nuevas empresas, así como a su internacionalización. Asimismo permiten aumentar la competitividad de diversos sectores facilitando la financiación necesaria para la mejora de sus procesos de fabricación.

Varios convenios, orientados al desarrollo de áreas económicas con especial relevancia en el ámbito social y medioambiental han estado vigentes durante el año 2008. Entre ellos, cabe mencionar las siguientes líneas:

- Mejora de la competitividad de determinados sectores (textil, calzado, comercio, juguete)
- Internacionalización de la empresa española
- Financiación de las inversiones del parque de vehículos de los profesionales del transporte
- Recuperación de áreas geográficas que han sufrido incendios, sequías o heladas, como los créditos concedidos a los afectados por las inundaciones de la Comunidad Valenciana.

- *Plan Avanza 2006/2010*, destinado a impulsar la incorporación de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones en las PYMEs y facilitar el acceso a estas tecnologías a los ciudadanos en general y, en particular, a los jóvenes y los universitarios. La financiación se realiza a tipo "cero".
 - Plan para reactivar el Sector Pesquero, que tiene como finalidad establecer un marco financiero preferente a favor de las empresas armadoras de buques pesqueros. La financiación es también a tipo "cero".
- Los beneficiarios de estos créditos tienen el siguiente perfil:
- Personas físicas, que tengan la consideración de empresarios.
 - 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.

Tabla 52. Principales convenio ICO suscritos por Grupo Banco Popular y destino de los fondos - 2008

Convenio	Destino de los Fondos	Número de Operaciones	Importe
PYMES 2008	Pequeñas y medianas empresas	5.757	377.770.088
INTERNACIONALIZACIÓN Tramo I y II	Inversiones españolas en el exterior	9	1.186.000
EMPRENEDORES Tramo I y II	Empresas de reciente creación	22	1.006.753
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Empresas de más de 50 trabajadores	28	13.078.861
ICEX .- Aprendiendo a exportar	Salida al exterior de la empresa española	35	2.754.231
TRANSPORTE 2008	Sector Transporte (mercancías y viajeros)	111	7.931.451
PLAN AVANZA (TIC, Jóvenes/Universitarios y Ciudadanía Digital)	Incremento de Tecnologías en la información	3.096	22.050.479
TEXTIL, COMERCIO, CALZADO Y JUGUETE	Apoyo financiero en la mejora de sus procesos de fabricación	7	1.422.717
DGT	Ayuda a los jóvenes en la obtención del Permiso de Conducir	472	451.448
INUNDACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Ayuda a afectados por inundaciones en la Comunidad Valenciana	10	142.431
PLAN REACTIVACIÓN SECTOR PESQUERO	Desarrollo del Plan de Reactivación del Sector Pesquero Español	30	30.086.351
TOTAL		9.577	457.880.810

Financiaciones para PYMEs

El Grupo mantiene líneas de financiación preferentes para PYMEs a través de acuerdos con el *Banco Europeo de Inversiones (BEI)*, del *Institut Catalá de Finances* y de *Instituto de Finanzas de Castilla-La Mancha*.

La línea de crédito concedida por *BEI* favorece proyectos que persigan los siguientes objetivos:

- Pequeños y medianos proyectos en industria, turismo y servicios dirigidos al ahorro energético en España.
- La protección del Medio Ambiente y la creación de infraestructuras en los sectores privados, público y semipúblico.
- Proyectos en los sectores de educación, energía, sanidad y vivienda.

Esta línea tiene un importe total de 200 millones de euros y ha sido utilizada en su totalidad, debido a la magnífica acogida que ha tenido entre los clientes del Grupo.

Por su parte, el *Convenio con el Instituto de Finanzas de Castilla-La Mancha*, cofinanciado por los Fondos Estructurales de la Comisión Europea, está destinado a financiar proyectos de inversión de las PYMEs en Castilla-La Mancha y ha estado en vigor hasta el 31 de diciembre de 2008.

El *Institut Catalá de Finances* tiene como objetivo con la línea *ICF CREDIT* mejorar los instrumentos de financiación con condiciones de mercado ventajosas a los autónomos y las PYMEs, para financiar proyectos de inversión que se desarrollen en territorio catalán. Este convenio estará vigente hasta el 5 de julio de 2009.

A lo largo del ejercicio 2008, se han formalizado 2.011 operaciones a través de estas líneas de crédito, con un importe que supera los 211 millones de euros, según el siguiente detalle:

Tabla 53. Otras operaciones preferentes para PYMEs financiadas a través de convenios por Grupo Banco Popular - 2008

Convenio	Destino de los Fondos	Número	Importe
Banco Europeo de Inversiones-PYMEs	PYMEs	1.900	200.000.000
Instituto de Finanzas de Castilla-La Mancha PYMEs-FINANZAS	PYMEs Castilla-La Mancha	3	1.620.606,94
ICF "Institut Catalá de Finances"	PYMEs y Microempresas de Cataluña	108	9.651.601,58
TOTAL		2.011	211.272.208,52

Dentro del grupo de Financiaciones Preferentes cabe destacar el acuerdo suscrito con la *Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)* por el que el Grupo ofrece una línea de financiación de hasta 3.000 millones de euros con el fin de impulsar actuaciones encaminadas a la mejora de la competitividad de las empresas españolas. Además de la financiación, el Grupo pondrá a disposición de las empresas, soluciones financieras adecuadas a la naturaleza de los distintos negocios y proyectos empresariales.

Por otro lado, en Portugal, la línea de crédito cofinanciada por el BEI, llamada *BNC - Empréstimo Global I* ha estado vigente hasta el día 6 de Diciembre de 2008 y ha sido utilizada al 100%. Esta línea apoyó inversiones de

las PYMEs de sectores como el industrial, comercio, turismo, salud y educación. Los proyectos de ahorro de energía, protección del Medio Ambiente, salud y educación son áreas preferentes para esta línea de financiación, que también permite financiar infraestructuras regionales como, por ejemplo, el saneamiento básico en determinados municipios.

La línea *BNC - Empréstimo Global I* apoyó 330 financiaciones por un valor medio de 151.515 euros, en proyectos con un mínimo de 40.000 euros y un importe global de financiaciones del Banco superior a los 100 millones de euros; todo ello, sin considerar otros apoyos destinados a tesorería e inversiones no elegibles de los proyectos apoyados.

Proyectos del Sector Centros Asistenciales

Durante el año 2006, se autorizó la colaboración para la financiación destinada a la construcción y explotación de 22 centros asistenciales ubicados en diferentes

Comunidades del territorio español en régimen privado, concertado con la Administración Pública y de concesión. En 2008, esta colaboración, cuyo valor asciende a 5 millones de euros, ha seguido manteniéndose, como se desprende del cuadro que presentamos a continuación.

Tabla 54. Proyectos del Sector Centros Asistenciales - 2008

Localización	Número de Centros Asistenciales	Año de Inicio	Financiación máxima acordada por el GBP
Cantabria	1	2006	
Castilla-La Mancha	3	2006	
Castilla-León	3	2006	5.000.000
Cataluña	5	2006	
Madrid	10	2006	
TOTAL	22		5.000.000

Por último destacar que la mayoría de las operaciones financieras de envergadura -aquellas de un importe superior a los 2 millones de euros- se coordinan por el departamento de Banca Mayorista. Si bien el Grupo no ejerce su actividad en países donde los Derechos Humanos sean objeto de especial preocupación por riesgo a su vulneración, Banca Mayorista tiene en cuenta este tipo de cuestiones a la hora de evaluar sus operaciones.

En base al compromiso del Grupo con el Pacto Mundial, no se entiende necesario la inclusión de cláusula alguna relacionada con los Derechos Humanos, salvo en aquellos casos en que cualquiera de las partes así lo solicite o se considere que tengan riesgo de ser vulnerados. En este sentido, durante 2008, se firmaron dos préstamos sindicados en Estados Unidos y Canadá, en los que se hace especial reconocimiento del derecho a la salud de las comunidades donde se desarrollan las actividades objeto de financiación.

6.2.7. Fondos de inversión y Fondos de titulización

Fondos de inversión

En el marco de colaboración entre Popular Banca Privada y *Dexia Asset Management*, la unidad de Banca Privada del Grupo, distribuye la SICAV *Dexia Sustainable*. Con más de 17.000 millones de euros de activos bajo gestión, *Dexia Asset Management* es líder a nivel europeo en Inversión

Socialmente Responsable (ISR), campo en el que opera desde 1996. Con un equipo dedicado al análisis extra-financiero de las empresas, *Dexia* pone en práctica un proceso de inversión que aúna la selección basada en criterios puramente financieros con el estudio de factores de Responsabilidad Social Corporativa.

La *SICAV Dexia Sustainable* consta de 14 compartimentos, lo que permite al inversor construir enteramente su cartera según sus preferencias.

PBP BIOGEN, FI. *PBP Biogen, FI* es un fondo de inversión gestionado por Popular Gestión Privada SGIIC SA 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 la *Fundación para la Investigación Médica Aplicada (FIMA)* para el desarrollo de sus proyectos de investigación. *FIMA* colabora con Popular Gestión Privada en la selección de valores, sobre todo en el campo de la biotecnología. Por su orientación inversora, se adapta a las preferencias de muchos clientes de Banca Privada.

El valor total de los fondos gestionados por el Grupo asciende a 8.901 millones de euros, de los cuales 2,9 pertenecen al fondo *PBP BIOGEN FI*, lo que supone un 0,03% del total gestionado. A esto hay que añadirle la comercialización de la SICAV *Dexia Sustainable* cuyo valor patrimonial asciende a 16.100 millones de euros.

Fondos de titulización

GAT FTGENCAT 2005, FTA. En diciembre de 2005, se constituyó el fondo de titulización *GAT FTGENCAT 2005, FTA*, al que Banco Popular cedió derechos de crédito frente a empresas y empresarios no financieros catalanes, de las cuales al menos el 80% eran PYMEs por importe de 200 millones de euros. El 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 PYMEs catalanas.

IM BANCO POPULAR FTPYME, I y II - IM GRUPO BANCO POPULAR FTPYME, I y II .

Con objeto de favorecer la financiación de PYMEs, *Intermoney Titulización*, sociedad gestora de *Fondos de Titulización, S.A.*, constituyó los siguientes fondos:

- En diciembre de 2004, *IM BANCO POPULAR FTPYME I, FONDO DE TITULIZACIÓN DE ACTIVOS*. El Banco

Popular cedió derechos de crédito derivados de operaciones de financiación a PYMEs, de los que era titular por importe de 2.000 millones de euros.

- En noviembre de 2006, *IM GRUPO BANCO POPULAR FTPYME I*. El Banco Popular y los Bancos de Andalucía, Castilla, Crédito Balear, Galicia y Vasconia cedieron derechos de crédito con idénticas características, por importe de 2.030 millones de euros.
- En julio de 2007, *IM GRUPO BANCO POPULAR FTPYME II*. Al igual que en el caso anterior, se cedieron derechos de crédito con las mismas características, por importe de 2.039 millones de euros.
- En septiembre de 2008, *IM BANCO POPULAR FTPYME II*, respaldado por derechos de crédito originados por Banco Popular de iguales características e importe de 1.000 millones de euros.

De acuerdo con las Órdenes Ministeriales que regulan Convenios de Promoción para la financiación empresarial, el Banco se ha comprometido a reinvertir al menos el 80% de la liquidez obtenida como consecuencia del proceso de titulización en la financiación de PYMEs no financieras domiciliadas en España.

7. EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE EL MEDIO AMBIENTE

El Grupo Banco Popular mantiene su firme compromiso con la protección y conservación del Medio Ambiente, así como con la prevención de la contaminación. Durante 2008, el Grupo no ha recibido ninguna multa o sanción por incumplimiento de la normativa medioambiental.

La Política Ambiental del Grupo tiene reflejo en las iniciativas de organización y funcionamiento interno y en la financiación de proyectos de conservación y desarrollo medioambiental promovidos por instituciones públicas y privadas. Así, la actuación del Grupo en materia medioambiental se concreta en las siguientes líneas:

- **Cumplimiento de la legislación medioambiental vigente de ámbito comunitario, nacional y local**, aplicable a los procesos, instalaciones y productos y servicios, así como aquellos otros compromisos que en esta materia hayan sido asumidos de forma voluntaria por el Grupo.
- **Dirección y supervisión del desempeño medioambiental desde el Consejo de Administración** y a través de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses, que es la competente en materia de Responsabilidad Social Corporativa.
- **Integración de las consideraciones ambientales en la gestión global de la organización**, para garantizar el cumplimiento de los objetivos y metas ambientales a través de un proceso de planificación, implantación, revisión y mejora continua de los procedimientos.
- **Puesta en marcha de las mejores prácticas ambientales** en la operativa diaria, incluyendo:
 - Minimización y segregación de los residuos.
 - Ahorro y uso sostenible de los recursos.
 - Consideración de criterios de eficiencia y ahorro energético.
 - Gestión y uso eficiente del agua.
 - Políticas de compra verde.
- **Promoción de los principios del Pacto Mundial** y su incorporación en los procesos de selección de proveedores.

