

2009

INFORME DE

RESPONSABILIDAD  
SOCIAL  
CORPORATIVA







# ÍNDICE

<b>CARTA DEL PRESIDENTE</b> .....	4
<b>1. EL GRUPO BANCO POPULAR</b> .....	7
1.1. Visión general	
1.2. Accionistas	
1.3. Estructura	
1.4. Sistemas de cumplimiento y control	
<b>2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL GRUPO BANCO POPULAR</b> .....	17
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. Posicionamiento ante las iniciativas de RSC	
<b>3. EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE SUS CLIENTES</b> .....	23
3.1. Servicios financieros a medida	
3.2. Comunicación con el cliente	
3.3. Protección y seguridad del cliente	
3.4. Financiación responsable	
3.5. Productos con especial beneficio social	
<b>4. EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE SUS EMPLEADOS</b> .....	41
4.1. Gestión de las personas	
4.2. Participación de las personas	
4.3. Seguridad y salud de las personas	
<b>5. EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE SUS PROVEEDORES</b> .....	61
5.1. Volumen de compras y origen de proveedores	
5.2. Política de admisión y trato con proveedores	
5.3. Participación en foros empresariales	
5.4. Formación en Responsabilidad Social Corporativa	
<b>6. EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO Y SOCIAL</b> .....	67
6.1. Impacto en la economía	
6.2. Inversión social	
<b>7. EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE EL MEDIO AMBIENTE</b> .....	79
7.1. Proyectos de financiación con alto contenido medioambiental	
7.2. Iniciativas de organización y funcionamiento interno	
7.3. Consumo de materias primas y energía	
7.4. Reducción del consumo de materias primas y energía	
7.5. Gestión de residuos y programas de reciclaje	
7.6. Emisiones	
7.7. Financiación de eventos de carácter medioambiental	
7.8. Objetivos y metas ambientales	
<b>8. VERIFICACIÓN Y CONFORMIDAD DEL INFORME</b> .....	93
8.1. Perfil	
8.2. Enfoques de gestión	
8.3. Indicadores de desempeño	
8.4. Informe de los auditores independientes	
8.5. GRI - Nivel de calificación	
<b>Anexo I: Compendio de tablas</b> .....	114
<b>Anexo II: Compendio de figuras</b> .....	115



## CARTA DEL PRESIDENTE

Me es grato presentarles el Informe de Responsabilidad Social Corporativa del Banco Popular correspondiente al ejercicio 2009.

La gestión de la Responsabilidad Social Corporativa en nuestro Banco está firmemente vinculada con la estrategia de negocio. Nuestro modelo de negocio está centrado en la banca minorista y el servicio al cliente. Este enfoque y la eficiencia de nuestra actividad nos aseguran unos ingresos recurrentes, unos resultados sólidos y por ello sostenibles,

Buscamos estar centrados en el servicio al cliente. Esto significa entenderles, conocer bien sus necesidades y sus aspiraciones y anticiparse a ellas. Significa ser cercano. Entendemos que es la forma de crecer y de defender adecuadamente los intereses de nuestros accionistas. El modelo de negocio del Popular está orientado al cliente y con este mismo objetivo gestionamos la responsabilidad social de nuestro Grupo. El Banco presta especial atención a su red comercial, la formación se enfoca a una mejor atención a los clientes y estamos convencidos de que la satisfacción profesional de los empleados repercute directamente en la mayor eficacia de los servicios que se les presta. Con este mismo enfoque procuramos que los proveedores se incorporen a la cadena de valor del Banco y con idéntico espíritu de servicio a la sociedad buscamos que nuestro trabajo sea respetuoso con el medio ambiente. Las páginas de este informe muestran las acciones llevadas a cabo en el 2009 para lograr estos objetivos.

Agradezco a todos los miembros del Consejo de Administración y a las distintas Comisiones del Consejo el trabajo que han venido realizando a lo largo del año. Además de la calidad personal y profesional con que han desempeñado sus tareas, éstas han sido llevadas a cabo con el más exquisito respeto a las normas y principios de Gobierno Corporativo. Sus iniciativas y su apoyo han sido decisivos para que la actividad del Banco Popular se realizara con una marcada dimensión social y contribuyera al desarrollo de nuestro entorno. Mi agradecimiento también a todos los empleados y proveedores de nuestro Banco que, en la mayor parte de los casos, han sido impulsores y verdaderos protagonistas de este aspecto social de su trabajo.

La información se presenta en un doble formato. En la página web del Banco se encuentra el Informe completo, que ha sido elaborado siguiendo los criterios de *Global Reporting Initiative* y sometido a la verificación de auditores externos. Complementariamente se dispone de un resumen ejecutivo con el que pretendemos facilitar y hacer más ágil su consulta, sin menoscabo del rigor, la transparencia y la calidad de la información.

El año 2009 ha estado marcado por las consecuencias de la profunda crisis económica que ha afectado a las economías mundiales y que está teniendo una acusada incidencia en España. En estas difíciles circunstancias nuestra manera de hacer banca ha demostrado ser capaz de lograr ingresos sostenibles y generar resultados de gran calidad; podemos además mostrar un capital sólido. Un año más lideramos el sector bancario europeo en cuanto a fortaleza de capital. Nuestro modelo de negocio se fundamenta en el servicio de excelencia y de cercanía con quienes confían en nosotros. Como lógica consecuencia, seguimos encabezando la lista de entidades con menos reclamaciones en función de su volumen de negocio del Servicio de Reclamaciones del Banco de España.

La estructura organizativa del Banco ha demostrado, además, flexibilidad y capacidad de adaptación a las condiciones del mercado. Sólo se logra esta agilidad cuando se dispone de un equipo humano profesional, eficiente, integrado con los objetivos de la empresa y con una elevada capacidad de entrega y de servicio. Las enseñanzas del ejercicio 2009 nos confirman la importancia de la formación y de las acciones encaminadas a favorecer el desarrollo personal y profesional de las personas que componen nuestra organización.

Por otra parte, el Banco impulsa diferentes actuaciones en beneficio de la conservación del entorno y promueve el respeto a principios éticos, ambientales y laborales. En lo que respecta a la acción social, aún más necesaria en estos momentos de crisis, en los que además se han padecido graves catástrofes naturales, el Banco Popular ha seguido alentando iniciativas a favor de la formación, la integración de personas desfavorecidas y la cooperación al desarrollo de países económicamente deprimidos. Los proyectos seleccionados lo han sido en función a su capacidad de influir de manera sostenible en el progreso social, económico y medioambiental de las comunidades en las que se han llevado a cabo.

Afrontamos el nuevo ejercicio con seguridad y confianza. En grandes líneas mantendremos nuestra estrategia que, año tras año, ha conferido al Banco Popular mejores rentabilidades y le ha convertido en un paradigma de solvencia y eficiencia. Considero que, en un contexto económico como el que atravesamos, un modelo de banca volcada al cliente y muy cercana a la persona y a su familia, al colectivo profesional y a la pequeña y mediana empresa es la mejor respuesta a los más exigentes compromisos de responsabilidad social. No queremos tampoco que falten otras actividades complementarias de exclusivo carácter social. Tengo el firme convencimiento de que la mayor parte de los males económicos del momento actual radican en los errores y en las desviaciones de la dimensión social que debe presidir toda actividad humana. Con esta convicción, el Banco Popular seguirá impulsando su modelo de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa que desea llevar a cabo con creciente eficiencia.



Angel Ron  
Presidente



## EL GRUPO BANCO POPULAR

Los valores que guían su actividad  
hacen del Grupo un ejemplo de rentabilidad,  
eficiencia y prestigio internacional.



## “resultados 2009:

- **Activos totales gestionados:**  
142.352.635 euros
  - **Créditos a la clientela:**  
97.362.922 euros
  - **Beneficio antes de impuestos:**  
1.072.906 euros
- (datos en miles de euros)

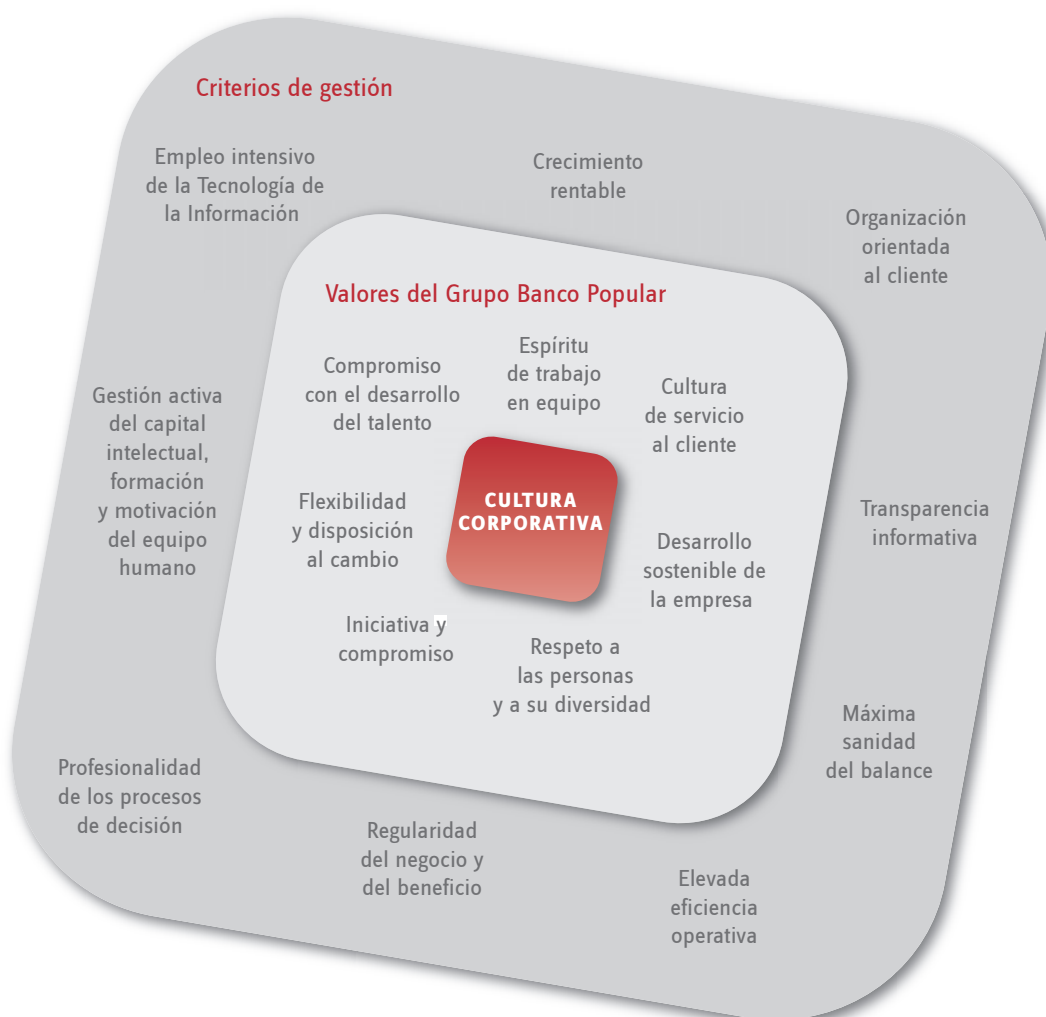
### 1.1. VISIÓN GENERAL

#### 1.1.1. Principales variables financieras

El objetivo del Grupo ante el difícil entorno económico del ejercicio 2009 fue mejorar su fortaleza frente a una posible extensión de la crisis. Esto ha permitido financiar con holgura la estrategia de crecimiento orgánico y anticiparse a las nuevas exigencias normativas, consiguiendo un resultado récord antes de provisiones que alcanzó los 2.672 millones de euros, un 18% más que en el año anterior, debido a la buena evolución de los ingresos y al férreo control de costes.

El fuerte incremento de las provisiones sitúa el beneficio neto atribuido del Grupo Banco Popular en 766 millones de euros, frente a los 1.052 del ejercicio anterior.

Figura 1. Cultura corporativa del Grupo Banco Popular



### 1.1.2. Estrategia y Política de Gestión

El modelo de negocio del Grupo, orientado a la banca comercial y minorista y enfocado a la rentabilidad, se concentra en la Península Ibérica. Pese al difícil contexto económico, la vigencia y la fortaleza del modelo han quedado patentes, permitiéndole generar ingresos sostenibles y afrontar el futuro con seguridad y confianza. Dentro de la estrategia de posicionamiento internacional, el Grupo está presente en Portugal y en Estados Unidos, a través de sus filiales Banco Popular Portugal y TotalBank, además de contar con una amplia presencia en otros países a través de oficinas de representación o personal operativo destacado en bancos locales colaboradores.

### 1.1.3. Misión, visión y valores

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 honestidad y eficacia, manteniendo su orientación hacia la calidad de servicio, la rentabilidad y la eficiencia.

El Grupo ejerce su actividad en todos los ámbitos con el máximo respeto a los criterios éticos que, como la integridad, transparencia, discreción y responsabilidad, hacen posible contar con la confianza y fidelidad de los clientes, base del negocio.

La cultura corporativa del Grupo y de las personas que trabajan en él se refleja fielmente en siete principios recogidos en la figura 1.

### 1.1.4. Principales premios y reconocimientos

- Angel Ron, Premio Gaudí Gresol al liderazgo empresarial.
- Banco Popular, Mejor Empresa en la XXXIII edición de los Premios Cambio 16.
- Líder de excelencia según el Índice Stiga de Satisfacción del Consumidor Español.
- Premio a "La mejor empresa de España en Satisfacción de Consumidores" de la revista *Consumer Management* en la categoría de Bancos, Cajas y cooperativas.
- Banco Popular, certificación de calidad y excelencia Madrid Excelente.
- Banco Popular incluido en *Ethical Global Index*, índice compuesto por una selección de empresas cotizadas europeas con arreglo a criterios de sostenibilidad.
- Popular Gestión, Mejor Gestora Mediana de España en los premios Fundclass.
- Popular de Factoring, *Best service quality consistency over time as Export Factor and Import Factor*, otorgado por *Factors Chain International*.
- Canal "Banca en el móvil", premio al mejor caso de éxito *movilforum* de Telefónica en la categoría de Innovación en la Relación con el Cliente.
- Eurovalor Dividendo FI, Premio Cinco Días Lipper al mejor fondo en Renta variable Europa de Popular Gestión.
- Eurovalor Bonos Alto Rendimiento, FI, Mejor Fondo a 3 años en Renta Fija Global - Alta Rentabilidad.

“ La  
prudencia  
y la previsión han garantizado la  
solidez  
del Grupo durante la crisis

“ Banco Popular incluido por  
segundo año consecutivo en el  
**Ethical Global  
Index**  
de E-Capital Partners



## 1.2. ACCIONISTAS

El número de accionistas del Grupo ha crecido de forma significativa en los últimos años hasta superar la cifra de 136.000, con un aumento de más del 4,5% en este año. A 31 de diciembre de 2009, el Banco Popular cuenta con 136.207 accionistas, frente a los 130.282 del año anterior. La composición del accionariado y su capital al cierre de los dos últimos ejercicios figura en la siguiente tabla.

Tabla 1. Capital social del Grupo Banco Popular por tramos de acciones - 2007/2009

	Número de Accionistas			%			Participación en el capital (%)		
	2009	2008	2007	2009	2008	2007	2009	2008	2007
Minoritarios (hasta 800.000)	136.090	130.164	121.302	99,91	99,91	99,91	37,50	39,54	41,75
Significativos (más de 800.000)	117	118	125	0,09	0,09	0,09	62,50	60,46	58,25
<b>TOTAL</b>	<b>136.207</b>	<b>130.282</b>	<b>121.427</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Accionistas: 136.207  
Aumento superior al

**4,5%**

respecto a 2008

El Grupo destaca por su empeño en facilitar la participación de los accionistas en las decisiones más relevantes, manteniendo los cauces adecuados de información y difundiendo lo antes posible la información anual. De esta forma, se proporciona al accionista un período de tiempo suficiente para solicitar aclaraciones, formular consultas y efectuar propuestas antes de la celebración de la Junta General Ordinaria.

### 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, telefónica, por escrito o por correo electrónico, los accionistas disponen de un apartado específico en la web corporativa en la que se ofrece información relevante sobre el Grupo y desde donde se puede acceder a las presentaciones de resultados en tiempo real.

Trimestralmente se edita el Informe del Accionista, que resume la actividad del Grupo y la evolución de la acción en cada período. Las preguntas más frecuentes de los accionistas se refieren a las fusiones de los bancos filiales, la ampliación de capital del pasado mes de septiembre, la emisión de obligaciones convertibles y el canje de participaciones preferentes. A lo largo de 2009, la Oficina del Accionista ha gestionado, aproximadamente, 2.200 llamadas y 350 correos electrónicos.