- **Elaboración y difusión de actuaciones de formación, sensibilización y motivación medioambiental dirigidas a los empleados**, en lo que se refiere al uso de prácticas orientadas al desarrollo sostenible de la actividad diaria.

El Grupo, a través de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses, ha hecho públicas estas directrices plasmándolas en su Declaración de Política Medioambiental. La política voluntariamente aceptada se ha difundido a través de la web corporativa y se ha hecho llegar a todos los empleados mediante un comunicado publicado en Intranet que estimula su colaboración y solicita su compromiso con el desarrollo sostenible.

Para reforzar los principios establecidos por la Política Medioambiental, la Dirección General en su reunión de 18 de febrero de 2008 acordó, además del nombramiento del Director Ambiental, la creación del Comité de Medio Ambiente, que se ha consolidado como el canal de comunicación entre los empleados y la Alta dirección.

El Comité tiene como misión coordinar, supervisar y revisar todos los aspectos ambientales, así como proponer los objetivos y metas ambientales del Grupo, velando por el cumplimiento de la Política Medioambiental.

Con respecto a la intención de voto del Grupo en relación a cuestiones medioambientales planteadas internamente y en sociedades donde se tiene participación, dichos votos se emiten con el máximo respeto a las directrices fundamentales que recoge la Declaración de Política Medioambiental persiguiendo siempre la conservación del entorno. Esta práctica resulta de aplicación no solamente a aquellas empresas en las que el Grupo ostente una participación, sino a todas sus sociedades filiales.

Durante este ejercicio, el Grupo ha sido incluido en el *Ethical Global Index*, según comunicación recibida por *E-Capital Partners*, empresa líder en Corporate Finance. Éste índice está integrado por 300 empresas de todo el mundo seleccionadas en base una serie de criterios éticos y

medioambientales y que se recomiendan a los efectos de llevar a cabo una inversión socialmente responsable.

Los criterios que utiliza *E-Capital Partners* para la construcción de los índices se basan principalmente en la *Declaración de Derechos Humanos* de Naciones Unidas, en opiniones de sus propios clientes sobre el comportamiento sostenible de las empresas, en estudios realizados por instituciones académicas como *Wharton Business School* o *INSEAD* y en las recomendaciones de ONGs relacionadas con cuestiones éticas y ambientales.

La inclusión del Grupo en el índice es muy positiva pues constituye una referencia a la hora de identificar empresas que actúan a favor del desarrollo sostenible, especialmente en el ámbito de la economía, la ecología y los asuntos sociales, situándose por encima de la media de su sector en lo que se refiere a responsabilidad social y ambiental.

7.1. Análisis del riesgo medioambiental financiero

El Grupo se plantea el riesgo ambiental como un factor más del análisis del riesgo de las empresas. La fiscalización y la regulación hacen imprescindible la presencia de este componente. En este sentido, consciente de que el riesgo ambiental financiero de las empresas puede influir significativamente en sus resultados financieros, el Grupo ha elaborado un modelo que permite evaluar dicho riesgo. Conocer la realidad del comportamiento ambiental de los clientes constituye un activo básico para mejorar esas prácticas y contribuir a la preservación del entorno. Se trata del primer paso para establecer una metodología que tome en cuenta el riesgo ambiental en la política de riesgos del Grupo.

El Grupo ha considerado evaluar el riesgo medioambiental y utilizar el valor calculado como complemento al *rating* financiero de una empresa para la toma de sus decisiones sobre sus operaciones de crédito. Se ha contado con los servicios especializados de *Wolters Kluwer*, una consultora internacional del máximo prestigio en la materia, para la elaboración de un estudio

de la cartera de clientes que permita elaborar un mapa de situación de la misma con respecto al riesgo ambiental financiero.

El proyecto de rating ambiental toma como base toda la cartera de empresas clientes. Se analizaron 462.491 empresas y los resultados ayudarán tanto para la toma de decisiones financieras, como para establecer directrices que incentiven a las empresas a actuar de forma respetuosa con el entorno.

Este proyecto ha permitido conocer los tramos de valores de riesgo ambiental en los que el Grupo tiene expuesto su capital y, de esta forma, anticiparse y tomar decisiones encaminadas a modificar su exposición en función de los valores de riesgo. Por otra parte, el hecho de que las empresas sepan que su componente ambiental es tomado en consideración por una entidad financiera, produce un efecto de toma de conciencia con respecto al cumplimiento de la legislación medioambiental.

Del estudio se desprende que tan sólo el 9,39% de la cartera lleva a cabo prácticas que podrían, en algún caso, resultar potencialmente contaminadoras y el 7,5% se ve afectado o puede verse afectado por la Ley de Responsabilidad Ambiental 26/2007. Este proyecto sienta las bases de una forma de trabajo que permite identificar con fiabilidad a los clientes potencialmente más contaminantes con la intención de poder fijar prácticas tendentes a minimizar el riesgo de impacto que tienen sobre el entorno. De esta manera, se ratifica el compromiso con el desarrollo sostenible que el Grupo ha hecho público a través de su Política de Medio Ambiente.

7.2. Proyectos de financiación con alto contenido medioambiental

Entre los proyectos de financiación con un especial beneficio social por favorecer la preservación del entorno natural, destacan iniciativas desarrolladas en el sector eólico, de biomasa, tratamiento de residuos y generación de biodiésel.

Tabla 55. Distribución de la financiación de proyectos con impacto medioambiental - 2001/2008

	Número de Proyectos	Número de Plantas	Año	Financiación máxima acordada por el GBP
Sector Eólico	26	94	2001-2008	273.570.056
Sector Residuos	1	1	2001	8.000.000
Sector Biomasa	8	17	2001-2008	66.893.323
Sector Solar	9	110	2007-2008	251.114.119
TOTAL	44	222		599.577.498

A continuación, se explica brevemente el papel que desempeñan estos proyectos financiados por el Grupo:

- **Sector Eólico:** Proyectos basados en el aprovechamiento de la energía eólica como fuente renovable para la producción de electricidad. A diferencia de otras tecnologías de generación eléctrica, la energía eólica reducirá la elevada dependencia energética de España.
- **Sector Residuos Sólidos Urbanos:** Este proyecto procesa una parte de los residuos generados en Vizcaya que no ha podido ser reciclada para convertir los residuos sólidos urbanos en energía eléctrica. Se contribuye así a resolver el problema de la gestión de las basuras domésticas, siguiendo las directrices de la Unión Europea. Debido a la saturación de los vertederos de Residuos Sólidos Urbanos, la construcción de esta
- planta de reciclaje resuelve un importante problema socioambiental.
- **Sector Biomasa:** De las plantas de tratamiento de purines y orujillo, se obtiene energía eléctrica que es utilizada en otros procesos que contribuyen al sostenimiento del Medio Ambiente, como la eliminación de los estiércoles líquidos del porcino o el secado del alperujo derivado de la producción de aceite. De la planta de producción de etanol, se obtiene dicha materia que sirve de aditivo a las gasolinas sin plomo mediante la utilización de trigo.
- **Sector Solar:** Proyectos destinados a la producción de lingotes de silicio de uso fotovoltaico y a la construcción y explotación de dos huertos solares.

7.3. Iniciativas de organización y funcionamiento interno

Tabla 56. Consumo del Grupo Banco Popular respecto a los principales indicadores de sostenibilidad - 2006/2008

INDICADORES	2008	2007	2006
PAPEL			
Consumo de papel en toneladas	1.076(*)	1.042	1.139
Consumo de sobres, en unidades	119.387.904	112.553.515	99.843.103
Correspondencia interna, sobres multiuso, en unidades	907.975	772.325	957.400
Toallas de lavabo, en unidades	14.320.000	13.665.000	11.325.000
Ahorro de sobres estimado por uso de correo integrado, en toneladas de papel	698,49	643,62	536,81
Consumo de cartuchos de tóner originales, en unidades	14.128	11.884	9.448
RECICLAJE			
Papel: Destrucción de archivo y documentación sensible, en toneladas	1.072,46	1.479,19	830,21
Reciclaje de toners usados, en unidades	15.276	11.546	12.768
Consumo de cartuchos de tóner reciclados, en unidades	11.836	13.865	18.596
ENERGIA			
Electricidad en Gigajulios	345.857	223.526	306.000
Gasoleo en Gigajulios	5.058,82	4.145,37	4.348,81
Emisión de CO ₂ en toneladas (electricidad + gasoleo)	24.264	24.082	32.859
Agua (Coste en euros. Procedente de la red de abastecimiento general de cada CCAA) (**)	544.765	453.509	426.095
CONSUMO DIRECTO DE ENERGIA EN GJ	350.915,82	227.671,37	310.348,81
CONSUMO INDIRECTO DE ENERGIA POR FUENTES PRIMARIAS GJ (***)			
Fuel	512.387,55	456.617	473.955
Gas Natural	225.829,56	-	-
Carbón	144.951,07	182.647	195.158
Nuclear	102.936,26	164.382	167.278
Hidráulica	16.805,92	45.661	46.466
Eólica	16.805,92	54.795	37.175
Biomasa	35.712,58	9.133	9.293
TOTAL	1.055.428,86	913.235	929.325

(*) El dato incluye, a diferencia de años anteriores, los consumos de Banco Popular Portugal y de las oficinas abiertas con motivo del Plan de Expansión.

(**) El importe en euros equivale a 363.177m³, procedente de la red de abastecimiento general de cada Comunidad Autónoma.

(***) Datos obtenidos del Banco Público de indicadores ambientales del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino y de *Energy Balance Sheet*.

7.3.1. Acciones de concienciación y difusión

En consonancia con la Declaración de Política Medioambiental, durante este ejercicio se han puesto en marcha un conjunto de acciones encaminadas a que los empleados tomen conciencia del impacto de su actividad personal y profesional sobre el Medio Ambiente. Se ha hecho un esfuerzo muy importante en esta materia con la intención de hacer llegar a todos su firme compromiso con el entorno natural.

El objetivo principal es incrementar la concienciación y educación ambiental de los más de 15.000 empleados, a través de la publicación de notas informativas, del préstamo de libros y realización de campañas y acciones medioambientales en las que los empleados puedan sentirse implicados.

El Grupo Banco Popular ha recibido este año el *XI Premio Garrigues Medio Ambiente* en su categoría de *Formación y Comunicación Ambiental*. Este galardón, que se ha consolidado como una referencia en el sector empresarial y entre las administraciones comprometidas con el entorno, distingue la gestión medioambiental, la innovación y la estrategia de sostenibilidad que ha llevado a cabo el Grupo. Asimismo, sirve de motivación tanto a las personas implicadas en los diferentes proyectos, como a la mayoría de la plantilla del Grupo, ya que ellos han hecho posible que se alcancen unos óptimos niveles de implicación y participación en las iniciativas acometidas para la potenciación de la sensibilidad ambiental.

Formación medioambiental

Durante 2008, se ha impartido formación presencial de carácter medioambiental a los empleados del Grupo que de alguna forma se ven implicados en aspectos relacionados con esta materia, con el objetivo de mejorar procedimientos y prácticas más favorables para el Medio Ambiente.

Una de las iniciativas se enmarcó en el *Programa de Gestión de Talento*. El programa, desarrollado por el Centro de Formación, está enfocado a la detección de potencial, el desarrollo y la formación de 300 empleados en habilidades directivas. Como cierre del programa, todos los participantes realizaron una actividad al aire libre vinculada a las acciones de formación, sensibilización y motivación medioambiental.

La actividad consistió en la repoblación de la Finca "Los Solanillos", perteneciente a la Diputación de Guadalajara, que fue devastada por un incendio en julio de 2005. Los empleados, con la ayuda del personal cualificado de la *Fundación Apadrina un Árbol*, realizaron tareas de silvicultura y resalveo para rehabilitar la zona.

Además, se ha asumido el compromiso de sustituir por otros los árboles que resulten malogrados en el futuro por cualquier causa. Como consecuencia de esta actividad el Grupo ha conseguido neutralizar 60 toneladas de las emisiones de CO₂ generadas por su actividad diaria.

Se finalizó con un acto de apadrinamiento de los árboles plantados en la parcela corporativa. A cada participante se le asignaron unas coordenadas *GPS* para poder localizar los árboles plantados.