### 1.2.2. Accionistas mayoritarios

La Oficina de Relaciones con Inversores tiene como principal cometido canalizar la relación con los inversores institucionales y analistas financieros. Esta relación se centra en la celebración periódica de reuniones informativas, tanto en España, como en el extranjero. Durante 2009, se participó en 12 Conferencias financieras y 9 encuentros con inversores en Londres, París, Nueva York, Frankfurt, Zurich, Edimburgo, Lisboa, Barcelona y Madrid. La documentación utilizada en estas presentaciones está disponible en la web corporativa. Se mantuvieron además 63 reuniones con analistas y 47 con inversores.

La Oficina se encarga además de recopilar toda la información de los acontecimientos que puedan afectar a la valoración de la acción, llevando a cabo tareas que van desde la identificación de posibles inversores institucionales, hasta la organización de las presentaciones trimestrales de analistas.

**21**

Conferencias financieras  
y encuentros con  
inversores en Europa  
y América

### 1.3. ESTRUCTURA

El Grupo Banco Popular lo conforman no sólo Banco Popular y sus entidades filiales, sino el conjunto de personas que 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 interacción con los grupos de interés señalados para la elaboración y mejora del Informe de RSC. El buzón de correo [rsc@bancopopular.es](mailto:rsc@bancopopular.es) está abierto a la recepción de sugerencias y consultas desde la web.

El Gobierno Corporativo del Banco se ejerce, además de por la Junta General de Accionistas, por el Consejo de Administración y sus cuatro Comisiones. Los diferentes órganos de gobierno están formados por 18 personas, de los cuales el 22% tienen menos de 50 años, el 28% entre 51 y 64, y el resto más de 65 años. Más del 77% son hombres, un 6% son mujeres y un 17% personas jurídicas. Por otra parte, la dirección del negocio corresponde a la Dirección General, presidida por el Presidente del Banco y compuesta por 6 directores generales de las áreas de Negocio, Corporativa y Finanzas, Riesgos, Intervención General, Control y Morosidad y Recursos Técnicos.

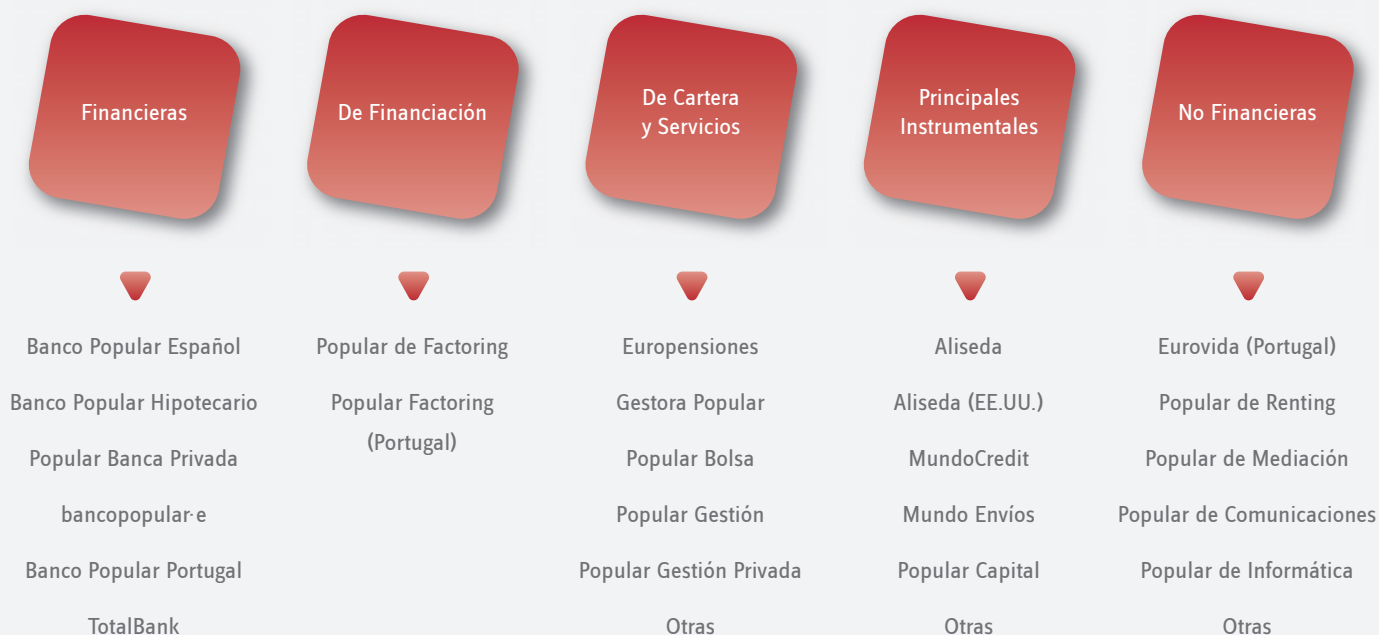
#### 1.3.1. Bancos filiales y sociedades operativas

El Grupo Banco Popular se compone, tras la integración en agosto de 2009 de Banco de Andalucía, de un banco matriz -Banco Popular Español- y cinco bancos filiales, tres de los cuales operan en España (Banco Popular Hipotecario, bancopopular-e y Popular Banca Privada), uno en Portugal (Banco Popular Portugal) y otro en Estados Unidos (TotalBank).

Además, el Grupo cuenta con otras sociedades filiales, tal como se muestra en la figura 2, y mantiene participaciones en otras sociedades con las que no se ha planteado la oportunidad de interactuar en cuestiones sociales o ambientales.

“ La fusión de los bancos filiales  
fortalecerá la  
**competitividad**  
del Grupo en el mercado  
financiero español

Figura 2. Estructura del Grupo Banco Popular por entidades - 2009



“ Sistemas de control internos garantizan que todas las actividades cumplen las leyes y los criterios de negocio fijados por la Dirección

### 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 decidió 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 al respecto puede resumirse de la siguiente forma:

- Establecimientos *off-shore* cuya actividad exclusiva es la emisión de valores. *BPE Finance International Ltd* y *BPE Preference International Ltd*, ambas con domicilio social en las Islas Caimán, se encuentran inactivas desde principios de 2003, fecha en la que dejaron de utilizarse estos vehículos para la realización de emisiones. Su actividad se limita al mantenimiento de las emisiones efectuadas con anterioridad. Sus cuentas son auditadas anualmente por *PricewaterhouseCoopers*.
- **BPE FINANCE INTERNATIONAL LTD.** A 31 de diciembre de 2009, esta sociedad mantiene vigentes 5 emisiones de deuda simple (*Senior Notes*).
- **BPE PREFERENCE INTERNATIONAL LTD.** Continúan en vigor 3 emisiones de *preference shares*, o participaciones preferentes, realizadas en los ejercicios 2000, 2001 y 2002 en el mercado nacional. Dado el carácter perpetuo de las *preference shares* emitidas, no se ha producido cancelación alguna de dichas emisiones.
- Otros establecimientos *off-shore*: Banco Popular Portugal, Sucursal Financiera Exterior (Madeira). La Sucursal Financiera Exterior tiene por finalidad ofrecer servicios bancarios a los clientes no residentes en Portugal. Como establecimiento situado dentro del territorio comunitario está 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.

## 1.4. SISTEMAS DE CUMPLIMIENTO Y CONTROL

### 1.4.1. Control externo

Además de los sistemas de control interno, la actividad del Grupo está sujeta a la supervisión de las instituciones competentes como el Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros. 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.

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 su compromiso por la transparencia en la información al mercado y la ausencia, durante el ejercicio 2009, 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.



### 1.4.2. Control interno

Para garantizar que todas las actividades se ejercen dentro del estricto cumplimiento del ordenamiento jurídico y de los criterios de negocio fijados por la Dirección, se han establecido diversos sistemas internos de cumplimiento y control. Su cometido es responder a la necesidad de prevenir y mitigar los principales riesgos a los que, tanto el Grupo como sus accionistas, empleados y clientes, están expuestos.

Figura 3. Comisiones y órganos de control interno del Grupo Banco Popular

Comisiones del Consejo	Comité de Auditoría y Control	Asiste al Consejo de Administración en las funciones de vigilancia y control del Grupo; supervisa los servicios de auditoría, evalúa sus resultados y las respuestas del equipo de gestión a sus recomendaciones. Además informa en la Junta General de Accionistas sobre los temas de su competencia.
	Comisión Delegada de Riesgos	Decide sobre las operaciones propuestas por la red y evalúa el riesgo global del Grupo, su diversificación sectorial y geográfica y la cobertura aconsejable para preservar la solvencia que se considere, proponiendo las políticas más adecuadas para obtener estos objetivos.
Órgano de Dirección	Comité de Activos y Pasivos	Se ocupa del análisis y control de los riesgos de mercado y de liquidez, así como del impacto en el balance y en el margen de intermediación de distintos escenarios de comportamiento en los tipos de interés.
Oficinas de gestión	Cumplimiento Normativo	Identifica y previene los posibles incumplimientos del ordenamiento jurídico, códigos de conducta y estándares de buenas prácticas, especialmente en las actividades de negocio, prevención del blanqueo, comportamiento en los mercados de valores y protección de datos.
	Control Operativo	Se encarga, entre otros, del cumplimiento de la normativa sobre la contabilización de las operaciones, así como del análisis y tramitación de incidencias con otras entidades.
	Tecnologías de la Información y Seguridad Informática	Es responsable del correcto funcionamiento de los sistemas informáticos para ofrecer el mejor servicio y vela por la protección de los clientes en el manejo diario de los sistemas informáticos por parte de los empleados.
	Auditoría Interna	Analiza las posibles situaciones anómalas internas mediante procedimientos de auditorías <i>in situ</i> o a distancia.
	Riesgo Operacional	Elabora los procedimientos para la identificación, evaluación, seguimiento y control del Riesgo Operacional del Grupo con el fin de minimizar sus repercusiones.
Órganos de control y transparencia	Órgano de Vigilancia del Reglamento Interno de Conducta en el ámbito de los Mercados de Valores	Responsable de la observancia de las reglas de actuación previstas en el Reglamento Interno de Conducta y de la adopción de las medidas adecuadas para su cumplimiento en el Grupo.
	Órgano Interno de Control en el ámbito de la Gestión de Activos	La gestora de fondos del Grupo creó este órgano para el control y la autorización de las operaciones que se consideran vinculadas de acuerdo con las normas aplicables. Se ocupa 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	Minimiza los riesgos de incumplimiento y asegura la coordinación entre las distintas áreas afectadas por la Política de Protección de Datos y Seguridad de la Información.



### 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 contribuir a la detección de conductas sospechosas, comunicando al personal directivo cualquier circunstancia que pueda ser de interés.

La Oficina de Prevención del Blanqueo de Capitales trabaja con las autoridades competentes, analiza y comunica las operaciones que pudieran presentar indicios de su relación con dichas actividades. Se ocupa también de la difusión interna de las medidas contra el blanqueo. Entre éstas destaca la inclusión en Intranet de un apartado específico que recoge información y normativa 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 del Grupo, para el blanqueo de capitales.

Adicionalmente, la cápsula formativa sobre Prevención del Blanqueo de Capitales, disponible en el Portal de Formación, difunde entre los empleados los aspectos relevantes sobre la política de admisión de clientes del Grupo y las obligaciones de colaboración y confidencialidad en esta materia. Durante 2009 han recibido formación en esta área 3.246 empleados, de los que 613 eran administrativos y 2.633 directivos, suponiendo en conjunto un 22,5% de la plantilla total del Grupo Banco Popular.

#### 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 desde 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*. Como culminación de esta política, 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.

Los empleados disponen, a través de Intranet, de 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. Este apartado contiene además una circular que incluye criterios prácticos para adecuarse al cumplimiento de la LOPD. Se asegura así que los empleados conozcan las medidas necesarias para proteger correctamente los datos de carácter personal de la clientela.

Asimismo, se remitió 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 es una adaptación de las normas contenidas en la ley que afectan al trabajo diario de los empleados: qué obligaciones entraña, a quién afecta, derechos y responsabilidades y pautas a seguir en el tratamiento de datos.

#### Seguimiento y Control del Riesgo

El Informe Anual y el Informe de Gobierno Corporativo recogen con detalle las políticas y procedimientos establecidos por el Grupo para el seguimiento y control del riesgo. Entre estas medidas destacan la implantación de herramientas para responder a las exigencias derivadas de la implantación de Basilea II, el incremento de la actividad de Auditoría Interna y el establecimiento de medidas para prevenir el fraude.

En 2009, el 34,35% del total de sucursales y el 12,68% del total de sociedades han sido auditadas; 831 de un total de 2.419 y 9 de un total de 71 respectivamente. Además, durante este ejercicio ningún empleado ha sido condenado por sentencia judicial firme por un delito de tráfico de influencias o de cohecho.

Tabla 2. Tipología y número de auditorías internas - 2007/2009

		2009	2008	2007
Servicios Centrales	Servicios Centrales	34	8	21
	Direcciones territoriales	5	1	1
	Otros	11	50	3
	<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>59</b>	<b>25</b>
Sociedades	Servicios Centrales - Bancos del Grupo	4	3	7
	Sucursales Bancos del Grupo	26	27	18
	Sociedades	9	8	26
	<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>38</b>	<b>51</b>
Sucursales	Presenciales	805	785	908
	A distancia	-	49	134
	<b>TOTAL</b>	<b>805</b>	<b>834</b>	<b>1.042</b>
	<b>TOTAL AUDITORÍAS</b>	<b>896</b>	<b>931</b>	<b>1.118</b>

**3.246**

empleados han recibido formación en Prevención del Blanqueo de Capitales

“ El Grupo colabora activamente en el cumplimiento de las medidas preventivas del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo

Tabla 3. Tipología y volumen del fraude - 2007/2009

	2009	2008	2007
Hurtos, robos y atracos	227.300	216.000	504.400
Falsificación de cheques-pagarés	224.271	216.090	167.750
Falsificación de billetes	160.926	142.910	139.161
Fraude y falsificación de tarjetas	2.592.060	1.123.882	1.185.793
Falsificación de reintegros y recibos de caja (*)	169.787	37.950	39.020
Fraudes en transferencias	273.646	529.430	429.664
Fraude documental	92.577	112.958	42.611
Otras causas	210.164	119.294	550
<b>TOTAL</b>	<b>3.723.431</b>	<b>2.282.514</b>	<b>2.004.549</b>

(\*) Incluye incidencia 2007 por importe de 156.000 € soportada en 2009.





## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL GRUPO BANCO POPULAR

La responsabilidad social se encuentra  
alineada con la estrategia de negocio del Grupo  
y las expectativas de sus grupos de interés.

“ La responsabilidad social es un  
**elemento**  
**transversal**  
 en el desarrollo de la actividad  
 del Grupo

Desde 2006, la Oficina de Responsabilidad Social Corporativa, que depende directamente de la Presidencia del Grupo, 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 en septiembre de 2008, amplió las funciones de la Oficina de RSC y creó la Oficina de Calidad, Responsabilidad Social Corporativa y Fundación Banco Popular, manteniéndola 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 su actividad.

### Ampliación de los canales de comunicación con los empleados

Durante 2009, la comunicación entre los empleados y la Oficina de RSC se ha consolidado a través de la ampliación de la sección correspondiente en el Portal del Empleado y de los espacios reservados en la revista corporativa *Más Popular* y en el boletín electrónico Canal Popular. Estos canales se utilizan para difundir las iniciativas que tanto el Grupo como actores externos desarrollan en esta materia.

Los empleados pueden dirigir sus opiniones, sugerencias y recomendaciones al Buzón de Sugerencias de RSC. En 2009 se ha abierto un nuevo buzón destinado a recoger aquellas relativas al impacto medioambiental del Grupo.

Tanto la presentación de contenidos como los buzones han tenido una significativa acogida. Destaca la elevada participación en iniciativas como la Encuesta sobre Voluntariado Corporativo y en eventos benéficos organizados por ONGs como la Asociación Española Contra el Cáncer o UNICEF.

## 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. 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 y se reflejan en el presente Informe.



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

Principios del G3	Reflejo en el Informe
▶ <b>Principio de Materialidad:</b> Presentar aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos –sociales, ambientales y económicos– de la organización.	Información sobre políticas, estrategias y datos que afecten a la organización y su entorno de manera trascendente.
▶ <b>Principio de Participación de los Grupos de Interés:</b> Identificar sus grupos de interés y describir cómo se ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.	Equilibrio entre la información presentada para los diferentes grupos de interés: clientes, empleados, proveedores y accionistas.
▶ <b>Principio de Sostenibilidad:</b> Informar del desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad.	Presentación de las medidas que contribuyan a preservar el contexto social y medioambiental del entorno de influencia del Grupo.
▶ <b>Principio de Exhaustividad:</b> Indicar el alcance, cobertura y tiempo de la Memoria.	Exposición de las actividades desarrolladas por el Grupo con el mayor detalle posible en cuanto a su contenido y período temporal.
▶ <b>Principio de Equilibrio:</b> Reflejar aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para facilitar una valoración general.	Presentación que permita apreciar las tendencias de los datos y analizar los cambios experimentados por la organización en el tiempo.
▶ <b>Principio de Periodicidad:</b> Presentar la información siguiendo un calendario periódico, de forma que se facilite su comparativa.	Información elaborada y presentada por años naturales.
▶ <b>Principio de Claridad:</b> Ofrecer información de manera comprensible y accesible a los grupos de interés.	Contenido ordenado sistemáticamente sobre las distintas iniciativas del Grupo.
▶ <b>Principio de Precisión y Fiabilidad:</b> Garantizar que la información ha sido recopilada y presentada de forma que pueda estar sujeta a examen.	Veracidad de los datos del Informe y precisión de los mismos, certificadas a través de la verificación de auditores externos.