Por otra parte, se han impartido cursos sobre Medio Ambiente a diferentes grupos de empleados con la intención de acometer una acción formativa dirigida a toda la plantilla durante este ejercicio. Destaca igualmente la gran acogida que ha tenido la cápsula formativa de Responsabilidad Social Corporativa, con contenidos medioambientales, que se publicó en el portal de formación.

Durante 2008 se aumentó el fondo bibliográfico de la biblioteca de RSC y Medio Ambiente creada en el ejercicio anterior. Se amplía así la divulgación de los textos y se mantiene al día de las novedades relacionadas con el desarrollo sostenible.

Campañas de racionalización de los consumos

A través del Portal del Empleado se han realizado diversas campañas de ahorro y racionalización de consumos. Todas las recomendaciones se engloban en un apartado específico de nueva creación que, ubicadas bajo el título "*¿Sabes cómo ahorrar?*", facilita su localización.

Las campañas se enfocaron principalmente a la racionalización del consumo de papel y agua. Se difundieron circulares, presentaciones y recomendaciones. En esta línea, el Grupo hizo público su compromiso sumándose al reto del agua propuesto por el Canal de Isabel II.

Apartado específico en Intranet para el Medio Ambiente

Se ha habilitado un espacio informativo a través de Intranet desde donde se difunden artículos de interés relativos al Medio Ambiente y se dan a conocer los proyectos relacionados con esta materia. Además de la difusión de la información, este apartado cumple con una importante misión de concienciación, mediante la inserción de recomendaciones y consejos prácticos, orientados al desempeño sostenible de la actividad diaria, tanto en el ámbito profesional como en el particular.

Se fomenta también la conciencia medioambiental entre los familiares de los empleados a través de este espacio. Así, por ejemplo, durante los meses de mayo y junio de 2008, se convocó entre los hijos de los empleados un concurso de relatos de temática relacionada con el entorno. Se invitaba a niños de hasta nueve años a escribir sobre la naturaleza en general; a los mayores de esa edad, se les proponía contar iniciativas sobre cómo cuidar el Medio Ambiente. Los premios entregados a los ganadores consistieron en libros y juegos educativos de temática medioambiental.

En esta línea de actuaciones, se ha puesto a disposición de la plantilla un buzón de correo electrónico para expresar sus opiniones, emitir sugerencias o compartir cualquier información de interés relativa al Medio Ambiente. Esta iniciativa se ha dado a conocer a través de una nota informativa en Intranet; desde su inicio, se han recibido numerosas comunicaciones que, además de aportar ideas, muestran el interés por la preservación del entorno de los empleados.

Conducción eficiente

Partiendo de los resultados obtenidos en 2007 relativos al ahorro de combustible derivado de la implantación del sistema de conducción eficiente -aproximadamente, 160 euros anuales por persona- y tomando como base los datos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, de la contaminación acústica, de los costes de mantenimiento de los vehículos y del estrés, el Grupo ha decidido dar continuidad a esta iniciativa promoviendo de nuevo estas recomendaciones entre

todas aquellas personas que conducen vehículos corporativos.

Compromiso de responsabilidad ambiental con proveedores y contratistas

El Grupo basa sus relaciones con los proveedores en principios éticos y buenas prácticas que, respetando los intereses de ambas partes, hagan posible obtener el máximo nivel de calidad y competencia en los productos y servicios contratados. Con este fin, ha redactado las *Condiciones Generales de Compras* que además de contemplar el respeto a los Derechos Humanos, la seguridad, la salud y los Derechos de los Trabajadores, prestan igualmente atención al aspecto medioambiental.

Se insta así a que el proveedor respete la legislación vigente en materia de protección del Medio Ambiente, procurando que se contemple la reducción de las emisiones nocivas, la manipulación y eliminación de modo seguro de los residuos peligrosos y el reciclaje de los productos y materiales empleados. Además promueve entre sus proveedores la diligencia para subsanar cualquier error que dañe el Medio Ambiente, la aplicación de tecnologías respetuosas con el mismo y el uso sostenible de los recursos.

Asimismo, el Comité de Medio Ambiente comunica la forma de proceder a las contratistas, cuando su actividad esté relacionada con los aspectos ambientales previamente identificados. Dichas contratistas firman igualmente un compromiso de comportamiento medioambiental responsable.

7.3.2. Edificación Sostenible

El Grupo aplica criterios medioambientales con respecto a la realización de obras de apertura y reforma de oficinas, tanto en la red comercial como en los Servicios Centrales.

En lo que se refiere a la neutralización o supresión de las emisiones de ruido que pudiera provocar la actividad, se han instalado pantallas de protección acústica en varios edificios a pesar de que cumplían los niveles de emisión permitidos para cada área de sensibilización. De este

modo, se aplican medidas correctoras en los casos en los que se transmite un nivel sonoro que pudiera ocasionar molestias.

En la misma línea de actuación, se ha instalado *Climaver Neto* en los conductos de aire acondicionado para conseguir una mayor absorción de los ruidos que pudieran generar las instalaciones. Esta actuación se está llevando a cabo desde 2007 en todas las obras realizadas.

Además, el Grupo se asegura de que el mobiliario de la mayoría de sus oficinas sea respetuoso con el Medio Ambiente y que su fabricante cumpla con los requisitos legales aplicables al diseño, fabricación y comercialización del producto concreto. Entre las condiciones exigibles al principal suministrador, se encuentra la prevención de la contaminación, la minimización de los impactos sobre el Medio Ambiente mediante la incorporación de tecnologías limpias, la mejora permanente de los sistemas de prevención, la reducción de la cantidad de residuos, la reutilización de materiales y la correcta manipulación de productos peligrosos. Se concede absoluta preferencia a los productos que han sido eco-diseñados y que cuentan, además con la Norma UNE ISO 14001:2004 y con la Norma UNE 150301. Todas estas condiciones han resultado determinantes a la hora de tomar la decisión de seleccionar al proveedor.

Otra de las premisas que el Grupo exige en la adquisición de mobiliario es que esté fabricado con madera que provenga de masas forestales sostenibles, acreditada mediante la posesión de la certificación *PEFC*, que asegura la trazabilidad de la madera procedente de bosques de tala protegida. Además, los productos adquiridos deben contar con la certificación *EPD*, *Environmental Product Declaration*, que permite conocer, minimizar y documentar los impactos medioambientales sobre siete aspectos claves en materia de sostenibilidad: generación de gases de efecto invernadero, lluvia ácida, degradación de los acuíferos, generación de *smog*, agotamiento de los recursos no renovables, generación de residuos no reciclables y producción de sustancias tóxicas.

La flota de camiones del principal proveedor de mobiliario está especialmente diseñada para ahorrar energía y minimizar la contaminación por hidrocarburos.

Igualmente, en sus fábricas utilizan sistemas de barnizado al agua que elimina la emisión de componentes orgánicos volátiles a la atmósfera y eliminan el PVC de todos sus productos.

Por último, la Dirección Ambiental participa en el proyecto de reubicación de todos los Servicios Centrales de Madrid en una sola sede corporativa. Se han incluido parámetros medioambientales exigentes en el pliego de condiciones requeridas a los estudios de arquitectura participantes en el referido proyecto. Se consideran aspectos tan relevantes como la optimización de los consumos, la prevalencia de la luz natural, la reducción de las emisiones de dióxido de carbono, la movilidad sostenible o la reutilización de materiales.

7.3.3. Gestión de residuos y programas de reciclaje

Los empleados del Grupo han continuado desarrollando determinadas prácticas sostenibles en materia de reciclaje, que durante el pasado ejercicio se dotaron de unas pautas de actuación específicas por las que los trabajadores pudieran guiarse. Se detallan a continuación.

Papel

La *Asociación Española de Fabricantes de Pasta, Papel y Cartón (ASPAPEL)* se encarga de la recogida selectiva de papel y cartón en el Grupo. Durante este ejercicio, *Carpa S.A.*, como gestor autorizado, ha retirado la cantidad de 1.228,69 toneladas de papel de los centros de trabajo. Esta cantidad, que se ha visto incrementada significativamente con respecto a 2007, evidencia que las campañas de sensibilización y concienciación llevadas a cabo han un surtido efecto.

A través de la implantación de ecopapeleras en los puestos de trabajo o zonas de mayor generación de papel, se ha incrementado y potenciado el material recogido entre los empleados del Grupo.

Para la debida destrucción y reciclado del papel clasificado como confidencial, las oficinas tienen instrucciones concretas para proceder a su envío al Centro Logístico utilizando la valija interna del Banco. Para

facilitar esta labor se dispone de un modelo especial de sobre en el cual se puede remitir con seguridad la documentación que posteriormente será destruida por un gestor autorizado en el Centro Logístico. De esta manera, se da cumplimiento a la normativa medioambiental y también a la relativa a la protección de datos de carácter personal.

Igualmente, el servicio de Reprografía del Grupo realiza, para las unidades que lo soliciten, blocs de hojas para notas con folios usados.

Baterías

El Grupo ha implantado un sistema integral de recogida de baterías a través de la instalación de contenedores específicos homologados en las zonas de reprografía de las diferentes oficinas.

Tóners

La práctica implantada implica que los empleados depositan los tóners agotados en la propia caja de cartón del repuesto. El personal autorizado lo recoge y se encarga de enviarlo diariamente al almacén de material donde se gestiona su reciclado y reutilización a través de gestor autorizado. Se mantienen abiertos contratos con diferentes proveedores, homologados por sus respectivas Comunidades Autónomas, para la retirada de cartuchos usados.

Residuos orgánicos

Los puntos donde habitualmente se generan este tipo de residuos, como las áreas de *vending* y las cocinas, cuentan con contenedores específicos para este material y otros diferentes como envases, vidrio o papel. De esta forma, tanto los usuarios como el personal de la contrata de limpieza, distribuyen los residuos oportunamente, colocando cada uno en su contenedor específico.

En el caso concreto del aceite de cocina usado, por su carácter altamente contaminante, se ha gestionado su depósito en contenedores debidamente homologados y su recogida por el gestor autorizado *Biogras S.L.*, quien lo reutiliza como materia prima para la producción de biodiesel.

Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos

El Grupo, desde hace varios años, ha puesto en práctica medidas destinadas a prevenir la formación de residuos eléctricos y electrónicos. Se fomenta su reutilización, reciclado y otras formas de valorización para reducir su cantidad y mejorar los resultados medioambientales de los agentes económicos implicados en la gestión del Grupo. Además, para minimizar la generación de estos residuos se han fijado criterios relativos a la limitación de la compra y utilización de aparatos que contengan sustancias peligrosas.

Determinados soportes de información como las tarjetas, disquetes, DVDs, CDs o USBs siguen un protocolo específico de eliminación de cualquier tipo de información contenida en los mismos que, además, implica la destrucción del material por gestor autorizado utilizando procedimientos totalmente respetuosos con el entorno. Si bien los CDs no son un residuo tóxico ni peligroso, los efectos negativos en el Medio Ambiente son causados por el desaprovechamiento de una materia prima potencialmente reciclable.

Durante 2007, bajo el denominado *Plan Renove* se vieron afectadas 1.663 oficinas; un 65% del total de oficinas del Grupo en España. Como consecuencia de esta iniciativa se destruyeron por gestor autorizado para el tratamiento de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos de acuerdo con la legislación vigente, 1.104 ordenadores, 1.938 pantallas, 724 impresoras y 447 equipos diversos. Aquellos equipos que se encontraban aún en disposición de procurar un buen funcionamiento se donaron a ONGs para atender diversos proyectos en distintos lugares del mundo. Concretamente, fueron 1.493 ordenadores y 729 pantallas los que se destinaron a 20 proyectos diferentes de 3 ONGs españolas.

En 2008, se ha completado la aplicación del Plan a las 2.582 oficinas del Grupo en España. Fueron sustituidos 3.118 ordenadores, 15.198 monitores CRT de 15 y 17 pulgadas por pantallas TFT de 19 pulgadas mucho más eficientes energéticamente (*Energy Star*), menos contaminantes y más saludables para los usuarios.

Retirados los residuos, se trasladan a una planta de tratamiento donde se recuperan todas las materias primas que pueden volver a utilizarse en un segundo proceso de fabricación (hierro, cobre, aluminio) y se neutralizan las sustancias tóxicas que puedan contener

(plomo, cadmio o mercurio). Con ello, el Grupo contribuye a evitar la sobreexplotación de recursos naturales limitados y la prevención de la contaminación del Medio Ambiente.

Teléfonos móviles: campaña *Dona tu móvil*

El Grupo Banco Popular se ha sumado a la campaña solidaria *Dona tu móvil* que, organizada por *Cruz Roja* y *la Fundación Entreculturas*, tiene por objeto dar una nueva utilidad a los teléfonos móviles que no se usan o no funcionan.