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 2009, recoge las actividades de interés respecto a la sostenibilidad realizadas por el Banco Popular Español, S.A. y el grupo económico al que pertenece, denominado en este Informe 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.

Desde 2005, los Informes de Responsabilidad Social Corporativa editados por el Grupo han sido verificados anualmente de acuerdo con la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del GRI (*Global Reporting Initiative*) por la firma independiente PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. que, asimismo, audita los datos financieros del Grupo. Desde el ejercicio anterior, se han incorporado nuevos indicadores del GRI que hacen hincapié en los aspectos más específicos del negocio financiero relacionados con la sostenibilidad.

El proceso de fusión no ha producido ningún cambio significativo en el alcance ni en la presentación de datos de esta Memoria. A efectos comparativos, salvo indicación en contrario, se presentan los datos agregados para todo el Grupo y referidos a los diferentes períodos comprendidos en cada tabla.

“ El Informe de RSC  
del Grupo Banco Popular es  
**verificado**  
por auditores  
externos independientes  
desde el año 2005

“ En 2009 se amplió la  
difusión  
de la RSC  
a través de nuevos canales  
de comunicación interna

## 2.4. LOGROS Y RETOS

A modo de cuadro de mando, el Grupo presenta a continuación los retos de 2009, 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 2010.

### 2.4.1. Revisión de los retos de 2009

Retos 2009	Avance conseguido
Plan de Voluntariado Corporativo 2009-2011	Se ha definido el Programa de Voluntariado según las necesidades corporativas y las conclusiones obtenidas en la encuesta correspondiente.
Participación activa de los grupos de interés en el Informe de RSC	En coordinación con las áreas competentes se han establecido las líneas de actuación para garantizar la participación de los grupos.
Plan de Racionalización del Consumo Interno	Se han llevado a cabo acciones encaminadas a reducir el consumo de papel, energía eléctrica, gasóleo y agua, logrando además disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero.
Consolidación del Proyecto “Reinventándonos”	“Reinventándonos” ha sido impulsor de mejoras internas a través de los Blogs de Innovación.
Política de Derechos Humanos del Grupo	Además de su condición de firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas, el Grupo ha definido su propia Política de Derechos Humanos, pendiente de aprobación.
Consideración interna de factores socioambientales	Durante el ejercicio 2009 el esfuerzo se ha centrado en la actuación de la Oficina de Compras, uno de los departamentos clave en la implementación y transmisión de las políticas de RSC del Grupo.
Promoción del comercio justo	Consolidación de la difusión de los beneficios del comercio justo entre los empleados e incorporación de sus criterios en la política de consumo de la Entidad.
Promoción interna de la Política de Responsabilidad Social Corporativa	Incremento de la información sobre Responsabilidad Social en los canales de comunicación interna y promoción de la participación de los empleados.

### 2.4.2. Presentación de los retos de 2010

Retos 2010			
Lanzamiento del Programa de <b>Voluntariado</b> Corporativo del Grupo 2009-2011	Fortalecimiento del posicionamiento del Grupo frente a la <b>discapacidad</b>	Profundización en el comportamiento sostenible de los <b>proveedores</b> del Grupo	Lanzamiento de un Portal de <b>Innovación</b> interno como continuación al Proyecto “Reinventándonos”
<b>Difusión</b> de las iniciativas de RSC del Grupo entre clientes y accionistas	Refuerzo de la <b>calidad</b> del servicio del Grupo mediante la consolidación del Plan Cliente	Aumento de la <b>formación</b> de empleados en materia de RSC	Continuación del Plan de Racionalización del <b>Consumo</b> Interno



## 2.5. POSICIONAMIENTO ANTE LAS INICIATIVAS DE RSC

El Grupo manifiesta su compromiso con los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, -del que es empresa signataria- 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.

El Grupo continúa desarrollando 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 en programas de microcréditos en África y Latinoamérica, impulsando la mejora de la salud maternal y la reducción de la mortalidad infantil, apoyando la construcción y el funcionamiento de hospitales en países emergentes y promoviendo la igualdad entre géneros o la enseñanza universal.

En 2009, destaca igualmente la incorporación del Banco en *SpainSIF*, un foro de encuentro para la comunidad financiera, gestoras de fondos, planes de pensiones, agencias de rating y entidades del tercer sector vinculadas a la inversión responsable. *SpainSIF* se ha constituido con el objetivo de ser plataforma de desarrollo de la inversión socialmente responsable en España.

En este ejercicio el Grupo Banco Popular se ha adherido como firmante al *Carbon Disclosure Project*, una iniciativa internacional en la que participa desde 2006 y que analiza el modo en que las principales empresas valoran los riesgos y oportunidades que su actividad tiene para el cambio climático.

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 hay que 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 (Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos), el Observatorio de INVERCO (Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones), el Foro Inserta Responsable, AENOR, AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas) o la ORX (*Operational Riskdata Exchange Association*). 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.

“ Entre los retos de 2010  
destaca el lanzamiento  
del Programa de  
**Voluntariado**  
Corporativo



APOYAMOS  
EL PACTO MUNDIAL



# Atención al cliente



## EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE SUS CLIENTES

El Grupo continúa ganando espacio y demostrando que se puede seguir creciendo gracias a la fidelidad de nuestros clientes.



**6,4 millones**  
de clientes, gestionados  
a través del Plan Cliente

### 3.1. SERVICIOS FINANCIEROS A MEDIDA

Para mejorar la calidad del servicio a sus más de 6,4 millones de clientes en España, el Grupo Banco Popular ejecutó en 2009 el Plan Cliente, un proyecto enfocado a la gestión de relaciones con el cliente que contempla la implantación de una metodología comercial basada en la orientación relacional.

Tras dividir la cartera de clientes en segmentos tácticos en función de cuatro ejes que describen su comportamiento, se plantean iniciativas comerciales. Los cuatro ejes son: el valor del cliente y los perfiles financiero, no financiero y relacional. Los procesos de gestión relacional abarcan desde el alta del cliente con el proceso de bienvenida, hasta el posible abandono. El objetivo es gestionar las relaciones de manera personalizada, ajustando la oferta de productos y servicios al momento en que se encuentre cada persona.

Mantener la confianza de los clientes pasa también por gestionar de manera eficiente aspectos clave como la protección de datos, la transparencia publicitaria o la financiación responsable. Así, desde la concepción del producto o servicios hasta su comercialización y postventa, el Grupo contempla todos los requisitos normativos y administrativos que redunden en la protección de los clientes.

Figura 5. Características de la gestión del ciclo de productos y servicios del Grupo Banco Popular - 2009

Concepción

- Definición y diseño de productos basándose en criterios de personalización según la segmentación de clientes y la observancia de la normativa aplicable, custodiada por los sistemas de control, gestión y transparencia del Grupo.

Comercialización

- Adecuación de la comercialización al ciclo vital del cliente y a su perfil financiero.
- Campañas sometidas a órganos reguladores externos (CNMV, Banco de España), códigos de conducta (Código Inverco) y principios de gestión propios del Grupo:
  - Protección de los derechos del cliente
  - Respeto a la ética publicitaria
  - Utilidad de la publicidad para sus destinatarios

Postventa

- Sometimiento de las gestiones comerciales a los sistemas de control, gestión y transparencia del Grupo.
- Análisis de los datos recogidos en el Servicio de Atención al Cliente y controles de calidad del servicio para mejorar sus prestaciones.

Esta gestión del ciclo de productos y servicios se ha visto recompensada con la fidelidad de los clientes que, no sólo se mantienen, sino que aumentan en segmentos afectados duramente por la crisis económica actual, como el empresarial.

Figura 6. Distribución de clientes del Grupo Banco Popular - 2008/2009

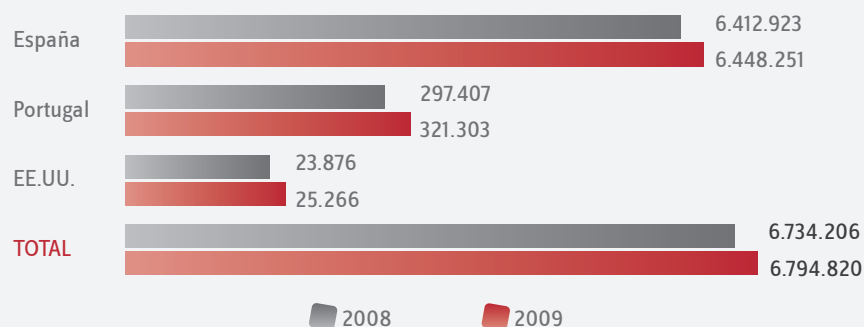


Figura 7. Aumento de clientes del Grupo Banco Popular - 2008/2009

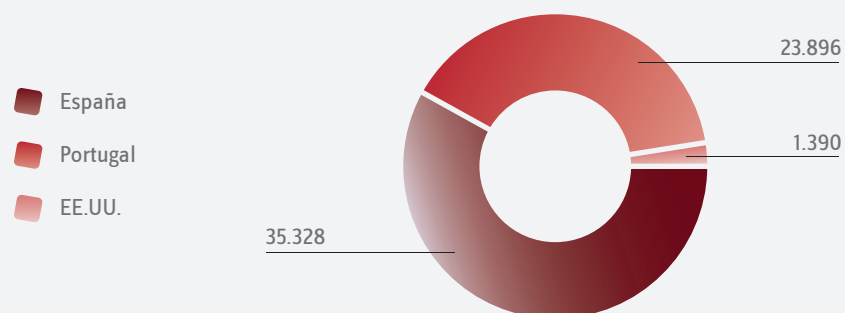


Tabla 4. Segmentación de clientes del Grupo Banco Popular en España - 2009

Tipología jurídica	Actividad económica	Tratamiento bancario	Nº de clientes
Personas físicas 6.226.340	Particulares 5.499.331	Banca masiva	4.232.662
		Banca de particulares	996.457
		Banca personal	270.012
		Clientes de sociedades	200
Personas jurídicas 568.480	Empresas 933.286	Autónomos	345.066
		Comercios	85.212
		Microempresas	287.593
		Pequeñas empresas	106.785
		Medianas empresas	23.869
		Grandes empresas	8.852
		Entidades no mercantiles	61.706
		Empresas no segmentadas	14.203
		TOTAL	6.432.617



### El Grupo ofrece a las PYMEs darse a conocer a través de Google

Mediante esta iniciativa, el Banco pone al alcance de las PYMEs la posibilidad de presentar sus productos y servicios a miles de clientes potenciales en todo el mundo. El modelo de negocio está basado en la publicidad que se muestra a los internautas de forma no intrusiva y los anunciantes solamente pagan por cada vez que un usuario visita su página web.



Google AdWords es el sistema publicitario que permite tener una presencia destacada en los resultados de búsqueda de Google, así como en otros sitios de la red de contenido de Google.

En concreto, el Banco regala 50 euros en forma de cupón a sus clientes PYMEs, para que tengan la posibilidad de conocer este servicio y conocer sus ventajas, a cambio de que las empresas actualicen su dirección electrónica.

Tabla 5. Financiación de partidos políticos, sindicatos y asociaciones afines - 2007/2009

	2009		2008		2007	
Financiaciones otorgadas	Nº operaciones concedidas	Importe	Nº operaciones concedidas	Importe	Nº operaciones concedidas	Importe
Partidos políticos	46	42.309	30	57.618	45	47.282
Sindicatos	180	29.285	140	19.603	150	24.761
Asociaciones afines	10	754	13	2.488	14	6.729
<b>TOTAL</b>	<b>236</b>	<b>72.348</b>	<b>183</b>	<b>79.709</b>	<b>209</b>	<b>78.772</b>

### Financiación de partidos políticos, sindicatos y asociaciones afines

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. Por ello 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 se tratara de peticiones de cualquier empresa de servicios, sin influencia alguna de la ideología política del solicitante.

Hasta el 31 de diciembre de 2009 se realizaron 236 operaciones -exclusivamente para la financiación de campañas electorales y de necesidades de tesorería o de concesión de avales- por un importe total superior a 72 millones de euros.

## 3.2. COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

El Grupo considera que la comunicación es parte fundamental para el establecimiento de una relación eficiente, duradera y personalizada. Para ello, se apoya en la red de sucursales y en la Banca Multicanal, basando su interacción en criterios de transparencia y responsabilidad.

### 3.2.1. La red de sucursales como centro de servicio al cliente

La red comercial es el principal y más directo canal de comunicación con los clientes por su cercanía y accesibilidad. Tras la fusión de los Bancos Filiales, finalizada en el año 2009, se ha llevado a cabo una reestructuración de la red de sucursales. Así, a 31 de diciembre, el Grupo cuenta con 2.168 sucursales distribuidas en el territorio nacional. Además, el Grupo tiene 236 oficinas en Portugal y 15 en Estados Unidos, a las que se añaden oficinas de representación y despachos de colaboración en otros 23 países.

#### Eliminación de barreras físicas

Las instalaciones se proyectan atendiendo a las actuales normas de accesibilidad mediante la construcción de accesos adaptados con rampas, plataformas elevadoras y superficies de maniobra para discapacitados. También se han instalado aseos y cajeros adaptados para personas con movilidad limitada. En aquellas oficinas ubicadas en plantas altas se contempla su adecuada accesibilidad ya sea con ascensores comunitarios o de uso privado. En 2009 se han instalado 5 nuevas rampas y un salva-escaleras así como 19 infraestructuras 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, que haya producido multa o sanción alguna derivada del incumplimiento de la normativa relativa a esta cuestión. Además, los requerimientos de clientes o Administraciones Públicas se han atendido dentro de lo que han permitido las condiciones estructurales de los locales.

#### 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. En apoyo a la misma, se mantienen 525 sucursales en poblaciones de menos de 10.000 habitantes, lo que supone aproximadamente un 22% del total de sucursales del Grupo; un 13% en localidades de menos de 5.000 habitantes y un 9% en poblaciones de entre 5.000 y 10.000. De hecho, el Grupo cuenta con 477 oficinas en el ámbito rural, lo que supone un 19,7% del total.

Destaca en 2009 la instalación de Telesor, un nuevo servicio de banca telefónica para personas con problemas de audición, que garantiza la misma funcionalidad que las centralitas telefónicas de voz, utilizando medios de comunicación basados en texto escrito. Las personas con discapacidad auditiva pueden teclear su mensaje mediante PDA, móvil o teléfono de texto y enviar a la plataforma telefónica del Banco. El operador recibe en tiempo real el mensaje en su ordenador y envía la respuesta al dispositivo de comunicación que se haya utilizado. Se trata de un servicio de enorme interés para el millón de personas que sufren algún tipo de discapacidad auditiva, además de para aquellas con problemas del habla, que también pueden beneficiarse de esta solución. Utilizando la tecnología a favor de la bancarización, el Grupo mejora la accesibilidad de su oferta financiera.

Por otra parte, el servicio de envío de remesas Trabex promueve la bancarización en el país de origen de la población inmigrante al establecer condiciones preferentes para el cobro de las remesas si se abre una cuenta corriente en alguno de los bancos con los que el Grupo tiene acuerdos. Un 88,4% de los clientes de Trabex envían sus remesas a cuentas corrientes.

## “ sucursales

del Grupo:

- 2.168 en España
- 236 en Portugal
- 15 en EE.UU.

“ Telesor permite el  
**acceso**  
a banca telefónica  
a 1 millón de personas  
con discapacidad auditiva

**2,5 millones**  
de clientes utilizan  
Banca Multicanal  
a través de Internet,  
móvil y fijo

“ [www.bancopopular.es](http://www.bancopopular.es)  
**2ª mejor web**  
de entidades financieras  
de España

Más de  
**4,4 millones**  
de SMS enviados  
a clientes  
con información  
bancaria

**704.000**  
transacciones  
de actividad directa  
al mes en el canal  
móvil

### 3.2.2. Banca multicanal

Unos de los objetivos del Grupo es mejorar sus canales de distribución para ofrecer un trato cercano y adaptado a las necesidades de los clientes. Éstos pueden operar, consultar la evolución y estado de sus productos y servicios a través de Internet, telefonía fija y móvil. El soporte jurídico que da acceso a los canales a distancia es el contrato de Banca Multicanal del que 2,48 millones de clientes son titulares; un 84,4% personas físicas y un 15,6% personas jurídicas.

#### Internet

Internet se consolida en el Grupo como un canal de fácil acceso y elevada afluencia. El número de clientes activos en Internet es de 478.157, lo que significa un crecimiento del 8,71% con respecto a 2008.