Con esta campaña, se persiguen tres fines: social (los ingresos generados con la reutilización de los móviles donados se destinan a proyectos humanitarios y socioeducativos), medioambiental (al recoger los móviles fuera de uso y promover su reutilización y reciclado) y educativo (fomentar la concienciación ecológica de los empleados, invitándoles a colaborar e implicarse directamente en el proyecto).

La empresa *Corporate Mobile Recycling* es la encargada de la recogida, reparación y reciclaje de los móviles. Una vez recogidos, se clasifican: los que no funcionan o son muy antiguos, se reciclan según los protocolos de protección medioambiental y tratamiento de residuos peligrosos; los que todavía pueden ser útiles se recuperan para su reutilización, entregando una cantidad de dinero por cada uno a *Entreculturas* y *Cruz Roja*.

Los fondos que se generan con la campaña se destinan a proyectos que ambas organizaciones tienen en funcionamiento. *Cruz Roja Española* destina el dinero a la crisis humanitaria de Darfur (Sudán) y *Entreculturas* los aplicará al desarrollo de proyectos en el ámbito de la educación en Iberoamérica y en África.

Al cierre de este ejercicio, son 1.525 los terminales que han sido donados por los empleados del Grupo, lo que ha supuesto un donativo de más de 2.300 euros.

Recogida de medicamentos

En España, se generan en torno a 32.000 toneladas al año de basura procedente de productos farmacéuticos. Estos medicamentos y sus envases son considerados material

peligroso para el Medio Ambiente ya que contienen composiciones químicas que pueden afectar al ecosistema una vez descompuestos.

El Grupo, considerando de interés para el entorno su participación en el reciclaje de estas sustancias, ha establecido a nivel nacional un procedimiento de retirada de productos de farmacia caducados de todos los botiquines ubicados en los centros de trabajo.

7.3.4. Uso de materias primas

Papel

En 2008 se ha reducido el consumo considerablemente. No obstante ha aumentado la cifra que recoge el peso en toneladas del consumo de este material porque, a diferencia de años anteriores, engloba los datos provenientes de Banco Popular Portugal además del derivado de las oficinas abiertas este año como consecuencia del Plan de Expansión.

Una de las iniciativas más importantes a favor de la reducción del consumo ha sido la decisión adoptada por el Departamento de Compras, en coordinación con el de Responsabilidad Social, para reducir en un 10% y de forma automática todos los pedidos de papel que se reciban desde las diferentes oficinas del Grupo; en el caso del papel blanco, se limitan las solicitudes a una caja por pedido, debiendo justificar el solicitante la necesidad del uso de ese tipo de material. Los empleados fueron informados mediante una nota que explicaba las razones de la iniciativa e incluía una serie de recomendaciones sobre el uso eficiente del papel.

Sin embargo, la medida que más repercusión ha tenido en el ahorro de papel ha sido la publicación del Informe Anual y del Informe de Responsabilidad Social Corporativa en formato electrónico, utilizando CDs como soporte para su distribución. Esta iniciativa ha permitido reducir la tirada de 9.900 ejemplares a aproximadamente 1.600. Esta acción no ha supuesto una menor difusión de información ya que las memorias contienen toda la información que habitualmente se venía ofreciendo. Solamente con esta medida se ha conseguido un ahorro de más de 2,7 millones de páginas, lo que equivale a unas 13,1 toneladas de papel, evitando además la emisión de 11,71 toneladas de CO₂.

Se han puesto en práctica otras medidas que fomentan de manera significativa el ahorro de papel:

- Los clientes que envíen facturas habitualmente pueden prescindir del envío del justificante de los adeudos, lo que implica una reducción significativa del número de cartas impresas y enviadas. Con esta medida, no se produce desinformación ya que las propias compañías que emiten los adeudos generan una factura para el cliente, por lo que la remisión de un recibo no aporta ninguna información adicional. La supresión de estos envíos evita alrededor de 300 millones de cartas al año. El Grupo ha conseguido reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero como consecuencia de la implantación de esta medida en unas 260 toneladas de CO₂.
- Supresión de las comunicaciones en papel derivadas de operaciones llevadas a cabo desde el servicio de Banca Multicanal, especialmente las que se refieren a adeudos por transferencias y trasposos.
- Se han iniciado los trámites para la supresión del extracto mensual de tarjetas con cargo a cuentas de empleados. Tras la positiva experiencia de la supresión de la correspondencia para cuentas de empleados, se ha dado un nuevo paso con la eliminación de la impresión y envío de los extractos mensuales en papel de las tarjetas que se adeuden en sus cuentas.
- Se ha revisado la impresión del justificante de los adeudos domiciliados recibidos con el fin de optimizar el número de recibos que se imprimen. No es factible la adopción de la medida con carácter general puesto que algunos cedentes incluyen información relevante en sus recibos. No obstante, el Grupo está impulsando un acuerdo con otras entidades financieras para llevar a cabo determinadas acciones conjuntas con los respectivos cedentes cuando la entidad del librado compruebe que el recibo no incluye información relevante para el pagador. Con anterioridad a esta medida se imprimían 55 millones de justificantes al año, actualmente se persigue rebajar esta cifra en un 20%.
- Sustitución de 1.400.000 tarjetas de visita que

anualmente utilizan los empleados por otras impresas en papel libre de cloro.

- La práctica totalidad de impresos y contratos del Grupo se imprimen actualmente sobre hojas DIN A4. Respecto a lo que supondría los preimpresos almacenados, esta mecanización del contenido de los contratos permite, además de mantener stocks ajustados, ahorrar papel, tintas de impresión y plásticos de embalaje.
- Utilización de papel 100% reciclado en todas las impresoras, faxes y fotocopiadoras del Grupo. La campaña de concienciación y distribución masiva a la red comenzó en el mes de octubre de 2006 y a finales de 2007 ya estaba cubierto el 68% del consumo total de papel. A 31 de diciembre de 2008, el porcentaje es del 78,03% y se sigue avanzando en la campaña de concienciación.

El papel utilizado por el Grupo es reciclado 100% con la certificación alemana *Ángel Azul*, que garantiza que la materia prima procede en su totalidad de fibra reciclada (tolerancia 5%) y que no se utilizan blanqueantes clorados u ópticos.

Para la homologación de papel, se solicitan a los proveedores los certificados ISO 9000 y 14001 que acredita su seriedad empresarial y respeto del Medio Ambiente, además de los certificados propios de la calidad de papel. En el caso del papel blanco se solicita que sea "*papel ecológico ECF*".

El Grupo ha obtenido además el *Certificado de colaboración ambiental* que WWF Adena ha concedido por su participación en la campaña que, en colaboración con Xerox, ha desarrollado para sustituir el consumo de papel blanco por papel reciclado.

Respecto a los rollos de cajeros automáticos y sólo en aquellos que lo permitan, se pretende, seguir ensayando con los fabricados con papel ECO. Se trata de papel procedente de pasta de papel sin aditivos blanqueadores, que todavía presenta problemas de calidad por los colores utilizados en la publicidad de los recibos.

El papel de los sobres de correspondencia también es ecológico, de los llamados tipo *ECF (Elementary Chlorine*

Free). Todos ellos cuentan con un logotipo identificativo propio en los sobres que cumplen estas características.

Otra de las medidas ha sido la implantación del papel FSC en las oficinas de Portugal. La FSC (Forest Stewardship Council o Consejo de Administración Forestal) y la PEFC (Certificación Forestal Paneuropea) son certificaciones de sostenibilidad del Medio Ambiente y cadena de custodia. Certifican que la madera empleada para la fabricación de la pasta de papel proviene de plantaciones y bosques debidamente gestionados, asegurando la repoblación y cumplimiento de la normativa de seguridad y salud medioambiental.

El tipo de papel utilizado es el llamado Hibrid, de calidad “Premium” que, además de ser FSC, está compuesto por una parte de fibra virgen y otra parte de fibra rehusada que se puede considerar como reutilizada. Estas acciones fomentan el consumo responsable, el reciclado e incrementan el respeto hacia el Medio Ambiente por parte de los empleados; al mismo tiempo se cumple con el objetivo de reciclaje y concienciación ecológica.

Por último, todas las cajas de cartón utilizadas para embalaje proceden de papeles 100% reciclados y las toallitas que se compran para el uso en aseos son de una capa y de papel 100% reciclado. La evolución del consumo de toallitas ha sido la siguiente.

Tabla 57. Consumo de toallitas de aseos (unidades) - 2006/2008

Toallitas de aseo	2008	2007	2006
Modelo 7213	14.320.000	13.665.000	11.325.000

Tóners

Desde hace años el Grupo utiliza los cartuchos de tóner para impresoras láser denominados compatibles o remanufacturados que aprovechan y reciclan la mayoría de las piezas originales, salvo en los modelos que no toleran el uso de este tipo de tóners. Igualmente, se busca utilizar cartuchos que soporten un mayor número de copias, lo que conlleva un ahorro importante de materias primas como plásticos y piezas metálicas.

Durante el año 2008, del total de 25.964 tóners utilizados, 11.836 unidades eran cartuchos reciclados; esto supone un 45,59 % del total de tóners utilizados por el Grupo. La sustitución masiva de los equipos informáticos por otros más eficientes energéticamente llevada a cabo este año, ha dificultado la adquisición en el mercado de consumibles reciclados hasta fases más avanzadas del proceso de implantación. Consecuentemente, el

porcentaje de unidades reutilizadas sobre el total se ve ligeramente afectado con respecto al del año anterior que fue del 53%.

Plásticos

Los únicos plásticos que se utilizan son los necesarios para el transporte de fondos y el encartuchado de las monedas que, fabricados en plástico PET y PVC respectivamente, son totalmente reciclables y ecológicos. Las bolsas de plástico se fabrican con plástico del llamado PELL (polietilenolienal) que es 100% reciclable.

Los materiales de los precintos de seguridad (polietileno, hierro, embalajes) son totalmente reciclables y los colorantes cumplen la resolución AP(89)1 de 13 de septiembre del Consejo de Europa, en cuanto a las concentraciones de cadmio, plomo, mercurio y otros metales pesados.

Otros: jabón de manos

Recientemente, se han adaptado a la norma europea CE/648/2004 sobre detergentes, eliminando los tensoactivos catiónicos que no cumplían dicha norma.

7.3.5. Reducción de consumo de materias primas y energía

Además de la contratación con la empresa *Céntrica Energía*, que provee de energía de origen 100% renovable, se han llevado a cabo campañas de racionalización de los consumos tal y como ha quedado recogido anteriormente en este Informe. Se ha logrado una reducción de 10.312 toneladas de CO₂. Asimismo se ha dado continuidad a los

cursos de conducción eficiente que se pusieron en marcha en 2007 y se han sustituido equipos informáticos por otros más eficientes energéticamente. En cuanto a la energía también se detallan las medidas orientadas a la reducción de los consumos, como la sustitución de máquinas de climatización y el control centralizado de la climatización en los edificios del Grupo lo que reduce en una menor demanda energética de las instalaciones.

El incremento de los consumos energéticos en el Grupo se ha debido a la apertura de 88 oficinas durante 2007 y 77 más en 2008 como consecuencia del Plan de Expansión de la red comercial. De la misma manera los datos se ven sensiblemente afectados por la inclusión este año de los consumos de Banco Popular Portugal que se detallan de forma individualizada a pesar de estar incluidos en el total descrito.

Tabla 58. Comparativa del consumo del Banco Popular Portugal vs. Grupo Banco Popular respecto a los principales indicadores de sostenibilidad - 2008

Energía	Banco Popular Portugal		GBP
	absoluto	% respecto al consumo del GBP	absoluto
Electricidad en Gigajulios	35.938	9,62	345.857
Gas en Gigajulios	8,07	0,16	5.069
Emisión de CO ₂ en toneladas (electricidad + gasóleo)	3.886	16,02	24.264
Agua (Coste en euros. Procedente de la red de abastecimiento general)	76.348	14,01	544.765

Tabla 59. Consumo de agua del Grupo Banco Popular - 2008

Captación de agua por fuentes en m ³ (*)	2008
Aguas superficiales	236.065,1
Aguas subterráneas	72.635,4
Desalación	36.317,7
Otro tipo de residuos hídricos	18.158,9
TOTAL	363.177

(*) Datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística

Comunicaciones impresas de nóminas y operaciones en cuentas de empleados

La mayor parte del consumo de papel en el Grupo se destina a la comunicación de operaciones. Las comunicaciones impresas generan además un gasto adicional de energía en la impresión, ensobrado y distribución, el uso de otros consumibles contaminantes como tinta y tóner y el esfuerzo en conservación y archivo.

Con el fin de reducir estos gastos también se ha abordado la reducción del consumo de papel proveniente de las comunicaciones de operaciones de los empleados y la impresión de nóminas. De hecho, se han recibido numerosas sugerencias de empleados para suprimir la impresión en papel, sobre todo por la facilidad que el colectivo tiene de acceso a sus cuentas.

En esta línea de actuación, a partir del 5 de marzo de 2008 se dejaron de imprimir comunicaciones en papel relativas a operaciones de cuentas de empleados. Además, desde enero de 2007, se dejó de imprimir el

recibo de la nómina, accesible desde el área personal del Portal del Empleado. Para informar del cambio, se realizó una campaña de comunicación en Intranet. La iniciativa ha conseguido reducir en 5 toneladas más las emisiones de CO₂ generadas por el Grupo en su actividad diaria.

Se ha integrado igualmente una leyenda de impresión responsable en todos los correos electrónicos que envíen los empleados del Grupo. De esta manera, además de invitar al destinatario del correo a respetar el Medio Ambiente, se da un paso más en la sensibilización de los empleados para con el entorno.

Comunicaciones internas

El número de comunicaciones internas realizadas a través de sobres reutilizables se reflejan en la tabla siguiente.

Como consecuencia de esta reducción se ha obtenido una disminución cuantificable en 342 toneladas de CO₂.

Tabla 60. Reducción de material en stock (miles de euros) - 2006/2008

Modelos	2008		2007		2006	
	Sobres utilizados	Envíos Totales	Sobres utilizados	Envíos Totales	Sobres utilizados	Envíos Totales
Modelos 6470 (1 sobre tiene 22 usos)	562.400	12.372.800	535.550	11.735.900	597.550	13.146.100
Modelos 6471 (1 sobre tiene 27 usos)	345.575	9.330.525	238.775	6.446.925	359.850	10.270.800

Correo integrado

En 2008, se ha profundizado en la integración de la correspondencia de los clientes. La intención es reducir las comunicaciones agrupando en un solo envío la correspondencia para las cuentas de baja actividad o con menos de 5 movimientos al mes; en el caso de cuentas con más de 5 operaciones, se elevarían a 3 las comunicaciones mensuales. En ambos casos estas medidas suponen una reducción importante del número de envíos de comunicaciones impresas.

A la vista de los más de 65,3 millones de sobres enviados por el Grupo y teniendo en cuenta que en cada sobre se integran varios documentos, el ahorro de sobres estimado

ascendería a 123,2 millones de sobres, equivalentes a 698,49 toneladas de papel.

Reducción de stocks

Con el fin de conseguir un ahorro en la inversión y en el consumo de materias primas, el Grupo intenta reducir el stock y el número de referencias en los almacenes. Con ello, se consiguen unos índices de rotación de material muy cortos -actualmente, 1,9 meses-, garantizando siempre el debido suministro a las oficinas. Con el mismo criterio de reducción, se controlan las peticiones de impresos y material que realiza la Red para evitar excesos y stocks innecesarios.

Tabla 61. Reducción de material en stock (miles de euros) - 2006/2008

	2008	2007	2006
Saldo Cuenta Almacén de Material	527	559	520

Energía

Desde el Departamento de Inmuebles se trabaja para conseguir instalaciones mejores y más eficientes que contribuyan al mantenimiento de las condiciones ambientales. Sus actuaciones se concretan en las siguientes medidas:

- Contrato de gestión del suministro eléctrico con una empresa externa especializada con el fin de optimizar suministros, reduciendo así los consumos. El Grupo tiene contratado parte del suministro en mercado libre con la empresa *Céntrica Energía*. Esta empresa acreditó que, de acuerdo con el etiquetado de electricidad creado por la *Comisión Nacional de la Energía*, la electricidad que vendieron a sus usuarios finales en 2008 es de origen 100% renovable. El total de energía suministrado a un 32% de nuestras oficinas, 741 puntos, ha sido de 26 Gwh/año.
- Firma de nuevos contratos para los edificios de Servicios Centrales en las calles Labastida y Cedaceros de Madrid, en los que la procedencia de la energía suministrada es 100% renovable.
- Sustitución paulatina de las máquinas de climatización antiguas por otras más eficientes con bomba de calor.
- Instalaciones de control de climatización en los edificios del Grupo que permitirán una gestión centralizada de las temperaturas, lo que aumentará el confort del usuario y, al mismo tiempo, mejorará la eficiencia energética. Igualmente, se está procediendo al ajuste de superficies en sucursales para adaptarlas a la realidad necesaria consiguiendo menores superficies a climatizar.

Además de en oficinas nuevas, se está procediendo a la sustitución paulatina mediante reformas, traslados y otras actuaciones, de máquinas de climatización con gas R-22 por otras con un gas refrigerante menos nocivo y respetuoso con la capa de ozono, que cumple con la normativa vigente al respecto.

A cierre de 2008 solamente quedan en el Grupo tres instalaciones de torres de refrigeración en tres edificios diferentes. No obstante, se realizan los controles periódicos pertinentes y su retirada se llevará a cabo dentro del plazo legalmente previsto para su completa desaparición.

Emisiones

El cálculo de las emisiones de CO₂ directas e indirectas se ha realizado conforme a la herramienta *Greenhouse Gas Protocol*, desarrollada por el *World Bussiness Council for Sustainable Development*. El total de emisiones directas e indirectas ha ascendido durante 2008 a 27.810,84 toneladas de CO₂. El incremento de consumos y emisiones generadas se ha debido a la apertura de 88 oficinas durante 2007 y 77 más en 2008. Igualmente, los datos se ven sensiblemente afectados por la inclusión este año de las emisiones pertenecientes a Banco Popular Portugal.

Emisiones Directas. En cuanto a las emisiones directas de gases a la atmósfera, la emisión de CO₂, derivada del consumo de gasóleo y de los kilómetros efectuados por los vehículos propiedad del Grupo se estima en 809,56 toneladas.

Tabla 62. Emisiones directas de CO₂ del Grupo Banco Popular - 2008

Concepto	Consumo	Emisiones
	Litros	Factor Conversión (7,4 kg CO ₂ /Litro) (0,01 Kg CH ₄ /Litro) (0,0006 kg NO ₂ /litro)
Consumo Gasoleo	138.804	374,77 tnCO ₂ 1,38 tnCH ₄ 0,08 tnNO ₂
	Km	Factor Conversión (0,26-0,29) kgCO ₂ /km) (0,01 KgCH ₄ /Litro) (0,0006 kgNO ₂ /litro)
Desplazamientos de Vehículos propiedad del Grupo	2.898.572	434,79 tnCO ₂ 2,31 tnCH ₄ 0,13 tnNO ₂
TOTAL		809,56 tnCO₂ 3,69 tnCH₄ 0,21 tnNO₂

Emisiones Indirectas. En cuanto a las emisiones indirectas de gases a la atmósfera, la emisión de CO₂ derivada del consumo de electricidad y de los kilómetros recorridos por los empleados con motivo de su actividad diaria asciende a un total de 27.001,28 toneladas de CO₂.

En línea con la labor de concienciación medioambiental, se han consolidado las videoconferencias, multiconferencias y teleconferencias durante este ejercicio, viéndose reducidos los desplazamientos de los empleados por motivos de trabajo, con la consiguiente disminución de la emisión de gases de efecto invernadero. Se ha elaborado un manual de funcionamiento y se ha publicado una nota circular para fomentar su uso en detrimento de los desplazamientos físicos de los empleados. El número de minutos a 31 de diciembre de 2008 asciende a 34.392,50, lo que evidencia el elevado número de viajes de trabajo a los que las videoconferencias y teleconferencias han sustituido como alternativa sostenible y que hubieran provocado la emisión a la atmósfera de 14,88 toneladas más de CO₂.

En lo referente a las emisiones derivadas de la utilización de vehículos corporativos por motivos de trabajo, se está procediendo a la sustitución paulatina de la flota corporativa, adquiriendo vehículos mucho más eficientes y ecológicos; este es uno de los criterios que se valoran de manera especial en el momento de proceder a su adquisición. El Grupo ya cuenta con algún vehículo de tecnología híbrida, que combina el motor de gasolina con el eléctrico, reduciendo al mínimo las emisiones de gases de efecto invernadero. Las emisiones de CO₂ de estos vehículos son alrededor de un 25% inferiores a las de las berlinas equivalentes y las emisiones de óxido de nitrógeno e hidrocarburos se reducen hasta prácticamente cero. Aproximadamente consiguen reducir 126 toneladas de CO₂.

Con respecto a las emisiones indirectas, derivadas de los desplazamientos de los empleados en el desarrollo de su labor profesional, se establece lo siguiente:

Tabla 63.- Consumo energético del Grupo Banco Popular - 2008

Concepto	Consumo	Factor de conversión
	Kw/h	Factor Conversión (0,356 kg CO ₂ /kwh)
Consumo Electricidad	96.071.342	23.888,99 tn CO ₂ (*)
	Km	Factor Conversión (0,15 kg CO ₂ /km) tren/metro (0,30 kg CO ₂ /km) autobus (0,26-0,29) kg CO ₂ /km) coche
Desplazamientos al centro de trabajo (transporte público y vehículos de empleados)	(**)	1.750 tn CO ₂
	Km	Factor Conversión (0,18 kg CO ₂ /km)
Viajes de trabajo (distancia de vuelos)	7.568.250	1,362,29 tn CO ₂
TOTAL		27.001,28 tn CO₂

(*) Para calcular las emisiones de CO₂ se han deducido los Kw generados a partir de electricidad 100% renovable.

(**) Estimación calculada en base a los factores de conversión establecidos por el *GHG Gas Protocol* para tren, metro, autobús y coche.

En cuanto a los desplazamientos en avión, durante 2008 se realizaron 2.506 vuelos nacionales y 556 internacionales, frente a los 5.516 y 1.358 del año anterior. La reducción de gases de efecto invernadero conseguida en 2008 por el descenso en 129.350 kilómetros recorridos en vuelos de trabajo asciende a 23,28 toneladas de CO₂.

Política de compras en relación a aspectos medioambientales

La creación de la Oficina de Compras en 2008 ha supuesto la centralización de funciones que hasta la fecha se venían desempeñando desde distintas áreas. Es por tanto responsabilidad de esta oficina comprar los productos más adecuados para la red de sucursales, garantizando una buena relación calidad/precio y su proveniencia de fabricantes respetuosos con las políticas medioambientales, según las certificaciones ISO correspondientes en cada caso.

7.3.6. Almacenamiento y transporte de elementos peligrosos

El desarrollo de la actividad bancaria no implica el

almacenamiento 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 entorno natural.

Se encuentran en fase de sustitución todas las unidades de transformadores de alta tensión que cuentan como refrigerante *PCB*, que contiene pyraleno y puede liberar a la atmósfera gran cantidad de dioxinas en caso de incendio. La norma prescribe su desmontaje antes del 2010, pero el Grupo decidió anticiparse quedando ya sólo ciertas unidades que se eliminarán en breve, mediante su destrucción por empresas especializadas.

También se han retirado todas las instalaciones existentes de extinción de incendios con gas Halón por empresas homologadas, con sus correspondientes certificados de destrucción.

Del mismo modo, 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 con gestores autorizados de los Servicios Médicos, situados en Madrid, Barcelona y Valencia.

7.3.7. Participación en eventos de carácter medioambiental

El Grupo colabora con el *Colegio San Viator* de Madrid en el fomento del espíritu investigador y la creatividad de los estudiantes. Con este objetivo, patrocina el *Premio de Investigación en Ciencias y Humanidades* para estudiantes de Secundaria, Bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Medio. Concretamente, se colabora junto con el Vicerrectorado de Campus y Calidad Ambiental de la *Universidad Autónoma de Madrid*, con el reconocimiento que se otorga a los proyectos que se presenten en materia de “*Ecología y Medio Ambiente*” y que premian el trabajo que mejor desarrolle alguna acción concreta en beneficio del Medio Ambiente de un Centro Educativo o de su entorno. Así, se ofrece a los profesores la oportunidad de dar un sentido práctico y experimental a su labor didáctica y se contribuye a un mayor reconocimiento y respeto de las comunidades educativas hacia la actividad científica.

Destaca también la colaboración con la Concejalía de Medio Ambiente del Ayuntamiento del municipio madrileño de Villanueva del Pardillo, que está desarrollando una serie de proyectos para el fomento de la educación y la formación medioambiental. El Grupo ha donado unos lotes de libros relacionados con el desarrollo sostenible que servirán como premio en los concursos organizados por el Ayuntamiento entre los Centros Escolares con la intención de que todos los alumnos tomen conciencia activa de la recogida selectiva de residuos y el reciclaje.