Durante 2009 Grupo Banco Popular ha presentado su nueva web corporativa y transaccional, mejorando especialmente la usabilidad y accesibilidad de la página. La parte pública ha sido declarada por informes independientes como la segunda mejor web de entidades financieras de España, según el segundo estudio de persuabilidad en banca on-line realizado por Multiplica, consultora de estrategia, marketing digital y persuabilidad. Cumple además los estándares de accesibilidad exigidos por *Web Accessibility Initiative*. En este sentido, durante 2009, se renovó la certificación europea de accesibilidad Euracert AA, que acredita que las páginas respetan los estándares más elevados. Technosite, empresa perteneciente a la Fundación ONCE, ha sido la encargada de auditar y certificar la accesibilidad.

Por otra parte, el servicio e-buzón permite a los clientes disponer en Banca por Internet de todas sus comunicaciones en formato electrónico, pudiendo dejar de recibir las comunicaciones en papel.

#### Canal 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 este ejercicio se han enviado más de 4,4 millones de SMS con información bancaria.

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 tarjeta en un comercio o una transferencia, desde sus cuentas. Se ha abierto también el portal “El Banco en el Móvil” a través del cual se puede operar, consultar saldos y movimientos de cuentas y tarjetas o realizar recargas de saldo móvil.

En el último año, el Grupo puso a disposición de sus clientes un nuevo servicio de envío de dinero en efectivo a través del móvil denominado Hal Cash. El ordenante del pago puede iniciar la transacción con cargo a su cuenta por Banca por Internet, Banco por Móvil o Banca Telefónica. El destinatario recibirá un SMS con una clave y podrá retirar el efectivo en cualquier cajero de los bancos adheridos al sistema Hal Cash. El portal móvil del banco contaba en 2009 con 20.226 clientes únicos; 4.867 de ellos empresas. Estas cifras suponen un crecimiento del 324% respecto 2008, debido en gran medida al lanzamiento del portal iPhone.

#### Canal Telefónico

Durante 2009 se ha implantado un nuevo modelo de gestión cuyo pilar básico radica en ofrecer un servicio de atención telefónica de máxima calidad y, al mismo tiempo, establecer un sistema inteligente y automatizado que permita anticiparse a las necesidades del cliente.

El proyecto de optimización de la Plataforma de Atención a Clientes, que afecta en un primer momento a la plataforma telefónica del Grupo, ha puesto en marcha diversas mejoras en relación a la eficacia y la calidad del servicio, así como a la gestión de las ventas. Se han definido indicadores y objetivos del servicio con el fin de facilitar el seguimiento de los mismos e incrementar la capacidad de respuesta ante posibles desviaciones de los objetivos. El Plan de Calidad incluido en el proyecto se ha diseñado bajo los siguientes principios:

- **Resolución:** asegurar la resolución eficiente y eficaz en la relación con el cliente.
- **Satisfacción:** hacer de la atención al cliente una experiencia positiva para aquél.
- **Seguridad:** asegurar la fiabilidad de las transacciones realizadas en lo que respecta al cumplimiento de protocolos y procedimientos de seguridad.
- **Proactividad:** ofrecer un valor agregado a los clientes, entendiendo sus necesidades y anticipándose a las mismas mediante el asesoramiento especializado.

“ Principios del Plan de  
calidad

- Resolución
- Satisfacción
- Seguridad
- Proactividad

Tabla 6. Resultados de las encuestas telefónicas de calidad - 2009			
Servicios	Satisfacción con la respuesta (%)	Valoración de la solución propuesta (sobre 10)	Valoración del trato recibido (sobre 10)
Banca Electrónica	88,23	9,06	9,39
Banca Telefónica	82,01	9,19	9,61
Banca Personal	82,48	8,85	9,57
Información General	78,40	8,91	9,59
Línea de Empresas	83,66	8,92	9,68
Medios de Pago	81,66	8,97	9,56
División Punto de Venta	79,78	7,85	8,62
Optiline/Vivaline	82,60	9,02	9,71
Recobros	87,08	9,15	9,66
bancopopular-e	87,24	8,74	9,44
Media General	83,31	8,86	9,48

3.2.3. Transparencia en la publicidad

El Grupo asume el compromiso de facilitar información transparente y veraz de las características y condiciones de sus productos y servicios. Las acciones publicitarias del Grupo Banco Popular se diseñan y ejecutan, por tanto, 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 está sujeto 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 del Grupo  
respeto la  
**ética** publicitaria  
y protege los derechos  
del cliente

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 191 campañas publicitarias realizadas en 2009, 115 –un 60%– se sometieron a la aprobación por parte del Banco de España y 9 –el 5%– a la CNMV; en ambos casos el 100% de las que, por normativa, requerían este trámite.

Las entidades del Grupo no han sido objeto, durante 2009, de ninguna resolución del Banco de España ni de la CNMV contraria a su actuación en materia de publicidad e información sobre los productos y servicios. 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 relacionadas con los productos y servicios que ofrece.

Además de la supervisión anteriormente mencionada, la implantación de la Directiva MiFID (*Markets in Financial Instruments Directive*) supuso una oportunidad comercial para el Grupo, en línea con su estrategia de ser un Banco de Clientes. A lo largo de 2009, el Comité MiFID ha seguido desarrollando sus trabajos y diseñando los planes concretos de actuación en la comercialización de sus productos y prestación de servicios de inversión, con el desarrollo de las políticas necesarias y las mejoras tecnológicas precisas para su aplicación por la red de sucursales. En la misma línea, se han mantenido los planes de formación de la red para la aplicación de la Directiva MiFID y sus normas de desarrollo.

### 3.3. PROTECCIÓN Y SEGURIDAD DEL CLIENTE

#### 3.3.1. Protección de Datos

Para garantizar la protección de los datos de carácter personal 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.

Sobre la base de esta política se han 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. Asimismo, en el clausulado de todos los contratos se informa al cliente de los derechos que le otorga la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) 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 Ley.

A lo largo de 2009, el Grupo ha recibido quince requerimientos de información de la Agencia Española 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 han iniciado dos procedimientos sancionadores, uno contra Banco Popular Español y otro contra bancopopular-e, por presuntas infracciones en materia de protección de datos. Además, se han recibido once resoluciones de archivo de la Agencia Española de Protección de Datos, respecto inspecciones y requerimientos de información.

En el ejercicio 2008, Banco Popular Español fue sancionado por la Agencia Española de Protección de Datos con una multa de 60.101,21 euros, resolución que en el 2009 ha sido recurrida en vía contencioso-administrativa ante la Audiencia Nacional.





### 3.3.2 Seguridad del cliente

Diversas medidas de tipo interno y de colaboración interbancaria tienen por objeto prevenir el fraude. Destaca la detección de incidencias en las operaciones cursadas a través de Internet donde, con el fin de evitar operaciones fraudulentas, procedentes principalmente de actividades de *phishing* y troyanos, se han tratado casi 4 millones de transacciones. Más de 548.000 transferencias y todas las recargas y operaciones de Hal Cash han sido revisadas por un equipo de analistas, con el resultado que se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 7. Operaciones tratadas contra el fraude - 2009

	Operaciones		Consumados		Fraudes detectados		Recuperados	
	Tratadas	Revisadas	Número	Importe (€)	Número	Importe (€)	Número	Importe (€)
Transferencias	3.739.970	487.990	33	231.341	114	1.219.953	47	272.421
Hal Cash	1.365	1.365	19	5.220	32	10.940	-	-
Recargas móvil	43.883	-	129	17.380	1	150	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>3.785.218</b>	<b>489.355</b>	<b>181</b>	<b>253.941</b>	<b>147</b>	<b>1.231.043</b>	<b>47</b>	<b>272.421</b>

(\*) Datos España y Portugal.

El porcentaje de operaciones revisadas sobre el total de las tratadas (recibidas), se ha reducido gracias a una mayor precisión en los criterios de selección de las operaciones susceptibles de revisión por los analistas. No es posible efectuar la revisión previa de las recargas pues se efectúan en tiempo real. Teniendo en cuenta las características tanto de las operaciones de Hal Cash como de las recargas, tampoco resulta factible la recuperación de importe alguno una vez efectuada la transacción.

Entre las medidas de colaboración interbancaria, el proyecto más importante sigue siendo la participación en el Servicio de Prevención del Fraude (SEPFRA) diseñado para ayudar a las entidades asociadas al Centro de Cooperación Interbancaria en la detección, prevención y lucha contra el fraude. También destaca la aportación del Grupo en el Centro de Observación del Delito Económico. 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 existe una fluida colaboración con ASNEF (Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito), en cuya comisión para el Servicio de Prevención del Fraude también participa el Grupo.

A finales de 2009 se ultimaron los preparativos para la puesta en marcha del fichero DER (Documentos Extraviados y Robados) que forma parte del citado SEPFRA. El fichero es una base de datos de autoinclusión, en el que participan las mayores entidades bancarias españolas; entre todas suponen más del 75% de volumen de negocio de los bancos. En él se dan de alta aquellos titulares interesados en protegerse de suplantaciones de personalidad. Ante la posible solicitud de contratación de operaciones de activo en cualquiera de las entidades adheridas, con independencia de aquella de la que el titular es cliente, se ponen en marcha medidas adicionales de confirmación de identidad, contrastando -por el medio seguro indicado por él mismo- la bondad de la solicitud.

**3,7** millones  
de operaciones tratadas  
contra el fraude

“ Una mayor  
**precisión**  
en los criterios de selección  
ha reducido el porcentaje  
de operaciones revisadas  
sobre las tratadas



### 3.3.3. Servicio de Atención al Cliente

El Servicio de Atención al Cliente canaliza las quejas y reclamaciones de los clientes del Grupo. La calidad del servicio es mejorada mediante la clasificación y estandarización de las quejas e incidencias recogidas, 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.

La medición adecuada del grado de satisfacción de los clientes exige evaluar objetivamente la calidad operativa. Al respecto, 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). En este sentido, durante el año 2009 se han recibido 2,66 quejas o reclamaciones por cada 1.000 millones de euros de volumen medio de negocio, de clientes que han acudido a los diferentes Comisionados para la defensa del cliente (Banco de España, Comisión Nacional del Mercado de Valores y Dirección General de Seguros).

En 2009, se han producido 7 quejas o reclamaciones por cada 10.000 clientes -un 0,09 menos que en el año 2008-, y 2,16 por cada 100.000 operaciones, frente a las 1,59 recibidas del año anterior.

Tabla 8. Incidencias tramitadas a través del Banco de España - 2007/2009

Incidencias resueltas	2009	2008	2007
A favor del reclamante	25	38	13
A favor del Banco	92	44	38
Sin pronunciamiento	10	9	1
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>91</b>	<b>52</b>

Tabla 9. Incidencias tramitadas a través de la CNMV - 2007/2009

Incidencias resueltas	2009	2008	2007
A favor del reclamante	4	8	3
A favor del Banco	8	12	10
Sin pronunciamiento	-	-	-
En vía judicial	-	1	-
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>21</b>	<b>13</b>

Tabla 10. Incidencias resueltas por el Servicio de Atención al Cliente - 2007/2009

	2009	2008	2007
Reclamaciones	4.232	2.608	1.379
Quejas	1.823	2.033	2.278
Consultas	975	711	591
<b>TOTAL</b>	<b>7.030</b>	<b>5.352</b>	<b>4.248</b>

El  
**72%**  
de las resoluciones  
del Banco de España  
son favorables  
al Grupo

Tabla 11. Tiempo empleado en la resolución de incidencias – 2007/2009

		Días empleados en la resolución de incidencias		
		De 1 a 10	De 11 a 30	Más de 30
2009	Reclamaciones	25,31	27,41	47,28
	Quejas	42,46	27,37	30,17
	Consultas	76,82	11,18	12,00
	<b>TOTAL</b>	<b>36,90</b>	<b>25,15</b>	<b>37,95</b>
		De 1 a 10	De 11 a 30	Más de 30
2008	Reclamaciones	34,36	29,75	35,84
	Quejas	50,72	24,59	24,69
	Consultas	74,82	15,33	9,85
	<b>TOTAL</b>	<b>45,94</b>	<b>25,88</b>	<b>28,18</b>
		De 1 a 10	De 11 a 30	Más de 30
2007	Reclamaciones	31,33	32,49	36,18
	Quejas	49,78	27,39	22,83
	Consultas	77,66	15,85	6,94
	<b>TOTAL</b>	<b>47,67</b>	<b>27,38</b>	<b>24,95</b>

### 3.4. FINANCIACIÓN RESPONSABLE

La actual situación del mercado hipotecario y el entorno económico hacen necesario ofrecer nuevas soluciones a los clientes. En este sentido, el Grupo se ha estado preparando para esta situación en los últimos años con el incremento de productos e iniciativas dirigidas a su base de clientes.

Durante 2009, y como complemento de las líneas ICO, detalladas a continuación, se ha habilitado la modalidad de carencia de principal de las cuotas mensuales en préstamos hipotecarios, opción que el cliente puede tener en cuenta para superar períodos transitorios de dificultades económicas. A 31 de diciembre, 1.594 titulares de préstamos se habían acogido a esta modalidad.

El crédito concedido por el Grupo ha crecido un 4,2% en 2009, con una nueva producción de préstamos de más de 42.000 millones de euros, lo que significa una ganancia de cuota de mercado de 6 puntos básicos.

Respecto a la 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 de ámbito general. Su objetivo es la recuperación de los saldos 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.

Los créditos  
concedidos por el Grupo  
aumentaron un

**4,2%**

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 2009 ha sido del 4,81% para la actividad en España. La tasa de cobertura de la morosidad es del 50,27%.

### 3.5. PRODUCTOS CON ESPECIAL BENEFICIO SOCIAL

Dentro de cada una de estas líneas de negocio se incluyen diversos instrumentos financieros cuyo principal objetivo es, además de generar un beneficio económico, la creación de una utilidad adicional de carácter social.

Tabla 12. Líneas de negocio desglosadas por productos con especial beneficio social - 2009

	Área	Nombre del producto/servicio	Descripción	Beneficiarios	Valor monetario	% respecto al total del área
Banca Comercial	Financiaciones Preferentes	Convenios ICO	Líneas de financiación preferente para PYMEs y sectores específicos	PYMEs y trabajadores autónomos	1.153.184.882€	1,18%
	Particulares Extranjeros	MundoCredit	Servicios financieros adecuados a las necesidades específicas del colectivo inmigrante	Personas físicas o personas jurídicas	59.666 clientes	8%
		Programa Trabex			427.625 clientes	58%
	Medios de Pago	Visa Misiones Salesianas Visa Domund Visa Aldeas Infantiles Visa Mensajeros de la Paz	Tarjetas de crédito Affinity  Un porcentaje de su consumo se destina a una ONG	Personas físicas o personas jurídicas	19.383.313€	0,3%
Gestión de Activos	Fondos de Inversión	PBP BIOGEN, FI	Fondo de inversión con carácter solidario	Personas físicas o personas jurídicas	3.778.035€	0,05%
	Planes de Pensiones	Plan de Pensiones de Empleo para PYMEs	Plan de pensiones específico para PYMEs	PYMEs	39.318.000€	0,98%
Actividad Aseguradora	Seguros	Euroriesgo Plus	Seguro de vida con cobertura adicional gratuita	Personas físicas	19.106.451€	1,83%
		Protección de Pagos	Seguro que garantiza el pago de un préstamo en caso de desempleo o incapacidad temporal	Personas físicas	3.400.000€	0,3%
		Plan de Ahorro Juvenil	Ahorro a medio o largo plazo para futuras necesidades del menor de edad	Personas físicas	24.967.000€	2,4%

### 3.5.1 Financiaciones Preferentes

#### Convenios ICO

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

## “convenios ICO

- 40 líneas de financiación
- 26.380 operaciones
- más de 1.153 millones de euros

Tabla 13. Principales convenios ICO suscritos por Grupo Banco Popular y destino de los fondos - 2009

Convenio	Destino de los fondos	Nº de operaciones	Importe
PYMEs 2009 - Tramos I y II	PYMEs	9.636	511.925.840
Liquidez PYMEs - Tramos I al V	Dotar de liquidez a PYMEs y autónomos	9.856	382.670.234
Crecimiento Empresarial	Empresas de más de 50 trabajadores	107	44.591.809
Plan Avanza - TIC, jóvenes/universitarios y ciudadanía digital	Incremento de Tecnologías de la Información	4.312	38.771.524
Liquidez Medianas Empresas - Tramos I al IV	Dotar de liquidez a empresas que no sean PYMEs	37	33.232.193
Internacionalización - Tramos I y II	Inversiones españolas en el exterior	17	7.213.108
Plan Vive - Tramos I al III	Renovación parque automovilístico con antigüedad de más de 10 años	700	6.795.276
Moratoria Hipotecaria	Ayuda al pago de préstamos hipotecarios	679	4.503.410
Emprendedores - Tramos I y II	Empresas de reciente creación	113	4.057.549
ICEX - Aprendiendo a Exportar	Salida al exterior de la empresa española	38	3.103.172
Moratoria PYMEs	Ayuda al pago de operaciones ICO de años anteriores	110	2.018.373
<b>TOTAL</b>		<b>25.605</b>	<b>1.038.882.488</b>

En total se han desarrollado 40 líneas de financiación, realizándose 26.380 operaciones por un importe de más de 1.153 millones de euros.

#### Financiaciones para PYMEs

Se mantienen las líneas establecidas con el *Institut Català de Finances* y el Instituto de Finanzas de Castilla-La Mancha para financiar proyectos de inversión en esas Comunidades. Durante 2009 se han realizado 64 operaciones por importe de más de 9,5 millones de euros.

En este ejercicio el Grupo ha dispuesto adicionalmente de varias líneas de financiación preferente para PYMEs a través de acuerdos con el Banco Europeo de Inversiones, CEOE y CEIM-COCIM.

- Con el Banco Europeo de Inversiones (BEI) se firmó el pasado mes de julio una nueva línea por importe de 200 millones de euros, a los que se suman 200 millones más de fondos del Grupo. Está destinada a proyectos empresariales de PYMEs y autónomos, que en la Unión Europea, se dirijan a los siguientes ámbitos:
  - Industria, turismo y servicios
  - Energía, protección del medio ambiente, sanidad y educación
  - Infraestructuras

Así mismo se llegó a un acuerdo con la Comunidad de Madrid para bonificar los intereses en un 3% para los primeros 150.000 euros de las operaciones formalizadas por las PYMEs madrileñas en el marco de esta línea de financiación.

- Con la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) se mantiene el acuerdo marco de colaboración por el que el Banco pone a disposición de las empresas afiliadas a la CEOE una línea de 3.000 millones de euros para la mejora de su capacidad productiva, su eficiencia y crecimiento.
- Con la Confederación Empresarial de Madrid - Cámara de Comercio e Industria de Madrid (CEIM-COCIM) se formalizó un programa de apoyo empresarial a la PYME madrileña basado en dos líneas de actuación:
  - **Línea financiera de apoyo empresarial.** Conjunto de productos y servicios en condiciones preferentes para operaciones propias de la actividad y proyectos de inversión. Esta línea está dotada con 1.500 millones de euros.
  - **Línea de Internacionalización de la Empresa Madrileña.** Pone a disposición de las PYMEs los instrumentos financieros necesarios para acometer los proyectos exteriores con el apoyo del servicio de comercio exterior de Banco Popular. Dotada con 250 millones de euros.

Del acuerdo de CEIM-COCIM se han beneficiado más de 5.400 empresas habiéndose realizado 8.960 operaciones por un importe de más de 1.149 millones de euros.

En Portugal, en octubre de 2009, se lanzó la *Linha de Crédito BEI-Banco Popular* para PYMEs portuguesas dotada con 50 millones de euros. A 31 de diciembre de 2009 se han realizado 527 operaciones por importe de más de 41 millones de euros. Además, Banco Popular Portugal ha participado en líneas similares a las ICO españolas con el propósito de apoyar y estimular la financiación, así como las necesidades de inversión y tesorería de las PYMEs portuguesas. Durante este último año se han realizado 1.391 operaciones por un importe total de más de 81 millones de euros.

#### Plan Estatal de Vivienda

Durante el año 2009 se firmó un convenio de colaboración con el Ministerio de Vivienda para la financiación de actuaciones protegidas del Plan Estatal de Vivienda y Rehabilitación 2009-2012. El objetivo es permitir el acceso de los ciudadanos a viviendas tanto de compra como de alquiler, promover la urbanización de suelo para viviendas de protección oficial y mejorar el parque de viviendas mediante la rehabilitación. A 31 de diciembre de 2009 se habían realizado 76 operaciones por un importe superior a 31,6 millones de euros.

#### Centros Asistenciales

Se mantiene la colaboración para la financiación destinada a la construcción y explotación de 21 centros asistenciales en régimen privado concertado con la Administración Pública y cuyo valor asciende a 5 millones de euros.



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 su observancia a la hora de evaluar sus operaciones.

Por tanto, en base a la adhesión del Grupo al 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 2009, se firmaron dos nuevos préstamos sindicados, en Estados Unidos y España, en los que se hace especial reconocimiento del derecho a la salud de las comunidades donde se desarrollan las actividades objeto de financiación.

### 3.5.2 Particulares extranjeros

#### MundoCredit

MundoCredit es una sociedad anónima, participada al 100% por el Grupo Banco Popular que desarrolla su actividad como agente del Banco Popular y de Mundo Envíos. Cuenta con su propia red de oficinas en el territorio nacional; actualmente 49. Los servicios que ofrece se han diseñado teniendo en cuenta las necesidades específicas del colectivo de inmigrantes.

Con objeto de prestar un servicio personalizado y cercano a sus clientes, de los 233 empleados que componen la plantilla de MundoCredit, 163 son extranjeros, pertenecientes a 15 nacionalidades, representando un 70% del total de empleados. Actualmente 6 directores y 32 subdirectores de oficina son extranjeros, habiendo sido promovidos a estos niveles de responsabilidad la mayoría de ellos (los 6 directores y 26 subdirectores) durante 2009.

En línea con la vinculación con este sector de la población, MundoCredit ha participado en las 3 ediciones de Integra Madrid, certamen organizado por IFEMA y que se ha convertido en un espacio de referencia del entramado social y empresarial dirigido al colectivo inmigrante en España.

El número de clientes de MundoCredit, a 31 de diciembre de 2009, ha alcanzado la cifra de 59.666, lo que supone un incremento de 21.428, un 56% más que el año 2008. El total de negocio al 31 de diciembre de 2009 era de 108,33 millones de euros; 58,77 millones de inversión total en balance y 49,56 millones de total de fondos gestionados. En este ejercicio, el crecimiento de los fondos gestionados ha superado los 23 millones de euros y la inversión se ha incrementado en más de 16 millones de euros; un 92,4% y un 38,6% más que el año anterior respectivamente.

#### 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.

#### “ Acuerdo con CEIM-COCIM

- Más de 5.400 empresas beneficiadas
- 8.960 operaciones
- Más de 1.149 millones de euros

108,3 millones  
de euros  
cifra de negocios de  
MundoCredit, con  
**56%**  
más de clientes

Más de 427.000 clientes  
extranjeros generan un  
volumen de negocio de  
**1.573**  
millones de euros

## “acuerdos

con entidades financieras  
internacionales para fomentar  
el comercio exterior español  
en países en vías de desarrollo

El Programa Trabex se sustenta en las siguientes iniciativas:

- **Servicio de envío de transferencias a los respectivos países de origen**, que permite el envío de dinero en condiciones preferentes, de modo rápido y seguro. Durante 2009 se ha firmado un acuerdo con el *Landbank of the Philippines*, que se une a los ya existentes en Iberoamérica, Magreb, Asia, África y Europa del Este.
- **Hipotecas en origen**. La firma de acuerdos bilaterales con entidades financieras de los países de procedencia del trabajador extranjero le permiten adquirir una vivienda en su país con mejores condiciones financieras que las que obtendría allí, con la ventaja añadida de que desde el Grupo se gestionan todos los trámites bancarios relativos a la compra sin necesidad de incurrir en gastos extraordinarios por desplazamiento. Además, al pagar en euros la cantidad prestada, elimina el riesgo de cambio de divisa. Se encuentran vigentes acuerdos de estas características en Ecuador, República Dominicana, Hungría, Bulgaria, Marruecos y Rumanía.
- **Seguro de Repatriación**, con amplias coberturas en caso de fallecimiento en España.

Al cierre del ejercicio 2009, el Grupo cuenta con 427.625 trabajadores extranjeros entre su clientela que generan un volumen de negocio de 1.573 millones de euros.

### Home Service

El Grupo ofrece, de manera gratuita, un paquete integral de servicios pensado especialmente para el colectivo extranjero, ya que junto a la prestación de estos servicios se brinda asistencia en diferentes idiomas (español, inglés, francés y alemán). Este servicio resuelve la mayoría de sus necesidades cotidianas tales como información general, asistencia domiciliaria u orientación legal.

### Colaboración con Bancos Internacionales de Desarrollo

El Grupo mantiene acuerdos con diferentes entidades financieras con el objetivo de fomentar el comercio exterior en los países en vías de desarrollo y facilitar la internacionalización de la empresa española en países donde, hasta el momento, la relación comercial era muy limitada y donde existen sistemas bancarios poco estables. A 31 de diciembre de 2009 están en vigor acuerdos con el Banco Asiático de Desarrollo, el Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo y la Corporación Financiera Internacional dependiente del Banco Mundial.

### 3.5.3 Fondos de inversión y fondos de titulización

#### Fondos de inversión

En el marco de colaboración con Dexia Asset Management, Popular Banca Privada distribuye la SICAV *Dexia Sustainable*. Con más de 18.225 millones de euros de activos bajo gestión, *Dexia Asset Management* es líder a nivel europeo en Inversión Socialmente Responsable, campo en el que opera desde 1996. Cuentan con un equipo dedicado al análisis extrafinanciero de las empresas, que 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.

**PBP BIOGEN, FI.** Es un fondo de inversión gestionado por Popular Gestión Privada que invierte el 50%, en valores de farmaindustria, un 25%, en cuidado de la salud y el 25% restante en biotecnología. 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.



El valor total de los fondos gestionados por el Grupo asciende a 8.000 millones de euros, de los cuales 3,7 pertenecen al fondo PBP BIOGEN FI, lo que supone un 0,05% del total gestionado. A esto se añade la comercialización de la SICAV Dexia Sustainable cuyo valor patrimonial asciende a 1.800 millones de euros.

#### Fondos de titulización

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

Para favorecer la financiación de PYMEs, Intermoney Titulización, sociedad gestora de Fondos de Titulización, constituyó los fondos Banco Popular FTPYME I y FTPYME II y Grupo Banco Popular FTPYME I y FTPYME II. El Grupo cedió los derechos de crédito derivados de operaciones de financiación a PYMEs por un importe total de 8.108 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.

#### 3.5.4 Colectivos

El Grupo Banco Popular dispone de productos y servicios específicos para colectivos homogéneos -asociaciones de autónomos, agencias de viaje o profesionales liberales- con el objetivo de satisfacer las necesidades financieras de grupos de actividad afín. Desde la firma del primer acuerdo de colaboración en 1991, el Grupo continúa fomentando la firma de nuevos acuerdos con el fin de incrementar las relaciones con las PYMEs y profesionales autónomos. Al cierre del 2009, se mantienen acuerdos con 128 colectivos de particulares y 63 empresas.

#### 3.5.5 Jóvenes y Mayores

##### Club Pop

Los clientes jóvenes son una apuesta de futuro para el Grupo, por ello en 2003 nació Club Pop, un club dirigido a jóvenes entre 18 y 28 años que ofrece atractivos descuentos en viajes, estudios, motor, etc. También se ha fomentado el uso de la web [www.clubpop.es](http://www.clubpop.es), la *newsletter*, el correo electrónico, los SMS y los mensajes a móviles como canales alternativos de comunicación.

##### Club Senior

Programa exclusivo dirigido a mayores de 50 años, con múltiples ventajas financieras y servicios diseñados para mejorar su calidad de vida. A los miembros se les ofrece, por ejemplo, el anticipo de su pensión a tipo de interés cero o servicios gratuitos como la banca a distancia o la domiciliación y devolución de recibos. Durante 2009 se han incrementado los beneficios no financieros y se han firmado nuevas alianzas en el sector del turismo, el ocio o la cultura. La página web [www.clubsenior.org](http://www.clubsenior.org) es el escaparate de este programa en Internet en el que se resumen todos los contenidos financieros y las ventajas del club, acercando de esa manera las nuevas tecnologías a los mayores.

# 8.000

millones de euros:  
valor de los fondos  
gestionados  
por el Grupo





# excelencia

que buscamos con una constante inversión en  
recursos humanos y técnicos

LG



## EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE SUS EMPLEADOS

Impulsando el talento y la innovación,  
el Grupo cuenta con un equipo de profesionales  
que constituyen la columna vertebral de la organización.

“ Misión de RRHH: atraer personas de alto potencial y contribuir a su desarrollo mediante la formación y la experiencia del trabajo en equipo

“ La igualdad entre hombres y mujeres se refleja en todas las políticas y actuaciones del Grupo

#### 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.

La misión de Recursos Humanos consiste en atraer personas de alto potencial 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.

Para el Grupo la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres constituye un principio fundamental e irrenunciable cuya aplicación se refleja en todas sus políticas y actuaciones. El Plan de Igualdad fue acordado en 2008 entre la dirección del Grupo y el 100% de la representación sindical, y prevé la creación de una Comisión de Igualdad encargada del seguimiento del plan.

Figura 8. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por sexo - 2007/2009

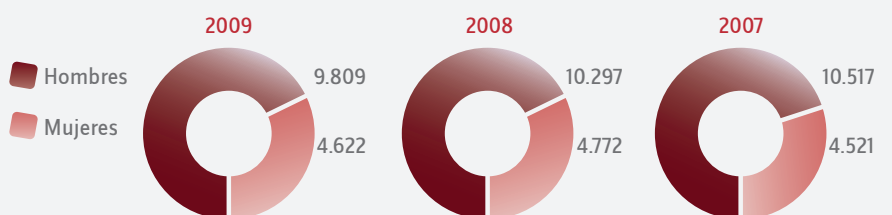


Tabla 14. Ratio salarial mujer/hombre - 2009

Colectivo	Salario Mujer vs. Hombre	Años de antigüedad en la categoría en la empresa	
		Mujer	Hombre
Directores	85,42%	2,87	4,92
Técnicos	80,89%	2,99	5,73
Administrativos	78,44%	3,72	10,03

La diferencia de ratio de salario mujer/hombre 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.

##### 4.1.1. Selección y contratación

La selección de personas se caracteriza por el máximo rigor y objetividad en todas sus fases. Se exige un perfil de competencias adecuado al puesto y a la etapa de carrera correspondientes, además de una clara alineación de los valores personales con los de la organización. El objetivo es atraer el mejor talento para seleccionarlo, desarrollarlo y vincularlo de forma estable.



La Oficina de Selección se rige por criterios de profesionalidad e independencia y desarrolla su función 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 el ejercicio 2009, de ningún incidente que haya supuesto un episodio de discriminación hacia ningún empleado, cliente o cualquier persona afectada por las actividades del Grupo. No obstante, durante este ejercicio, el Tribunal Superior de Justicia de las Islas Baleares estimó parcialmente el recurso contencioso-administrativo interpuesto por el Banco de Crédito Balear frente a la resolución adoptada por la Dirección General de Trabajo en 2007.

Todas las ofertas de trabajo susceptibles de cobertura externa se publican a través de diferentes medios, fundamentalmente la web corporativa, portales de empleo y bolsas de trabajo de universidades y escuelas de negocio, con el fin de promover tanto el empleo como la realización de prácticas. En este sentido, destacan los acuerdos que el Grupo tiene con ICADE, IEB, CUNEF o AFI.

Tabla 15. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular según fecha de incorporación - 2007/2009

Distribución	2009	2008	2007
Hombres	47	708	837
Mujeres	54	512	995
<b>TOTAL</b>	<b>101</b>	<b>1.220</b>	<b>1.832</b>

Durante 2009, se han incorporado al Grupo 101 nuevos empleados, de los que 54 son mujeres y 47 hombres. En cuanto a las bajas, han ascendido a 212; de los que el 46,70% son hombres y el 53,30% mujeres. Se contrataron también 65 auxiliares administrativos a través de empresas de trabajo temporal; 13 de los contratos de servicios formalizados a esos efectos continúan en vigor.

Se han incorporado a MundoCredit 8 personas de nacionalidad china durante 2009, completando con ello el ejemplo de integración de diferentes culturas y nacionalidades que representa este modelo de negocio al servicio de particulares extranjeros.

En esta línea, conviene destacar la adhesión del Grupo a la iniciativa europea Charter de la Diversidad, un compromiso con los principios de inclusión de la diversidad y la antidiscriminación laboral, como elementos que garantizan la inclusión social y la eficacia de las organizaciones.