El Grupo ha participado en eventos relacionados con el desarrollo sostenible haciendo patente ante la sociedad su interés por la materia. Entre los más destacados de 2008 se encuentran la novena edición del *Congreso Nacional del Medio Ambiente, Cumbre del Desarrollo Sostenible* celebrado en Madrid del 1 al 5 de diciembre de 2008. En dicho evento, se presentó el *Informe Cambio Global España 2020* que recopila la información esencial sobre la situación tanto del planeta como de España, en materia de sostenibilidad.

El Grupo también se ha visto representado este año en la presentación por parte del Ministerio de Medio Ambiente del *Sistema Nacional de Proyectos Voluntarios de Reducción de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero* celebrado durante el mes de abril.

7.4. Objetivos y metas ambientales

Dentro de este marco de actuación, el Comité de Medio Ambiente ha fijado unos objetivos ambientales coherentes con la Política que el Grupo ha definido. Los objetivos globales, integrados debidamente dentro de un Programa de Gestión Ambiental, son los siguientes:

- Reducción de consumo de papel en un 1%.
- Reducción de consumo de energía eléctrica y calefacción en un 1%.
- Control de las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Reducción de consumo de agua.
- Sensibilización ambiental del empleado.

En cuanto a los objetivos fijados para el año 2008, éstos se han alcanzado en voluntariado ambiental, acciones formativas *on-line*, campañas medioambientales, promoción de la movilidad sostenible y concurso de relatos sobre temática medioambiental. En lo que se refiere a la obtención de la certificación de calidad ambiental, en la medida en que se está en un proceso de reubicación de todos los servicios centrales del Grupo en Madrid, se ha tomado la decisión de paralizar todas aquellas iniciativas que afecten de manera directa a los inmuebles que se vean implicados en dicho proyecto.

Se dará continuidad a este tipo de acciones de sensibilización y concienciación de manera cíclica. Así, se mantienen las acciones individuales que se han puesto en marcha durante 2008 a la vez que se da paso a nuevas iniciativas.

La labor de concienciación medioambiental tendría cabida dentro de todos los objetivos fijados. Sin embargo, el Grupo ha querido contemplar en sí mismo el objetivo de sensibilización ambiental del empleado, comprometiéndose a la continuación de las acciones hasta ahora puestas en marcha, así como a la implantación de otras nuevas.

8. VERIFICACIÓN Y CONFORMIDAD DEL INFORME

8.1. Evolución de la verificación de los indicadores de desempeño

En el presente Informe se han incorporado nuevos indicadores del GRI que hacen hincapié en los aspectos más específicos del negocio financiero en relación a la sostenibilidad, dando así respuesta a nuevos requerimientos de información que antes, con el estándar general, no resultaban obligatorios.

A continuación se presentan, tanto los indicadores comunes a los tres ejercicios, como la comparativa de la totalidad de indicadores, si bien ésta última ha de valorarse teniendo en cuenta que compara indicadores diferentes en número y contenido.

Tabla 64. Indicadores comunes a los tres ejercicios - 2006/2008

	NÚMERO DE INDICADORES			TIPO DE VERIFICACIÓN											
	2006	2007	2008	TOTAL			PARCIAL			NO DISPONIBLE			NO APLICA		
				06	07	08	06	07	08	06	07	08	06	07	08
Desempeño Económico (EC)	9	9	9	7	9	9	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Desempeño Medioambiental (EN)	30	30	30	14	14	15	1	1	1	0	0	0	15	15	14
Prácticas Laborales (LA)	14	14	14	13	14	14	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Respeto de los Derechos Humanos (HR)	9	9	9	6	7	9	3	2	0	0	0	0	0	0	0
Desempeño con la Sociedad (SO)	8	8	8	7	7	7	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Responsabilidad de Producto (PR)	9	9	9	8	8	7	0	0	2	0	0	0	1	1	0
TOTAL	79	79	79	55	59	61	8	4	4	0	0	0	16	16	14
% sobre número de indicadores				70%	75%	77%	10%	5%	5%	0%	0%	0%	20%	20%	18%

Tabla 65. Nuevos Indicadores - 2006/2008

	NÚMERO DE INDICADORES			TIPO DE VERIFICACIÓN											
	2006	2007	2008	TOTAL			PARCIAL			NO DISPONIBLE			NO APLICA		
				06	07	08	06	07	08	06	07	08	06	07	08
Impacto de productos y servicios (FS)	0	0	7	0	0	5	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Desempeño Económico (EC)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Desempeño Medioambiental (EN)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prácticas Laborales (LA)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Respeto de los Derechos Humanos (HR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Desempeño con la Sociedad (SO)	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Responsabilidad de Producto (PR)	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	0	0	10	0	0	8	0	0	1	0	0	1	0	0	0
% sobre número de indicadores						70%			10%			10%			0%

Tabla 66. Total de Indicadores* - 2006/2008

	NÚMERO DE INDICADORES			TIPO DE VERIFICACIÓN											
	2006	2007	2008	TOTAL			PARCIAL			NO DISPONIBLE			NO APLICA		
				06	07	08	06	07	08	06	07	08	06	07	08
Impacto de productos y servicios (FS)	0	0	7	0	0	5	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Desempeño Económico (EC)	9	9	9	7	9	9	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Desempeño Medioambiental (EN)	30	30	30	14	14	15	1	1	1	0	0	0	15	15	14
Prácticas Laborales (LA)	14	14	14	13	14	14	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Respeto de los Derechos Humanos (HR)	9	9	9	6	7	9	3	2	0	0	0	0	0	0	0
Desempeño con la Sociedad (SO)	8	8	10	7	7	9	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Responsabilidad de Producto (PR)	9	9	10	8	8	8	0	0	2	0	0	0	1	1	0
Suplemento Financiero	30	30	-	25	27	0	3	3	0	2	0	0	0	0	0
TOTAL	109	109	89	80	86	69	11	7	5	2	0	1	16	16	14
% sobre número de indicadores				73%	79%	78%	10%	6%	6%	3%	0%	2%	15%	15%	16%

(*) Datos no comparables debido al cambio en la estructura de la Guía G3.

Figura 8. Indicadores comunes a los tres ejercicios - 2006/2008



8.2. Perfil

1 Estrategia y análisis

- | | | |
|-----|--|-----------|
| 1.1 | Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia | 5-6 |
| 1.2 | Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades | 26, 71-74 |

2 Perfil de la organización

- | | | |
|------|--|--------------|
| 2.1 | Nombre de la organización | 24 |
| 2.2 | Principales marcas, productos y/o servicios | 13, 37-42 |
| 2.3 | Estructura operativa de la organización | 12-13 |
| 2.4 | Localización de la sede principal de la organización | 13, IA (104) |
| 2.5 | Número de países en los que opera la organización | 13 |
| 2.6 | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica | 24 |
| 2.7 | Mercados servidos | 13 |
| 2.8 | Dimensión de la organización informante | 7, 13, 44 |
| 2.9 | Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad | 24 |
| 2.10 | Premios y distinciones recibidos durante el período informativo | 9-11 |

3 Parámetro de la memoria

Perfil de la memoria

- | | | |
|-----|---|---------|
| 3.1 | Período cubierto por la información contenida en la memoria | 24 |
| 3.2 | Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere) | 24, 104 |
| 3.3 | Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.) | 24 |
| 3.4 | Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido | 12 |

Alcance y cobertura de la memoria

- | | | |
|------|---|-------|
| 3.5 | Proceso de definición del contenido de la memoria | 24 |
| 3.6 | Cobertura de la memoria | 24 |
| 3.7 | Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria | 24 |
| 3.8 | La base para cubrir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre períodos y/o organizaciones | 24 |
| 3.9 | Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria | 24-25 |
| 3.10 | Descripción del efecto que pueda tener volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión | 24 |
| 3.11 | Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria | 24 |
| 3.12 | Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria | 3 |
| 3.13 | Política y práctica en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación | 24 |

IA: Informe Anual 2007

IGC: Informe de Gobierno Corporativo 2007

4 Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés

Gobierno

- | | | |
|------|---|---------------------|
| 4.1 | La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo Órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización | 12, IGC (10, 39-46) |
| 4.2 | Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen) | IGC (28) |
| 4.3 | En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos | IGC (47) |
| 4.4 | Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno | 12, 60 |
| 4.5 | Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental) | IGC (19-22) |
| 4.6 | Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno. | 18-20, IGC (48-49) |
| 4.7 | Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos | IGC (25-27) |
| 4.8 | Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación. | 8, 71, 87 |
| 4.9 | Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, código de conducta y principios | IGC (51-57) |
| 4.10 | Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social | IA, IGC (36-37) |

Compromisos con iniciativas externas

- | | | |
|------|---|--------------------|
| 4.11 | Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución . | 17-18, IGC (49-57) |
| 4.12 | Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe | 27, 75-103 |
| 4.13 | Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya | 27 |

Participación de los grupos de interés

- | | | |
|------|---|----|
| 4.14 | Relación de grupos de interés que la organización ha incluido | 12 |
| 4.15 | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete | 12 |
| 4.16 | Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés | 12 |
| 4.17 | Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y a forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria | 12 |

IA: Informe Anual 2007

IGC: Informe de Gobierno Corporativo 2007

8.3. Enfoques de Gestión

Dimensión del impacto de productos y servicios

Políticas con contenidos ambientales y sociales específicos aplicados a las líneas de negocio. FS1.	87-88
Procedimientos para evaluar y seleccionar los riesgos sociales y ambientales en las líneas de negocio. FS2	26
Procedimientos para asegurar y controlar el cumplimiento de los requisitos sociales y ambientales por parte de los clientes. FS3.	26
Procedimientos para la mejora de las competencias del personal orientadas a la gestión de políticas sociales y ambientales. FS4.	26
Interacciones con clientes y otros grupos de interés respecto a la gestión de riesgos y oportunidades ambientales y sociales. FS5.	26, 92

Dimensión económica

Desempeño económico	71
Presencia en el mercado	13, 71
Impacto económico indirecto	72

Dimensión ambiental

Materiales	90
Energía	90
Agua	98
Biodiversidad	(a)
Emisiones, vertidos y residuos	93-102
Productos y servicios	87-88
Cumplimiento normativo	87-88
Transporte	92
Aspectos generales	87-90

Dimensión Social

- Prácticas laborales y ética del trabajo

Empleo	43-44
Relación Empresa/Trabajadores	62-64
Salud y Seguridad en el trabajo	64-68
Formación y Educación	50-53
Diversidad e Igualdad de oportunidades	57-59

- Derechos Humanos

Prácticas de inversión y aprovisionamiento	27
No discriminación	27, 57-59
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	62-64
Abolición de la Explotación Infantil	27
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	27
Quejas y procedimientos conciliatorios	62-64
Prácticas de Seguridad	64-65
Derechos de los indígenas	27

- Sociedad	
Comunidad	75-82
Corrupción	23
Política Pública	27
Comportamiento de Competencia Desleal	17-18
Cumplimiento normativo	17-21
- Responsabilidad sobre productos	
Salud y Seguridad del Cliente	32-37
Etiquetado de Productos y Servicios	31-32
Comunicaciones de Marketing	31-32
Privacidad del Cliente	32-37
Cumplimiento normativo	17-21
Políticas de comercialización justa de productos y servicios financieros. FS15	31-32

8.4. Indicadores de Desempeño

	Perímetro	Alcance de la verificación	Página
(P/A) Impacto de Productos y Servicios			
Aspecto: <u>Lista de productos</u>			
P FS6. Porcentaje de la cartera de cada una de las líneas de negocio desglosada por región, tamaño (ej. Pequeña, mediana o gran empresa) y por sector de actividad	GRUPO BPE	Verificado	37-38, IA (35,38,47)
P FS7. Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico en cada una de las líneas de negocio y desglosado por fines sociales.	GRUPO BPE	Verificado	38
Aspecto: <u>Auditoría</u>			
P FS8. Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio ambiental específico en cada una de las líneas de negocio y desglosado por fines sociales.	GRUPO BPE	Verificado	88-89
Aspecto:			
A FS9. Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar el grado de implementación de las políticas y procedimientos para la gestión del riesgo social y ambiental.	GRUPO BPE	N.D.	(b)
Aspecto: <u>Propiedad Activa</u>			
A FS10. Porcentaje y número de empresas dentro de la cartera de la Organización, con las que ésta ha interactuado en cuestiones sociales y ambientales.	GRUPO BPE	Verificado	13
P FS11. Porcentaje de activos sujetos a "screening" social y ambiental positivo y/o negativo.	GRUPO BPE	Parcial	85
P FS12. Políticas de voto aplicadas a cuestiones sociales o ambientales, sobre las cuales la organización informante ostenta el derecho de acciones de voto o asesoramiento de voto.	GRUPO BPE	Verificado	27, 87
(P/A) Desempeño Económico			
Aspecto: <u>Desempeño Económico</u>			
P EC1. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos operativos, planes de compensación a empleados, donaciones y otros inversiones en comunidades, ganancias retenidas y pagos a accionistas e impuestos.	GRUPO BPE	Verificado	55, 71-74, 81-82
P EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático	GRUPO BPE	Verificado	88-89
P EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	GRUPO BPE	Verificado	37-42, 75-86
P EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	GRUPO BPE	Verificado	53
Aspecto: <u>Presencia en el mercado</u>			
A EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	GRUPO BPE	Verificado	55
P EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	GRUPO BPE	Verificado	69
P EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	GRUPO BPE	Verificado	44, 54