Tabla 16. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por zona geográfica - 2007/2009

Distribución	2009	2008	2007
España	12.709	13.470	13.530
Portugal	1.385	1.276	1.241
EE.UU.	337	323	267
<b>TOTAL</b>	<b>14.431</b>	<b>15.069</b>	<b>15.038</b>



**54%**  
de las nuevas  
incorporaciones  
son mujeres

“ La diferencia salarial  
**mujer/hombre**  
deriva únicamente de complementos  
por su permanencia en su categoría  
profesional y no del salario base

Tabla 17. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular en España por grupos de edad, sexo y región - 2009

Comunidad Autónoma	<30 años		De 30 a 50 años		>50 años		Total
	H	M	H	M	H	M	
Andalucía	169	211	679	361	676	45	2.141
Aragón	8	11	43	60	35	-	157
Asturias	11	11	63	45	55	-	185
Baleares	17	24	132	89	103	15	380
Canarias	12	25	110	86	48	3	284
Cantabria	4	1	19	14	16	1	55
Castilla León	64	76	378	134	264	3	919
Castilla la Mancha	29	33	93	35	73	-	263
Cataluña	83	134	338	219	580	33	1.387
Ceuta*	1	2	2	2	2	-	9
Extremadura	14	8	49	22	22	1	116
Galicia	35	46	372	161	242	9	865
La Rioja	9	11	24	13	22	1	80
Madrid	202	264	1.025	696	833	103	3.123
Melilla*	1	-	3	-	6	-	10
Murcia	20	22	79	65	92	3	281
Navarra	15	25	66	48	104	-	258
País Vasco	19	28	119	96	149	8	419
Valencia	43	94	282	237	303	12	971
<b>TOTAL</b>	<b>756</b>	<b>1.026</b>	<b>3.876</b>	<b>2.383</b>	<b>3.625</b>	<b>237</b>	<b>11.903</b>
<b>TOTAL GRUPO</b>	<b>1.782</b>		<b>6.259</b>		<b>3.862</b>		

\* Ciudad Autónoma

Tabla 18. Índice de rotación de los empleados del Grupo Banco Popular en España por grupos de edad, sexo y región - 2009

Comunidad Autónoma	<30 años		De 30 a 50 años		>50 años		Total
	H	M	H	M	H	M	
Andalucía	-	3,59	1,17	1,36	0,65	-	1,15
Aragón	-	-	4,26	-	-	-	1,19
Asturias	-	-	-	-	-	-	-
Baleares	4,76	0,70	2,26	-	0,94	6,67	1,79
Canarias	-	6,25	0,89	4,44	-	-	2,28
Cantabria	-	-	-	-	-	-	-
Castilla León	4,00	-	0,26	3,50	0,34	-	1,01
Castilla la Mancha	3,45	2,86	1,04	-	1,30	-	1,43
Cataluña	2,38	1,48	0,62	1,75	1,76	-	1,47
Ceuta*	-	-	-	-	-	-	-
Extremadura	-	-	-	-	-	-	-
Galicia	2,70	5,56	1,06	0,60	0,39	-	1,10
La Rioja	-	6,25	-	-	-	-	1,14
Madrid	3,61	0,40	1,25	1,30	0,44	-	1,07
Melilla*	-	-	-	-	-	-	-
Murcia	4,76	-	3,75	-	-	-	1,37
Navarra	-	-	1,56	-	-	-	0,36
País Vasco	-	6,06	1,60	3,00	0,61	-	1,77
Valencia	2,33	2,13	1,04	1,20	1,75	-	1,20
<b>TOTAL</b>	<b>2,20</b>	<b>2,15</b>	<b>1,12</b>	<b>1,40</b>	<b>0,77</b>	<b>0,39</b>	<b>1,20</b>
<b>TOTAL GRUPO</b>	<b>2,17</b>		<b>1,23</b>		<b>0,75</b>		

\* Ciudad Autónoma

El índice de rotación media de la plantilla del Grupo Banco Popular en España durante el ejercicio 2009 y respecto del personal con contrato indefinido es de 1,20%, frente al 2,25% en 2008.



Tabla 19. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por tipo de contrato y empresa de contratación - 2007/2009

	2009			2008			2007		
	Contrato indefinido	Contrato temporal	Total	Contrato indefinido	Contrato temporal	Total	Contrato indefinido	Contrato temporal	Total
Banco Popular Español	11.613	14	11.627	11.968	180	12.148	11.471	689	12.160
bancopopular-e	97	-	97	108	1	109	121	10	131
Popular Banca Privada	167	-	167	183	2	185	189	6	195
Banco Popular Hipotecario	12	-	12	12	-	12	20	1	21
Banco Popular Portugal	1.156	127	1.283	1.075	201	1.276	1.081	160	1.241
Total Bank	335	2	337	323	-	323	267	-	267
<b>TOTAL</b>	<b>13.380</b>	<b>143</b>	<b>13.523</b>	<b>13.669</b>	<b>384</b>	<b>14.053</b>	<b>13.149</b>	<b>866</b>	<b>14.015</b>

Tabla 20. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por colectivos y empresa de contratación - 2008/2009

	2009				2008			
	Técnicos	Admvs.	Servicios Generales	Total	Técnicos	Admvs.	Servicios Generales	Total
Banco Popular Español	8.627	2.973	27	11.627	8.578	3.544	26	12.148
bancopopular-e	72	25	-	97	76	33	-	109
Popular Banca Privada	146	20	1	167	158	26	1	185
Banco Popular Hipotecario	8	4	-	12	8	4	-	12
Banco Popular Portugal	930	353	-	1.283	890	386	-	1.276
Total Bank	148	189	-	337	144	179	-	323
<b>TOTAL</b>	<b>9.931</b>	<b>3.564</b>	<b>28</b>	<b>13.523</b>	<b>9.854</b>	<b>4.172</b>	<b>27</b>	<b>14.053</b>

En cuanto a la inserción laboral de personas con discapacidad, además del Convenio Inserta, suscrito en 2008 con la Fundación ONCE, se trabajan otras líneas de actuación. Así, a lo largo del año se han dirigido a este colectivo 3 convocatorias de empleo para cubrir 16 puestos de administrativos. Además, se participó en calidad de promotor en la "III Feria de Empleo para Personas con Discapacidad" organizada por la Comunidad de Madrid. En el stand del Grupo se ofreció información y asesoramiento con el objetivo de apoyar su inserción laboral, estableciendo contacto directo con más de 1.000 personas y recogiendo más de 200 currículos. La participación en esta Feria ha sido difundida a todo el Grupo a través del *newsletter* del mes de diciembre.

4.1.2. Formación

La formación, como elemento transmisor de los valores corporativos y herramienta de innovación, contribuye a la puesta en marcha de las iniciativas de la Dirección, tanto en la difusión de las orientaciones sobre el negocio y la política comercial, como en la gestión de sus Recursos Humanos.

El Grupo ha invertido 3,43 millones de euros en formación, posibilitando que durante 2009 el 91% de la plantilla haya realizado alguna acción formativa, con una media de 43 horas por empleado. El total de horas ha sido de 543.049.



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 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 diseña e impulsa la puesta en práctica de estos criterios. Sus áreas de actuación son:

- Planes de formación según función, puesto y responsabilidad
- Formación destinada al desarrollo del negocio y áreas especializadas
- Formación dirigida al desarrollo de carrera y potencial profesional

Tabla 21. Programas de formación y participantes - 2009

Programa	Número de programas	Participantes
Planes de formación generales	284	5.246
Desarrollo de negocio y áreas especiales	132	3.074
Desarrollo directivo	27	483
Idiomas	279	279
TOTAL	722	9.082



En 2009, más de  
**11.600**  
 empleados han recibido  
 un total de más de  
**543.000**  
 horas de formación

Dentro de la formación según puesto y responsabilidad, destaca el programa de carrera diseñado 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 163 empleados extranjeros, 38 ocupan puestos de responsabilidad en las oficinas. Esta iniciativa lleva en funcionamiento desde que se detectó la necesidad de crear una red de oficinas especializada en atender al gran número de ciudadanos extranjeros residentes en España.

Destaca en el modelo formativo el Programa de Desarrollo de Directivos que, destinado a los directivos de trayectoria consolidada y de claro potencial, se estructura en una parte presencial de *nivel executive* y un MBA asociado de titulación universitaria. En 2009 ha comenzado la novena promoción.

Por otra parte, un total de 1.233 personas, un 10% de la plantilla en España, han recibido 7.828 horas de formación sobre políticas y procedimientos relacionados con aspectos de los derechos humanos que son relevantes para la actividad que desarrollan.

Respecto a la preparación del personal de seguridad de los edificios del Grupo, éste ha sido formado en aquellos aspectos de los derechos humanos que resultan de especial interés en el desempeño de sus labores. En concreto, el 100% del personal de seguridad tiene formación en esta materia.



Tabla 22. Datos de formación del Grupo Banco Popular - 2007/2009

		2009	2008	2007
<b>Horas presenciales</b>		229.896	501.589	456.268
<b>Sexo</b>	Hombres	135.639	331.049	273.761
	Mujeres	94.257	170.540	182.507
<b>Categoría</b>	Técnicos	185.525	416.319	346.764
	Administrativos	108.959	85.270	109.504
<b>Horas a distancia</b>		313.153	129.300	334.152
<b>Sexo</b>	Hombres	195.023	54.306	200.491
	Mujeres	118.130	74.994	133.661
<b>Categoría</b>	Técnicos	215.520	16.809	253.956
	Administrativos	97.633	112.491	80.196
<b>Inversión en formación (euros)</b>		3.433.522	7.615.556	6.912.471
<b>% Plantilla en formación</b>		91	96	94

#### Formación *on-line*: Formanova

A través de este portal los empleados pueden acceder a información sobre el Plan de Formación y profundizar en diversos temas que resulten de interés para su desarrollo profesional. Los contenidos se presentan en varios formatos interactivos como cápsulas formativas, manuales, documentos internos y diccionarios. Además, se pueden solicitar para su lectura obras de referencia sobre Gestión Empresarial, Responsabilidad Social y Medio Ambiente, disponibles en las Bibliotecas de *Management* y de Responsabilidad Social Corporativa.

A lo largo de 2009, se ha impartido una media de 24,2 horas/técnico y 22,8 horas/administrativo de formación presencial, mientras que en formación a distancia y *on-line* las cifras ascienden a 22,1 horas para ambas categorías de empleados.

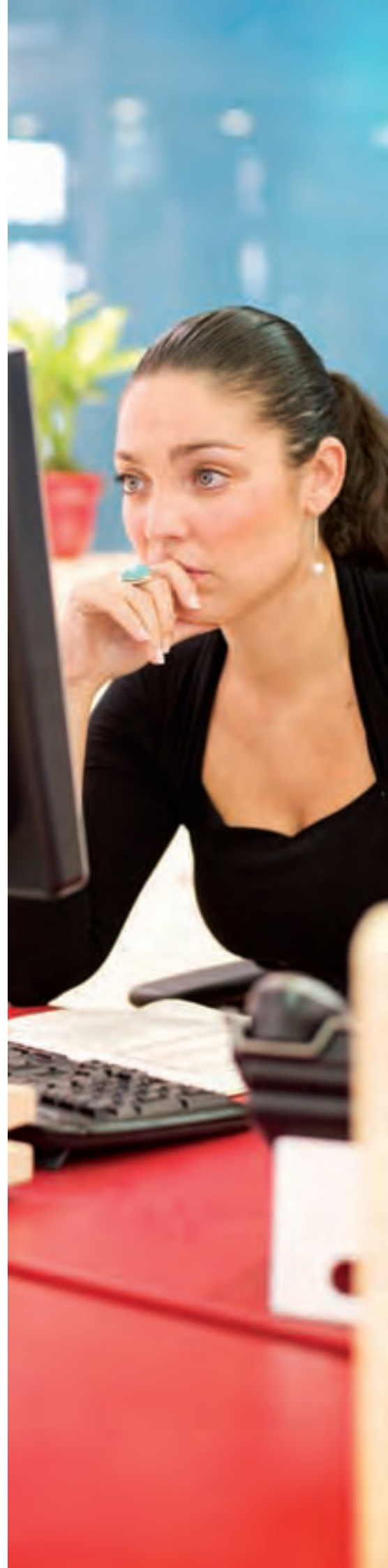
Durante este ejercicio, el Grupo ha obtenido de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo 1.173.851 euros en ayudas a la formación, frente a los 1.361.887 euros del año anterior; como en años anteriores, la dotación se ha suscrito totalmente.

#### 4.1.3. Promoción

La promoción en el Grupo se sustenta en criterios profesionales de mérito y capacidad y es consecuencia del proceso de formación continuada, teórica y práctica. 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. A 31 de diciembre de 2009, el Banco contaba con un total de 8 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.

Tabla 23. Distribución de ascensos del Grupo Banco Popular - 2009

		Empleados		Ascensos	
		Número	%	Número	%
2009	Hombres	8.257	69,37	552	53,38
	Mujeres	3.646	30,63	482	46,62
	<b>TOTAL</b>	<b>11.903</b>	<b>100</b>	<b>1.034</b>	<b>100</b>
2008	Hombres	8.694	69,81	1.058	58,71
	Mujeres	3.760	30,19	744	41,29
	<b>TOTAL</b>	<b>12.454</b>	<b>100</b>	<b>1.802</b>	<b>100</b>
2007	Hombres	8.865	70,88	1.192	59,06
	Mujeres	3.642	29,12	826	40,94
	<b>TOTAL</b>	<b>12.507</b>	<b>100</b>	<b>2.018</b>	<b>100</b>



El salario inicial para  
empleados es

**2,96** veces  
superior al mínimo  
interprofesional

#### 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. El salario inicial para empleados de nuevo ingreso, establecido también en el Convenio Colectivo, es de 1.844,56 euros brutos mensuales; 1.220,56 euros más elevado que el salario mínimo interprofesional, que asciende a 624 euros mensuales.

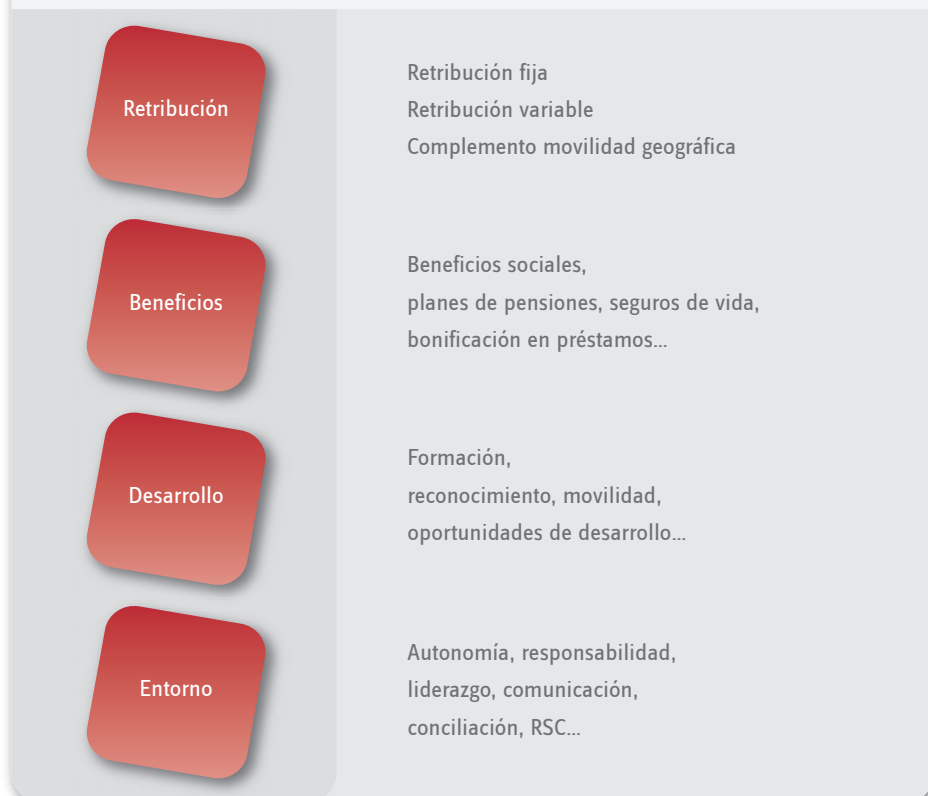
Los costes totales de personal en el Grupo ascendieron en 2009 a 792.053 miles de euros (26.011 miles de euros menos que el año anterior), de los que 601.843 miles de euros corresponden a sueldos y salarios, 138.821 miles de euros a cuotas de la Seguridad Social, 26.748 miles de euros a pensiones y 24.641 miles de euros a otros gastos de personal.

##### Política retributiva

En 2007 se diseñó el denominado Nuevo Sistema Retributivo que, alineando la política retributiva con la estrategia de negocio tiene como objetivo retribuir mejor a cada empleado, de forma más equitativa y competitiva.

El Nuevo Sistema Retributivo, de aplicación en todos los bancos y sociedades del Grupo en España, exceptuando MundoCredit y Popular Gestión Privada, incide en el concepto de compensación total, que supera claramente al concepto de retribución.

Figura 9. Características del Sistema de Retribución Variable



### Sistema de Evaluación del Desempeño

Como consecuencia de la nueva política retributiva, el Grupo implementa desde 2007 un sistema de evaluación del desempeño por competencias. La evaluación de las competencias permite medir el nivel de desempeño con el que cada profesional 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 evaluación 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, se han desarrollado acciones formativas dirigidas a los directivos responsables de las evaluaciones para transmitirles los criterios que deben tenerse en cuenta y aclarar las posibles dudas en su realización.