		Perímetro	Alcance de la verificación	Página
(P/A) Desempeño Económico				
	Aspecto: <u>Impactos Económicos Indirectos</u>			
P 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.	GRUPO BPE	Verificado	81, 98-99
A EC9.	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos	GRUPO BPE	Verificado	72
(P/A) Desempeño Ambiental				
	Aspecto: <u>Materiales</u>			
P EN1.	Materiales utilizados, en peso o en volumen	GRUPO BPE	Verificado	88-90
P EN2.	Porcentaje de materiales usados que son materiales valorizados	GRUPO BPE	Verificado	93-94
	Aspecto: <u>Energía</u>			
P EN3.	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias	GRUPO BPE	Verificado	90, 98
P EN4.	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	GRUPO BPE	Verificado	90
A EN5.	Ahorro total de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	GRUPO BPE	Verificado	93-100
A 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	GRUPO BPE	Verificado	98-103
A EN7.	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y reducciones logradas con dichas iniciativas	GRUPO BPE	Parcial ()	101-102
P EN8	Captación total de agua por fuentes	GRUPO BPE	Verificado	90, 98
	Aspecto: <u>Agua</u>			
A EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	GRUPO BPE	N.A.	(f)
A EN 10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	GRUPO BPE	N.A.	(f)
	Aspecto: <u>Biodiversidad</u>			
P EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas	GRUPO BPE	N.A.	(c)
P EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios	GRUPO BPE	N.A.	(d)
A EN13	Hábitats protegidos o restaurados	GRUPO BPE	N.A.	(d)
A EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la diversidad	GRUPO BPE	N.A.	(d)
A EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitat se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie	GRUPO BPE	N.A.	(d)
	Aspecto: <u>Emisiones, vertidos y residuos.</u>			
P EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	GRUPO BPE	Verificado	90
P EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	GRUPO BPE	Verificado	90
A EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero y las reducciones logradas	GRUPO BPE	Verificado	98

		Perímetro	Alcance de la verificación	Página	
P	EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso	GRUPO BPE	N.A.	(e)
P	EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	GRUPO BPE	N.A.	(e)
P	EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	GRUPO BPE	N.A.	(f)
P	EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	GRUPO BPE	Verificado	90
P	EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos	GRUPO BPE	N.A.	(g)
A	EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente	GRUPO BPE	N.A.	(g)
A	EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitat relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante	GRUPO BPE	N.A.	(h)
		Aspecto: <u>Productos y Servicios</u>			
P	EN26	Iniciativas para mitigar los impactos medioambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto	GRUPO BPE	Verificado	99
P	EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos	GRUPO BPE	N.A.	(g)
		Aspecto: <u>Cumplimiento Normativo</u>			
P	EN28	Coste de la multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa medioambiental	GRUPO BPE	Verificado	87
		Aspecto: <u>Transporte</u>			
A	EN29	Impactos medioambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	GRUPO BPE	Verificado	92, 102
		Aspecto: <u>General</u>			
A	EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones medioambientales	GRUPO BPE	Verificado	88-89
(P/A) Prácticas Laborales y Ética del Trabajo					
		Aspecto: <u>Empleo</u>			
P	LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región	GRUPO BPE	Verificado	44-49
P	LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	GRUPO BPE	Verificado	48-49
A	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			
		Aspecto: <u>Relaciones empresa/trabajadores</u>			
P	LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	GRUPO BPE	Verificado	62
P	LA5	Período/s mínimo/s de preaviso relativo/s a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos	GRUPO BPE	Verificado	62-63
		Aspecto: <u>Salud y seguridad en el trabajo</u>			
A	LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de empresa-empleado, para ayudar a controlar y asesoren sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	GRUPO BPE	Verificado	64
P	LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	GRUPO BPE	Verificado	66-68
P	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	GRUPO BPE	Verificado	64-67
A	LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	GRUPO BPE	Verificado	64

		Perímetro	Alcance de la verificación	Página
	Aspecto: <u>Formación y educación</u>			
P	LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	GRUPO BPE	Verificado	53
A	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	GRUPO BPE	Verificado	50-52
A	LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	GRUPO BPE	Verificado	56
	Aspecto: <u>Diversidad e Igualdad de Oportunidades</u>			
P	LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	GRUPO BPE	Verificado	12
P	LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional	GRUPO BPE	Verificado	55
(P/A) Derechos Humanos				
	Aspecto: <u>Prácticas de Inversión y Abastecimiento</u>			
P	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	GRUPO BPE	Verificado	85
P	HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia	GRUPO BPE	Verificado	69
A	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	GRUPO BPE	Verificado	51
	Aspecto: <u>No discriminación</u>			
P	HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	GRUPO BPE	Verificado	43
	Aspecto: <u>Libertad de asociación y convenios colectivos</u>			
P	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.	GRUPO BPE	Verificado	62
	Aspecto: <u>Explotación infantil</u>			
P	HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación ..	GRUPO BPE	Verificado	27
	Aspecto: <u>Trabajos forzados</u>			
P	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	GRUPO BPE	Verificado	27
	Aspecto: <u>Prácticas de seguridad</u>			
A	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.	GRUPO BPE	Verificado	51
	Aspecto: <u>Derechos de los indígenas</u>			
A	HR9. Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	GRUPO BPE	Verificado	27

		Perímetro	Alcance de la verificación	Página
(P/A) Sociedad				
Aspecto: <u>Comunidad</u>				
P 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	GRUPO BPE	Parcial	37-42, 88-89
P FS13.	Acceso a servicios financieros en áreas despobladas/desfavorecidas por tipo de acceso.	GRUPO BPE	Verificado	15-16
P FS14.	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a la gente con minusvalías o impedimentos..	GRUPO BPE	Verificado	15-16
Aspecto: <u>Corrupción</u>				
P SO2.	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción	GRUPO BPE	Verificado	19, 22
P SO3.	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización	GRUPO BPE	Verificado	20
P SO4.	Medidas tomadas en respuesta a los síntomas de corrupción	GRUPO BPE	Verificado	21-23
Aspecto: <u>Política pública</u>				
P SO5.	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying"	GRUPO BPE	Verificado	27
A SO6.	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países	GRUPO BPE	Verificado	82-83
Aspecto: <u>Comportamiento de Competencia Desleal</u>				
A SO7.	Numero total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados	GRUPO BPE	Verificado	18
Aspecto: <u>Cumplimiento Normativo</u>				
P SO8.	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	GRUPO BPE	Verificado	18
(P/A) Responsabilidad sobre productos				
Aspecto: <u>Salud y seguridad del cliente</u>				
P PR1.	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser 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.	GRUPO BPE	Parcial	22-23
P 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 dichas incidencias.	GRUPO BPE	Verificado	14, 34-36
Aspecto: <u>Etiquetado de productos y servicios</u>				
P 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	GRUPO BPE	Verificado	31
A 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.	GRUPO BPE	Verificado	31
A PR5.	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción.	GRUPO BPE	Parcial	30-32
P FS16.	Iniciativas para ampliar la cultura financiera, desglosadas por tipos de beneficiarios	GRUPO BPE	Verificado	43, 80

		Perímetro	Alcance de la verificación	Página
	Aspecto: <u>Comunicaciones de Marketing</u>			
P	PR6. Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	GRUPO BPE	Verificado	31-32
A	PR7. Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	GRUPO BPE	Verificado	31
	Aspecto: <u>Privacidad del cliente</u>			
A	PR8. Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	GRUPO BPE	Verificado	34-36
	Aspecto: <u>Cumplimiento Normativo</u>			
P	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.	GRUPO BPE	Verificado	34

(P/A): (P): Indicador Principal

(A): Indicador Adicional

IA: Informe Anual

IGC: Informe de Gobierno Corporativo

Verificación: Verificación Total

Parcial: Verificación Parcial

N.A.: No Aplica

N.D.: No Disponible

1. A medio plazo se establecerá un sistema de evaluación de los aspectos sociales y medioambientales de los activos gestionados.
 2. No se ha cuantificado el ahorro conseguido con las medidas introducidas para la reducción del consumo, datos de los que se dispondrá a medio plazo mediante la implementación de un sistema que permita calcular dicha reducción.
 3. El Grupo contará a largo plazo con un sistema específico destinado a medir los impactos de entrada, operación y salida de su oferta de productos y servicios en comunidades específicas.
 4. No se ofrecen los datos correspondientes al análisis de todas las líneas de negocio. A medio plazo se aumentará el número de productos y servicios analizados tras su comercialización.
 5. Se instaurarán a medio plazo sistemas de medición de la satisfacción del cliente con respecto a la totalidad de los productos y servicios ofrecidos.
- (a) Aspectos que carecen de relevancia debido al carácter estrictamente financiero de las actividades del Grupo por lo que no hay enfoques de gestión específicos.
- (b) El Grupo establecerá a medio plazo los procedimientos para la evaluación de estos riesgos y las correspondientes auditorías.
- (c) El Grupo tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene ningún terreno adyacente o ubicado dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.
- (d) El carácter financiero de los productos y servicios del Grupo no generan un impacto directo significativo en la biodiversidad.
- (e) El Grupo no emite sustancias destructoras de la capa de ozono, incluidas en los Anexos correspondientes de Protocolo de Montreal.
- (f) El Grupo tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que tanto el agua captada como la vertida se hace a través de la red urbana.
- (g) La información carece de relevancia dada la actividad financiera del Grupo.
- (h) El Grupo tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no afecta significativamente a la biodiversidad.

8.5. Informe de auditores independientes



Paseo de la Castellana, 43
28046 Madrid
Tel.: +34 902 021 111
Fax: +34 913 083 566

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2008 DE GRUPO BANCO POPULAR

A la Dirección de Grupo Banco Popular:

Alcance del trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 de Grupo Banco Popular a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3).

La preparación del Informe de Responsabilidad Corporativa, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Dirección de Grupo Banco Popular, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma ISAE 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de Grupo Banco Popular que han participado en la elaboración del Informe de Responsabilidad Corporativa, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Grupo Banco Popular para conocer los enfoques de gestión aplicados y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2008.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe de Responsabilidad Corporativa en función del entendimiento de Grupo Banco Popular de los requerimientos de los grupos de interés, descritos en la Notas 1.3 y 2.3 del Informe.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Corporativa a lo señalado en la Guía G3 de GRI.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados a cada grupo de indicadores.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. - R. M. Madrid, hoja 87.250-1, folio 75, tomo 9.267, libro 8.054, sección 3ª inscrita en el R.O.A.C. con el número 50242 - CIF: B-79 031290



- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores centrales y específicos del suplemento financiero incluido en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Grupo Banco Popular. En el Anexo adjunto se detallan los indicadores revisados así como el alcance de su revisión.

El alcance de una revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto la seguridad proporcionada es también menor.

El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

Conclusión

Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún otro aspecto, distinto a los mencionados en el Anexo adjunto al presente Informe, que nos haga creer que el Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 de Grupo Banco Popular no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con la guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3); asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que dicho Informe contiene errores significativos.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés del Grupo Banco Popular, de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo.

Madrid, 26 de Febrero de 2009

Les saludamos atentamente,

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.



Ramón Aznar Pascua
Socio



Anexo al Informe relativo a la verificación externa de los indicadores del Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 de Grupo Banco Popular

Indicadores Impacto de Productos y Servicios				
Aspecto		Código G3	Descripción	Conclusión
Lista de Productos	Principal	FS6	Porcentaje de la cartera de cada una de las líneas de negocios desglosada por región, tamaño y por sector de actividad.	Total
	Principal	FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico en cada una de las líneas de negocio y desglosado por fines sociales.	Total
	Principal	FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio ambiental específico en cada una de las líneas de negocio y desglosado por fines ambientales.	Total
Auditoría	Principal	FS9	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar el grado de implementación de las políticas y procedimientos para la gestión del riesgo social y ambiental.	No disponible
Propiedad Activa	Principal	FS10	Porcentaje y número de empresas dentro de la cartera de la Organización, con las que ésta ha interactuado en cuestiones sociales y ambientales.	Total
	Principal	FS11	Porcentaje de activos sujetos a "screening" social y ambiental positivo y/o negativo.	Parcial
	Principal	FS12	Políticas de voto aplicadas a cuestiones sociales o ambientales, sobre las cuales la organización informante ostenta el derecho de acciones de voto o asesoramiento de voto.	Total
Indicadores Económicos				
Desempeño Económico	Principal	EC1	Valor económico directo 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.	Total
	Principal	EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Total
	Principal	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Total
	Principal	EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Total
Presencia en el Mercado	Adicional	EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Total
	Principal	EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Total
	Principal	EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Total
Impactos Económicos Indirectos	Principal	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.	Total
	Adicional	EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Total
Indicadores Medioambientales				
Materiales	Principal	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Total
	Principal	EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Total

Indicadores Medioambientales				
Aspecto		Código G3	Descripción	Conclusión
Energía	Principal	EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Total
	Principal	EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Total
	Adicional	EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Total
	Adicional	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.	Total
	Adicional	EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Parcial
Agua	Principal	EN8	Captación total de agua por fuentes.	Total
	Adicional	EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No aplica
	Adicional	EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No aplica
Biodiversidad	Principal	EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	No aplica
	Principal	EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	No aplica
	Adicional	EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No aplica
	Adicional	EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	No aplica
	Adicional	EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	No aplica
Emisiones, vertidos y residuos	Principal	EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Total
	Principal	EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Total
	Adicional	EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Total
	Principal	EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No aplica
	Principal	EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No aplica
	Principal	EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	No aplica
	Principal	EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Total
	Principal	EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No aplica
	Adicional	EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No aplica
	Adicional	EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	No aplica



Indicadores Medioambientales				
Aspecto		Código G3	Descripción	Conclusión
Productos y servicios	Principal	EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Total
	Principal	EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	No aplica
Cumplimiento normativo	Principal	EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Total
Transporte	Adicional	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.	Total
General	Adicional	EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Total
INDICADORES SOCIALES				
Indicadores de desempeño y de prácticas laborales y éticas del trabajo				
Empleo	Principal	LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Total
	Principal	LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Total
	Adicional	LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Total
Relaciones empresa / trabajadores	Principal	LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Total
	Principal	LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Total
Salud y seguridad en el trabajo	Adicional	LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	Total
	Principal	LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Total
	Principal	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.	Total
	Adicional	LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Total
Formación y educación	Principal	LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Total
	Adicional	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.	Total
	Adicional	LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Total



Indicadores de desempeño y de prácticas laborales y éticas del trabajo				
Aspecto		Código G3	Descripción	Conclusión
Diversidad e igualdad de oportunidades	Principal	LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Total
	Principal	LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Total
Indicadores de desempeño de Derechos Humanos				
Prácticas de inversión y abastecimiento	Principal	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.	Total
	Principal	HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	Total
	Adicional	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.	Total
No discriminación	Principal	HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Total
Libertad de asociación y convenios colectivos	Principal	HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Total
Explotación infantil	Principal	HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Total
Trabajo forzado	Principal	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.	Total
Prácticas de seguridad	Adicional	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.	Total
Derechos de los indígenas	Adicional	HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Total
Indicadores del desempeño de Sociedad				
Comunidad	Principal	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.	Parcial



Indicadores del desempeño de Sociedad				
Aspecto	Código G3		Descripción	Conclusión
Comunidad	Principal	FS13	Acceso a servicios financieros en áreas des pobladas/desfavorecidas por tipo de acceso	Total
	Principal	FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a la gente con minusvalías o impedimentos.	Total
Corrupción	Principal	SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Total
	Principal	SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Total
	Principal	SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Total
Política pública	Principal	SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Total
	Adicional	SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Total
Comportamiento de competencia desleal	Adicional	SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Total
Cumplimiento normativo	Principal	SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Total
Indicadores de desempeño de la responsabilidad sobre productos				
Salud y seguridad del cliente	Principal	PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser 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	Parcial
	Adicional	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.	Total
Etiquetado de productos y servicios	Principal	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.	Total
	Adicional	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.	Total
	Adicional	PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Parcial



Indicadores de desempeño de la responsabilidad sobre productos				
Etiquetado de productos y servicios	Principal	FS16	Iniciativas para ampliar la cultura financiera, desglosadas por tipos de beneficiarios	Total
Comunicaciones de Marketing	Principal	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.	Total
	Adicional	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 resultados de dichos incidentes.	Total
Privacidad del cliente	Adicional	PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	Total
Cumplimiento normativo	Principal	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.	Total

TIPOS DE VERIFICACIÓN EFECTUADA:




- **Verificación total:** Verificación del cálculo de los indicadores cuantitativos y de los aspectos de carácter cualitativo, así como su adecuada compilación a partir de la información extraída por las distintas unidades de Banco Popular Español y fuentes de información externa.
- **Verificación parcial:** No se han podido verificar todos los aspectos asociados al indicador que establece el GRI versión G3, pero se ofrece una parte de la información y para esta se ha realizado la verificación del cálculo de los indicadores cuantitativos y de los aspectos de carácter cualitativo, así como su adecuada compilación a partir de la información extraída por las distintas unidades de Banco Popular Español y fuentes de información externa.
- **No disponible:** Banco Popular Español no dispone de la información necesaria asociada a este indicador.
- **No aplica:** En base a los principios del GRI versión G3 y a la actividad de Banco Popular Español, la información asociada a este indicador no es de aplicación.

8.6. GRI - Nivel de Calificación

El Grupo Banco Popular ha elaborado el presente Informe de Responsabilidad Social Corporativa de acuerdo con la Guía G3 establecida por GRI . Dicho Informe se ha sometido a verificación externa por parte de la firma de auditores PricewaterhouseCoopers Auditores S.L.

En opinión del Grupo Banco Popular la información contenida en el mismo cumple los requisitos establecidos por GRI para su calificación con A+. Posteriormente ha sido revisado por el propio GRI, corroborando que se cumplen los requisitos asociados al Nivel A+ de Aplicación del G3.

Tabla 67. GRI - Nivel de Calificación - 2008

		2002	C	C+	B	B+	A	A+
		In Accordance						
Mandatory	Self Declared			Report Externally Assured		Report Externally Assured		
	Third Party Checked							
	GRI Checked							
Optional								

ANEXO I: Compendio de Tablas

Tabla 1. Principales variables financieras del Grupo Banco Popular - 2007/2008
Tabla 2. Capital social del Grupo Banco Popular por tramos de acciones - 2007/2008
Tabla 3. Edades de los miembros del Gobierno Corporativo - 2008
Tabla 4. Número de Oficinas nuevas y reformadas - 2006/2008
Tabla 5. Media de clientes activos por canal al mes - 2008
Tabla 6. Impacto del Riesgo Operacional en las líneas de negocio del Grupo Banco Popular - 2008
Tabla 7. Tipología y número de Auditorías Internas - 2006/2008
Tabla 8. Operaciones de Internet tratadas - 2008
Tabla 9. Tipología y volumen del fraude - 2006/2008
Tabla 10. Distribución de Clientes del Grupo Banco Popular - 2007/2008
Tabla 11. Distribución Clientes Grupo Banco Popular por segmentos - 2008
Tabla 12. Distribución de Clientes del Grupo Banco Popular por sexo - 2007/2008
Tabla 13. Segmentación comercial de Clientes del Grupo Banco Popular por actividad - 2008
Tabla 14. Incidencias de Grupo Banco Popular tramitadas a través del Banco de España - 2006/2008
Tabla 15. Tipología de las incidencias resueltas a través del Banco de España por Materias - 2008
Tabla 16. Tipología de las incidencias resueltas por Motivos - 2008
Tabla 17. Incidencias tramitadas a través de la CNMV - 2006/2008
Tabla 18. Incidencias y comunicaciones atendidas - 2008
Tabla 19. Incidencias resueltas por el Servicio de Atención al Cliente - 2006/2008
Tabla 20. Tipología de reclamaciones y quejas resueltas por Materias - 2007/2008
Tabla 21. Tipología de las incidencias resueltas por Motivos - 2007/2008
Tabla 22. Dictámenes del Servicio de Atención al Cliente del Grupo Banco Popular - 2006/2008
Tabla 23. Tiempo empleado en la resolución de incidencias - 2006/2008
Tabla 24. Índice de calidad operativa - 2006/2008
Tabla 25. Líneas de Negocio desglosadas por productos con especial beneficio social - 2008
Tabla 26. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por sexo - 2006/2008
Tabla 27. Distribución de empleados de los Bancos del Grupo en España por sexo - 2006/2008
Tabla 28. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular según fecha de incorporación - 2006/2008
Tabla 29. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por tipo de contrato y empresa de contratación - 2006/2008
Tabla 30. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por colectivos y empresa de contratación - 2007/2008
Tabla 31. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por Comunidad Autónoma, grupos de edad y sexo - 2008
Tabla 32. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por edad, índice de rotación y sexo - 2008
Tabla 33. Índice de rotación de los empleados del Grupo Banco Popular por CC. AA., grupos de edad y sexo - 2008
Tabla 34. Ratio salarial Mujer/Hombre - 2008
Tabla 35. Programas de Formación y participantes - 2008
Tabla 36. Formación en idiomas - 2008
Tabla 37. Datos de Formación del Grupo Banco Popular - 2006/2008
Tabla 38. Distribución de ascensos del Grupo Banco Popular - 2008
Tabla 39. Resultados del Plan Concilia - 2007/2008
Tabla 40. Evaluaciones de riesgos realizadas en el Grupo Banco Popular- 2006/2008
Tabla 41. Reconocimientos médicos realizados en el Grupo Banco Popular - 2008

Tabla 42. Peticiones de material ergonómico - 2008
Tabla 43. Accidentes en el Grupo Banco Popular- 2007/2008
Tabla 44. Jornadas perdidas debido a accidentes de trabajo en el Grupo Banco Popular- 2007/2008
Tabla 45. Volumen y tipología de Absentismo del Grupo Banco Popular - 2007/2008
Tabla 46. Comparativa del número de bajas del Grupo Banco Popular - 2007/2008
Tabla 47. Valoración del Grupo en la Encuesta de Satisfacción de Proveedores - 2008
Tabla 48. Valor añadido generado por el Grupo Banco Popular1 - 2008
Tabla 49. Evolución del empleo en el Grupo Banco Popular - 2003/2008
Tabla 50. Programas de Acción Social del Grupo Banco Popular - 2008
Tabla 51. Financiación a Partidos, Sindicatos y Asociaciones afines - 2006/2008
Tabla 52. Principales convenio ICO suscritos por Grupo Banco Popular y destino de los fondos - 2008
Tabla 53. Otras operaciones preferentes para PYMEs financiadas a través de convenios por Grupo Banco Popular - 2008
Tabla 54. Proyectos del Sector Centros Asistenciales - 2008
Tabla 55. Distribución de la financiación de proyectos con impacto medioambiental - 2001/2008
Tabla 56. Consumo del Grupo Banco Popular respecto a los principales indicadores de sostenibilidad - 2006/2008
Tabla 57. Consumo de toallitas de aseos - 2006/2008
Tabla 58. Comparativa del consumo del BPP vs. GBP respecto a los principales indicadores de sostenibilidad- 2008
Tabla 59. Consumo de agua del Grupo Banco Popular - 2008
Tabla 60. Reducción de material en stock - 2006/2008
Tabla 61. Reducción de material en stock - 2006/2008
Tabla 62. Emisiones directas de CO ₂ del Grupo Banco Popular - 2008
Tabla 63. Consumo energético del Grupo Banco Popular - 2008
Tabla 64. Indicadores comunes a los tres ejercicios - 2006/2008
Tabla 65. Nuevos Indicadores - 2006/2008
Tabla 66. Total de indicadores - 2006/2008
Tabla 67. GRI - Nivel de Calificación - 2008

ANEXO II: Compendio de Figuras

Figura 1. Principios de la Gestión Comercial del Grupo Banco Popular
Figura 2. Tabla de valores del Grupo Banco Popular
Figura 3. Estructura del Grupo Banco Popular - 2008
Figura 4. Principios del <i>GRI</i> y su reflejo en el Grupo Banco Popular
Figura 5. Principios del Sistema de Retribución Variable
Figura 6. Evolución del empleo del Grupo Banco Popular, respecto al conjunto de la banca española - 2003/2008
Figura 7. Distribución geográfica de la Acción Social del Grupo Banco Popular - 2008
Figura 8. Indicadores comunes a los tres ejercicios - 2006/2008