Desde 2008, las evaluaciones pueden realizarse a través del Portal del Empleado cargando automáticamente el perfil competencial correspondiente al puesto y etapa profesional de cada empleado. Durante 2009 han sido evaluadas 3.888 personas, el 30% de la plantilla del Grupo en España.

Han sido evaluadas

**3.888**

personas dentro del  
Sistema de Evaluación  
de Competencias

#### 4.1.5. Beneficios sociales

La *Guía de Beneficios Sociales* recoge las medidas de carácter económico y social que, desde el año 2003, el Grupo pone a disposición de los empleados y de sus familias. Las condiciones de estos beneficios se revisan con 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.

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

Todos los empleados del Grupo en España y Portugal tienen acceso a las medidas de conciliación que, vigentes desde el mes de noviembre de 2005, facilitan y mejoran la conciliación de su vida personal, familiar y laboral. En 2008, como consecuencia de la aprobación del Plan de Igualdad, las medidas se ampliaron hasta un total de 30, mejorándose además algunas de las ya existentes. La solicitud se dirige a la Oficina de Comunicación Interna a través del Portal del Empleado; debido a la automatización del proceso la concesión es, en la mayoría de los casos, inmediata.

Del total de empleados que en 2009 se han acogido a las medidas de conciliación, un 46,96% corresponde a mujeres y un 53,04% a hombres, frente a unos porcentajes del 64,61% y 35,39% respectivamente, del año anterior. Desde 2005 se han gestionado más de 10.747 peticiones, siendo las más solicitadas las siguientes:

- Días de libranza por fidelidad
- Cheques guardería
- Semanas adicionales retribuidas por maternidad

Más de

**10.700**

peticiones  
de conciliación  
gestionadas  
desde 2005



Tabla 24. Resultados acumulados del Plan Concilia - 2007/2009

	2009		2008		2007	
	Número de empleados	Coste (€)	Número de empleados	Coste (€)	Número de empleados	Coste (€)
Excedencia para el cuidado de familiares	135	-	98	-	58	-
Excedencia solidaria	3	-	3	-	2	-
Excedencia formativa	5	-	-	-	-	-
Licencia no retribuida para adopción en el extranjero	3	-	2	-	2	-
Ampliación del período de disfrute de las vacaciones	200	-	126	-	63	-
Semanas adicionales retribuidas por maternidad	876	912.198	617	623.170	394	394.940
Sustitución hora de lactancia por licencia retribuida	715	-	508	-	319	-
Horario continuado para empleados con hijos menores de 3 años	129	-	88	-	60	-
Excedencia retribuida madres de trillizos o hijos con discapacidad	2	60.200	2	60.200	2	60.200
Ayuda familiar para situaciones especiales	331	458.037	247	247.000	162	162.000
Cheque guardería	2.211	1.769.112	1.734	1.241.038	1.317	661.982
Anticipos para adopciones	6	-	4	-	2	-
Cobertura de bajas maternas	362	2.777.639	362	2.764.660	187	1.260.726
Ayuda empleados con discapacidad *	77	77.000	-	-	-	-
Días adicionales por cesárea *	24	6.664	-	-	-	-
Días libranza por fidelidad *	3.007	1.531.625	-	-	-	-
Flexibilidad durante la 1ª semana de curso escolar *	19	-	-	-	-	-
Flexibilidad horaria *	4	-	-	-	-	-
Formación en materia de igualdad *	12	-	-	-	-	-
Horario continuado hijos con discapacidad *	1	-	-	-	-	-
Horario especial último mes de embarazo *	39	1.198	-	-	-	-
Sábados de libranza	2.984	-	-	-	-	-
Complemento económico maternidad/paternidad	670	179.624	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>10.747</b>	<b>7.773.299</b>	<b>3.791</b>	<b>4.936.068</b>	<b>2.568</b>	<b>2.539.848</b>

(\*) Forma parte del nuevo paquete de medidas de aplicación a partir de 2009.

## 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 el año 2000, la dirección del Grupo y la representación de los trabajadores suscribieron un acuerdo que 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.

La existencia de planes de pensiones de empleo en Popular (en el que se integraron los bancos filiales absorbidos), Popular Hipotecario y bancopopular-e, implica la participación de los trabajadores en su gestión, a través de sus respectivas comisiones de control. En el conjunto de estas comisiones, son 16 los miembros que actúan en nombre y representación de los partícipes y beneficiarios y 13 los miembros designados por las entidades promotoras (Bancos del Grupo) en su representación. En 2009, cada una de estas comisiones se ha reunido en cinco ocasiones.

Europopular Integral es el fondo en el que se encuentran integrados los planes de pensiones de empleo existentes en el Grupo. Al cierre de 2009 contaba con un patrimonio aproximado de 786 millones de euros y 13.261 partícipes.

## 4.2. PARTICIPACIÓN DE LAS PERSONAS

### 4.2.1. Comunicación interna

La política de Recursos Humanos, basada en la estructura plana de la organización, se caracteriza por un contacto directo, fluido y constante con los profesionales del Grupo. Se fomenta un entorno en el que todos gozan de la libertad necesaria para plantear los temas que consideren de interés.

Para conocer de primera mano las preocupaciones y puntos de vista de la plantilla, los empleados pueden contactar directamente con el responsable de Gestión de Personas de su zona. El equipo de Gestión de Personas ha realizado en este ejercicio 4.714 entrevistas individuales, un 37% de la plantilla. Además se han mantenido 140 entrevistas con motivo de la adhesión al Nuevo Sistema Retributivo, 32 empleados de servicios centrales y 108 empleados de sociedades especializadas.

La reestructuración efectuada en las Direcciones Delegadas y Regionales en 2009 ha permitido agilizar la gestión de recursos humanos. En cada una de aquellas está presente un responsable de Gestión de Personas que, debido a que las áreas de influencia son ahora más reducidas, puede conocer mejor a cada uno de los profesionales de su zona. Con motivo de la nueva estructura, el equipo de Recursos Humanos del centro entrevistó a la plantilla de los servicios centrales de las Zonas, Direcciones Delegadas y Regionales afectadas.

### Intranet

Intranet es una 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, así como otros asuntos de interés comercial y estratégico para la plantilla.



El equipo de Gestión  
de Personas entrevistó  
**al 37%**  
de la plantilla

### El Buzón del Empleado y el Buzón de Sugerencias

Durante 2009, se han recibido 352 sugerencias en el Buzón del Empleado, 507 en 2008. Respecto al Buzón de Sugerencias, se recibieron 680 consultas frente a las 950 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.

Blogs de innovación:

**400**

aportaciones de media,  
entre artículos  
y comentarios

### Los Blogs de innovación

En 2008, la Oficina de Innovación puso en marcha "Reinventándonos", un foro de discusión en el que los empleados pueden compartir su experiencia profesional, 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.

Tras la positiva experiencia del primero, durante 2009 se han puesto en marcha nuevos blogs. Se abrieron los de "PYMES", "Banca Personal", "Las Mejores Prácticas", "Reducción de Gastos" y "Banca Privada", enfocados a aspectos concretos del negocio. Los dos primeros permitieron el acceso únicamente a directores de sucursal y responsables de esas áreas en las diversas oficinas del Banco, mientras que los otros permitían la colaboración de todos los profesionales.

La participación puede realizarse creando nuevas entradas o comentando lo que otros han escrito. Los artículos pueden ser leídos, debatidos y votados por todos los que accedan a este canal de comunicación. La participación y las propuestas han sido mayores en los blogs de libre acceso, consiguiéndose una media de 400 aportaciones por blog, entre artículos y comentarios. Excepto el blog de PYMES, los demás continúan en funcionamiento como herramienta de conocimiento compartido.

### El Portal del Empleado

Es un canal esencial para la comunicación con los empleados y sus familias. Está dividido en dos áreas: el Área Personal y el Club. La primera es una vía de comunicación directa con Recursos Humanos que permite al empleado acceder a sus datos laborales y solicitar medidas del Plan Concilia, ayudas económicas y traslados. Contiene información de interés general como la *Guía de Beneficios Sociales*, el Plan de Igualdad y el Convenio Colectivo. Por otra parte, el Club ofrece en sus diferentes secciones contenidos de interés tanto para el empleado como para sus familiares. En él se publican ofertas exclusivas de empresas e información sobre eventos y dispone de un apartado especial dedicado a la participación de la familia.

El portal cuenta además con una sección específica de RSC en la que difunde las actividades que realiza el Grupo en este campo, publica artículos y proporciona consejos en materia medioambiental. Esta sección ha multiplicado por cinco sus contenidos durante 2009, constituyéndose en espacio dinámico de sensibilización y colaboración con los empleados en materia de RSC. Destacan, por ejemplo, nuevas secciones como el espacio de "Proyectos en curso" o la sección de consejos de seguridad vial.

La principal novedad en este ejercicio ha sido la creación del Club del Popular, un nuevo espacio en Internet dirigido a un colectivo de más de 6.000 personas formado por los empleados jubilados y prejubilados del Grupo. Este nuevo canal de comunicación incluye igualmente una sección específica de RSC cuyo cometido será informativo y participativo.



### La revista *Más Popular*

De periodicidad trimestral, editada en papel y disponible en versión digital desde 2009, la revista corporativa se hace llegar a toda la plantilla del Grupo en España, Portugal y Estados Unidos. *Más Popular* se caracteriza por un diseño atractivo y un estilo claro así como por contenidos de interés que permiten al empleado profundizar en su conocimiento sobre la Entidad.

Realizada íntegramente por la oficina de Comunicación Interna, sus páginas están abiertas a la participación de los empleados bien por tener una afición particular que quieran compartir, bien por pertenecer a una oficina o departamento elegido para un artículo.

### El boletín electrónico *Canal Popular*

Nuevo boletín informativo elaborado por Comunicación Interna que se distribuye a través de correo electrónico a la plantilla en España y que proporciona información de interés sobre la organización. Esta *newsletter* se divide en cuatro secciones: "Actual", "Negocio", "Personas" y "RSC". Además incluye un buzón de sugerencias y un apartado denominado "Agenda", que está destinado a publicar citas importantes para los empleados.

#### 4.2.2. Relaciones sindicales

La libertad de asociación y afiliación es un derecho de cada persona. 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 -99,77%-, 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

La dirección del Grupo mantiene contacto continuo y 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, 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 suscriben, en su caso, los acuerdos necesarios para poner en práctica nuevas medidas con el mayor grado de consenso.

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 cuestiones particulares que les pueda plantear cualquier empleado, se tratan con normalidad en las reuniones habituales entre sindicatos y Dirección.



## “novedades 2009

- Club del Popular
- Versión digital de la revista *Más Popular*
- Boletín electrónico *Canal Popular*

El diálogo abierto permite informar a tiempo y evita que los asuntos se conviertan en problemas. 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 poder alcanzar un acuerdo satisfactorio.

En 2009 se han mantenido 61 reuniones con representantes de las distintas secciones y sindicatos con representación en el Grupo; 26 trataron sobre los acuerdos finalmente suscritos y 35 respondieron a temas específicos suscitados por los sindicatos. Además se han mantenido numerosos contactos directos con representantes sindicales.

Los Sindicatos con representación en el Grupo en España son: CC.OO., UGT, CGT, SEGRUPO-SECCRA, LAB, AMYC-CC, FITC, ELA y CIG. Los 564 delegados de estos sindicatos han sido elegidos de forma directa por los trabajadores en las últimas elecciones celebradas, con un 77% de participación. A los delegados electos se añaden los designados directamente por las secciones sindicales, en uso de las facultades otorgadas por la 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 2009 el número de horas laborables ha sido de 146.049 frente a las 146.916 en 2008, incluyendo las correspondientes a la labor de prevención de riesgos laborales, lo que 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. 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; el tamaño de Totalbank facilita la participación e información de sus empleados.

En 2009 se han negociado y suscrito tres acuerdos con los sindicatos. Mediante dos de ellos se han incorporado mejoras relacionadas con el Plan de Pensiones. Por el acuerdo firmado el 17 de diciembre, se ha pactado la libranza de todos los sábados del año en la red comercial, a excepción de PopularMax.

Asimismo, en 2009 se ha constituido la comisión paritaria de seguimiento del acuerdo sobre el Protocolo de Fusión que se suscribió entre la dirección del Grupo y el 97% de las representaciones sindicales de las entidades implicadas en el proceso. En las cuatro ocasiones en que se ha reunido, se ha facilitado la información necesaria a los sindicatos y se ha constatado el adecuado desarrollo del proceso.

#### El Comité Estatal de Seguridad y Salud, CESS

Este comité, de acuerdo con la normativa vigente, está compuesto con carácter paritario por representantes de la empresa y de los trabajadores y se encarga de la vigilancia de los temas de salud laboral y prevención de riesgos en el ámbito de las empresas.

Existe actualmente un único comité conjunto sobre Seguridad y Salud en el Banco Popular, una vez se ha culminado el proceso de integración de los bancos fusionados (Andalucía, Castilla, Crédito Balear, Galicia y Vasconia). Las funciones de vigilancia de la salud de los centros de trabajo de estas entidades han sido asumidas por el CESS del Banco Popular.

En el comité participan directamente 16 miembros, la mitad en representación de la empresa y la otra la mitad en representación de los trabajadores. Además, en las labores de prevención colaboran otros 55 delegados territoriales. Los delegados del 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 93,22% de la plantilla del Grupo se encuentra representada por estos comités.

En 2009, al margen de los temas habituales, se ha prestado especial atención al desarrollo de protocolos de información y a la introducción de determinadas medidas concretas para la prevención de la Gripe A, la evaluación del riesgo de atraco y el Síndrome de Lipoatrofia Semicircular.

4.3. SEGURIDAD Y SALUD DE LAS PERSONAS

El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales gestiona todos los aspectos relacionados con la identificación de estos riesgos en los centros de trabajo, la formación a empleados, la vigilancia de la salud y la elaboración de planes de emergencia y evacuación.

A la luz de los nuevos requerimientos normativos y de la experiencia acumulada en la gestión y prevención de riesgos laborales, 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 fue aprobada en la Dirección General de julio 2009, ajustando sus contenidos a los requisitos marcados por la legislación. 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.

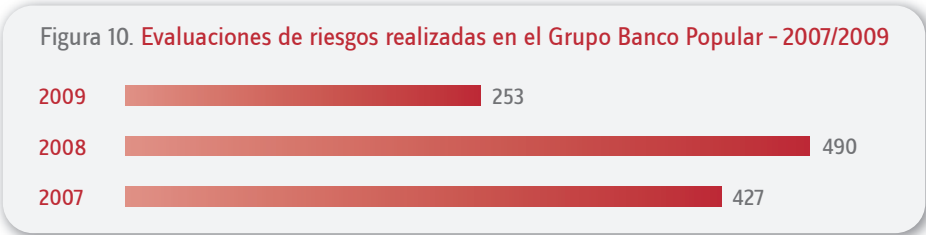
4.3.1. Evaluaciones de riesgos

Durante el ejercicio 2009, se han efectuado 253 evaluaciones de riesgo, frente a las 490 del año anterior, en las que se han identificado 883 factores de riesgo. En 28 centros no se ha constatado la existencia de riesgos laborales. Desde 2006, año de inicio de aplicación de este método, se han efectuado 1.445 evaluaciones.

Los datos recogidos en las evaluaciones, la gestión de los mismos para la elaboración de las estadísticas correspondientes y la difusión de la información -a través del Portal del Empleado- a los centros de trabajo se realiza mediante la aplicación informática vinculada a HR-Access.

El **93,22%** de la plantilla está representada en el Comité Estatal de Seguridad y Salud

Seguridad y salud: **1.445** evaluaciones de riesgo realizadas desde 2006



4.3.2. Emergencias

Para 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 de sus centros de trabajo, se han realizado simulacros de evacuación de los edificios. Se pretende además comprobar la aplicación de los planes establecidos y el correcto funcionamiento de los medios disponibles.

El estudio de la reforma de los planes establecidos y evacuación de los edificios del Grupo, iniciado en 2008, ha supuesto la actualización y mejora de la formación de los miembros de los equipos de emergencia.



**1.565** empleados  
han recibido formación  
en prevención  
de riesgos laborales

#### 4.3.3. Formación en prevención de riesgos laborales

El Plan de Formación en Prevención de Riesgos Laborales se ha aplicado mediante cursos presenciales distribuidos en un módulo para nuevos ingresos, impartido en las jornadas de Sucursal Piloto y en el módulo para interventores, en los cursos de nuevos interventores y de reciclaje periódico. Durante este año, 1.565 empleados han recibido esta formación. Periódicamente, se imparten cursos de actualización para equipos de emergencia, destinados a los miembros integrantes de los mismos en los edificios del Grupo (464 empleados), así como cursos específicos en materia de primeros auxilios (296 empleados).

La formación en riesgos laborales se ha completado en 2009 mediante una cápsula *on-line* incluida en Formanova que ha sido realizada por 884 empleados.

#### 4.3.4. Vigilancia de la salud y accidentalidad laboral

Tabla 25. Reconocimientos médicos realizados en el Grupo Banco Popular - 2007/2009

	Iniciales	Periódicos	Total
2009	109	6.620	6.727
2008	693	8.331	9.024
2007	1.377	8.077	9.454

El Servicio de Prevención tramita las peticiones de material ergonómico por parte de los empleados. Este año se han atendido 424 solicitudes.

Tabla 26. Accidentes en el Grupo Banco Popular - 2007/2009

	2009	2008	2007
Sin baja	160	110	102
Con Baja	109	118	98
<b>TOTAL</b>	<b>269</b>	<b>228</b>	<b>200</b>

Tabla 27. Jornadas perdidas debido a accidentes de trabajo en el Grupo Banco Popular - 2007/2009

	2009		2008		2007	
	Número	Jornadas perdidas	Número	Jornadas perdidas	Número	Jornadas perdidas
Centro	27	628	38	969	38	731
Desplazamiento	14	614	16	409	13	328
<i>In itinere</i>	68	1.758	64	1.296	51	1.375
<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>3.000</b>	<b>118</b>	<b>2.674</b>	<b>102</b>	<b>2.434</b>

4.3.5. Absentismo por enfermedad común y otras situaciones

Durante 2009 hubo un total de 547 bajas de maternidad. En cuanto al absentismo por enfermedad común relativo a los últimos tres años, se ha distribuido de acuerdo al siguiente cuadro.

Tabla 28. Volumen y tipología de absentismo del Grupo Banco Popular - 2007/2009			
	2009	2008	2007
Bajas totales	3.591	3.446	3.278
Nuevas bajas	3.321	3.150	3.013
Altas	3.347	3.169	2.966
Jornadas totales perdidas	108.563	122.243	115.586
Bajas superiores a un mes	907	1.014	1.019
Incidencia <sup>1</sup>	24,41	23,07	22,3
Índice de absentismo <sup>2</sup>	38,74	34,53	35,4
Gravedad <sup>3</sup>	7,98	8,95	8,8
Duración media <sup>4</sup>	32,90	35,55	38,59
% de bajas de larga duración	25,26	29,43	31,09

<sup>1</sup> Bajas que se producen durante un año por cada 100 trabajadores.  
<sup>2</sup> Jornadas trabajadas por cada jornada de trabajo perdida.  
<sup>3</sup> Jornadas perdidas por cada baja.  
<sup>4</sup> Jornadas perdidas por enfermedad para cada alta.

Según el criterio establecido por el GRI (*Global Reporting Initiative*), el índice de absentismo derivado de las bajas por accidentes de trabajo y enfermedad común, contabilizando el total de jornadas perdidas por ambas causas, es de 2,84% de horas perdidas por cada hora trabajada. Adicionalmente, los índices de accidentes de trabajo y días perdidos son el 0,07% y el 4,13% respectivamente.

Tabla 29. Comparativa del número de bajas del Grupo Banco Popular - 2008/2009								
Número de bajas			Altas			Jornadas		
2009	2008	%	2009	2008	%	2009	2008	%
3.591	3.446	4,20	3.347	3.169	5,62	108.563	122.243	(11)



Espacio Empresas



## EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE SUS PROVEEDORES

El Grupo promueve y difunde  
entre sus proveedores estratégicos la gestión responsable  
de los factores sociales y medioambientales.

El  
**99%**  
de los proveedores  
del Grupo son  
de origen local

## 5.1. VOLUMEN DE COMPRAS Y ORIGEN DE PROVEEDORES

En 2009, 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 338,2 millones de euros; 3,2 millones corresponden a proveedores no residentes y 335 millones a proveedores locales, entendiéndose por éstos los que tienen su domicilio fiscal en España. Por tanto, la práctica totalidad de los proveedores contratados son de origen local y les corresponde el 99% del importe total destinado a compras. El número de proveedores nacionales ha ascendido a 3.402, más de la mitad de los cuales se concentra en las provincias de Madrid, Barcelona, Palma de Mallorca, Sevilla y Alicante.

Hay 21 proveedores no residentes, un 0,4% del total. El 95,5% de su facturación se concentra en 10 empresas y supone 3,1 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 2009 la cifra de 108,2 millones de euros, un 32% de los 335 millones abonados a la totalidad de los proveedores residentes.

## 5.2. POLÍTICA DE ADMISIÓN Y TRATO CON PROVEEDORES

La Comisión Ejecutiva 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 de Naciones Unidas.

El Código deberá ser cumplido por todos los proveedores contratados, por ello, 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.

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 toda empresa 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 e integración de personal de sectores desfavorecidos). Durante 2009, 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 continuado su proyecto de compras *on-line* que permite 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.

“ La Ficha de Evaluación  
de Proveedores recaba  
**información**  
relativa a medidas  
medioambientales  
e indicadores  
de desempeño social

En definitiva, la selección 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. No obstante, el incumplimiento reiterado de los plazos y condiciones de entrega, la calidad deficiente de los servicios o productos 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.

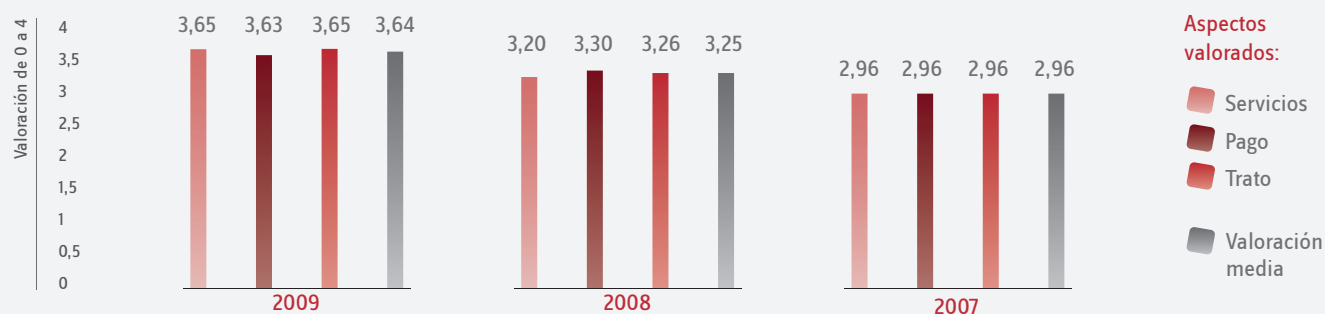
A través de los canales de consulta y diálogo generales se constata que el grado de satisfacción con el sistema de compras del Grupo es muy alto. Los aspectos más valorados son:

- La apertura y atención recibidas
- La igualdad de oportunidades
- El valor de la palabra dada
- La confianza depositada en el proveedor
- El respeto a los plazos de pago
- El trato recibido

Por tercer año consecutivo se ha realizado una encuesta de satisfacción dirigida a los principales proveedores del Grupo en las áreas de comunicaciones, informática e impresos. El objetivo de la encuesta, totalmente voluntaria, es conocer los aspectos más valorados o susceptibles de mejora. Además, el Grupo siempre está dispuesto a escuchar todas aquellas sugerencias que tengan por objeto mejorar calidades o servicio.

“ En un entorno de crisis,  
el Grupo ha sido especialmente  
cuidadoso en cuanto al  
**respeto**  
a los plazos de pago

Figura 11. Valoración del Grupo Banco Popular en la encuesta de satisfacción de proveedores - 2007/2009



Como puede observarse, la valoración de los proveedores ha mejorado sustancialmente, manteniéndose en niveles elevados de satisfacción. Destaca el aumento de la valoración del comportamiento del Grupo respecto al pago, pasando de un 3,30 a un 3,63.

Este año, debido a las especiales circunstancias económicas, el Grupo ha sido especialmente cuidadoso en cuanto al respeto a los plazos de pago de sus facturas. Manteniendo dos períodos de pago a principio y final de mes, el Banco se ha marcado tradicionalmente el objetivo de pagar a sus proveedores el mismo día de recepción de la factura, salvo incidencia administrativa de algún tipo.



### 5.3. PARTICIPACIÓN EN FOROS EMPRESARIALES

Desde junio de 2008, el Grupo participa en el Ateneo de Compras de AERCE (Asociación Española de Responsables de Compras), laboratorio de ideas en el que los directores de compras de grandes empresas intercambian opiniones para impulsar el desarrollo empresarial. Este grupo se ha constituido con la intención de convertirse en un referente que ofrezca análisis de tendencias, estudios y recomendaciones desde su papel de especialista en compras y contrataciones.

Durante este ejercicio los integrantes del Ateneo se han reunido periódicamente para avanzar en la integración de cuestiones relativas a la responsabilidad social en el área de compras. Se ha estudiado también la posibilidad de que los programas formativos de las escuelas de negocio y de las universidades incluyan apartados específicos dedicados al *procurement*.

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.

#### Curso de formación: El papel de la Oficina de Compras en la RSC

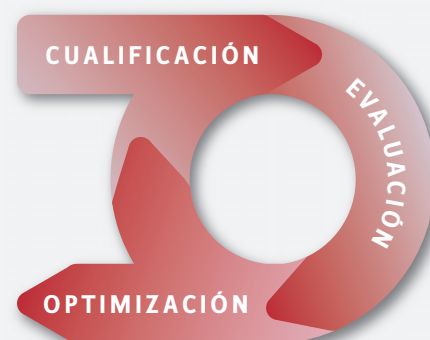
Número de horas:	38 horas
% del Área de Compras:	100%
Formadores:	Oficina de RSC

##### Contenido:

- ▶ La Oficina de Compras como área proactiva en RSC
- ▶ Beneficios de la compra responsable
- ▶ Pacto Mundial de Naciones Unidas:
  - Derechos Humanos
  - Derechos Laborales
  - Derechos Medioambientales
  - Medidas contra la corrupción
- ▶ Compatibilidad de la compra responsable y rentabilidad
- ▶ Cómo comprar de manera responsable
- ▶ Análisis de la cadena de suministro desde la perspectiva de RSC



Análisis y gestión responsable de la cadena de suministro



##### Conclusiones:

Gestionar la cadena de suministro con criterios de RSC genera un beneficio sostenible en todas las áreas y actividades del negocio.

#### 5.4. FORMACIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

En 2009, la totalidad del Área de Compras ha recibido un curso de formación sobre el papel destacado de esta Oficina para la implantación y difusión de la política de responsabilidad social del Grupo. La acción formativa se ha centrado fundamentalmente en el análisis de los riesgos y oportunidades que se derivan de la gestión de la cadena de suministro, donde la función del Área de Compras es clave.

En este sentido, se profundizó en la importancia de establecer una clasificación de riesgos que permita conocer los problemas potenciales de determinados proveedores, identificar las prácticas recomendables y planificar el desarrollo de relaciones empresa/proveedor mutuamente beneficiosas. Como conclusión se transmitió que la compra responsable no tiene por qué requerir de mayor inversión, sino que supone una apuesta por la sostenibilidad.

El  
**100%**  
del Área de Compras  
ha recibido formación  
sobre la gestión  
responsable de la  
cadena de suministro

# POPULAR



## EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE EL ENTORNO ECONÓMICO Y SOCIAL

La actividad principal se complementa con acciones de carácter social desarrolladas con los criterios de transparencia, discreción y responsabilidad que caracterizan al Grupo.

“ La actividad empresarial  
del Grupo  
**contribuye**  
relevantemente  
a la generación del PIB  
nacional

## 6.1. 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. Por otra parte, pese a las dificultades inherentes a la situación económica, el Grupo ha seguido apostando no sólo por la estabilidad en el empleo, sino por la creación de nuevos puestos de trabajo.

A continuación se analiza el impacto del Grupo en la economía española atendiendo 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 determinar el valor añadido generado por el Grupo en un ejercicio para compararlo con el PIB de nuestra economía en ese mismo período.

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 detraerse la parte de las rentas que han sido pagadas en otros países, tales como costes de personal, 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 período.

Conviene advertir que el cálculo del valor añadido en 2008-2009 se ha hecho a partir de los datos de la Contabilidad Nacional Trimestral, publicados el 16 de febrero de 2010 por el Instituto Nacional de Estadística. Se han utilizado estos datos actualizados para la elaboración del cuadro de Valor Añadido y la cifra del PIB para el año 2008 es la correspondiente al avance ofrecido por la Actualización del Programa de Estabilidad 2009-2013.

El valor añadido creado por el Grupo en 2009 asciende a 3.835 millones de euros, un 6,44% superior al del año anterior. De este total, las rentas del trabajo se elevan a 792 millones de euros. En cuanto a las rentas de capital, ascienden a 312 millones de euros y los donativos han supuesto 15,6 millones de euros. A continuación, el excedente suma 2.376 millones de euros, un 25,6% más que en 2008, cifra resultante de 469 millones de euros de beneficio no distribuido y 1.907 millones de euros de provisiones y amortizaciones. Este excedente supera los 1.892 millones de euros del año 2008 debido al notable aumento de provisiones, que 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 2009, los impuestos representan 339 millones de euros que en su mayor parte -293 millones de euros- corresponden al impuesto de sociedades. A partir de las cifras anteriores, tras deducir las rentas pagadas en el extranjero, el valor añadido generado en España resulta 3.531 millones de euros, con un crecimiento del 19,4% frente al año anterior. Este importe supone el 92% del valor añadido total.



De acuerdo con la Contabilidad Nacional Trimestral, el PIB español a precios de mercado 2009 asciende a 1.051.151 millones de euros, lo que significa una disminución interanual del 3,1%. Según la Contabilidad Nacional, el correspondiente a 2008 en términos comparables con el anterior (CNE base 2000) fue 1.088.502 millones de euros.

Como resumen de todo lo anterior, el valor añadido creado en 2009 por el Grupo Banco Popular en España, que asciende a 3.531 millones de euros, representa una aportación del 0,336% al PIB de nuestra economía.

### 6.1.2. Aportación del Grupo al crecimiento del empleo

En un año con una coyuntura económica especialmente difícil, donde las cifras del paro han cobrado desafortunadamente un especial protagonismo, el Grupo ha apostado no sólo por la estabilidad en el empleo sino que además ha creado puestos de trabajo, cubriendo de este modo las necesidades existentes en la organización.

Si bien es cierto que el proceso de fusión de los bancos filiales del Grupo iniciado a finales de 2008 ha supuesto el cierre de sucursales, el principal objetivo ha sido en todo momento tener en cuenta a los empleados, que siempre han estado amparados por un protocolo de mantenimiento del empleo firmado con los sindicatos previamente. Esto ha permitido la cobertura interna de muchas de las posiciones abiertas que, en otro contexto, hubiesen sido realizadas externamente.

En aquellos casos en los que no ha sido posible esta cobertura interna, habitualmente por el grado de especialización requerido por el puesto, se han abierto los procesos de selección pertinentes. A lo largo del año se han publicado en España un total de 98 ofertas de empleo que nos han permitido integrar en nuestros procesos de selección a un total de 441 personas para contratar finalmente a 85 de ellas. Al cierre del ejercicio 2009, el Grupo da empleo a 14.431 personas, de las que 12.709 trabajan en España, 1.385 en Portugal y 337 en Estados Unidos.

### 6.1.3. Impactos económicos indirectos

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. Si bien la cuantificación de estos impactos es más compleja que la de los directos, no pueden obviarse otras vías a través de las que el Grupo Banco Popular influye en el desarrollo y crecimiento de diferentes sectores tanto económicos como sociales, o contribuye a la defensa y mantenimiento del medio ambiente:

- **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.
- **Inversión social**, de la que se benefician diferentes colectivos en España y otros países, favoreciendo la cohesión e integración social.
- **Diversificación de la actividad**, participando en la propiedad de otras empresas, contribuyendo a la generación de riqueza y empleo en otros sectores.
- **Consumo de bienes y servicios**, favoreciendo la generación de empleo estable en sus proveedores.

El valor añadido  
creado por el Grupo  
en España ascendió a  
**3.531** millones  
de euros

“ En una coyuntura económica  
particularmente difícil,  
el Grupo ha  
**garantizado**  
los puestos de trabajo  
y ha creado  
**empleo**



“ El Grupo también contribuye de forma indirecta a la generación de **riqueza** y al **desarrollo** sostenible

#### Cátedra de Inmigración FEDEA - Banco Popular



Por su clara aportación de valor, el Grupo financia los trabajos de investigación que la Fundación de Estudios de Economía Aplicada (FEDEA) realiza sobre la inmigración y sus efectos en la sociedad española. El objetivo de la cátedra es profundizar, a través de la investigación económica aplicada de calidad, en la identificación de los principales aspectos de la inmigración y de cómo interactúan con la economía y la sociedad españolas. En los dos últimos años, la cátedra ha generado diversas publicaciones, monografías y artículos con los que transmite los conocimientos adquiridos.

#### Curso de Formación sobre Atención a la Dependencia

El Grupo Banco Popular, en colaboración con la Fundación Alares, organizó en 2009 el “I Curso de Formación sobre Atención a la Dependencia” dirigido al colectivo inmigrante. Además de proveer a los alumnos, de una forma teórico práctica, de los conocimientos y las herramientas necesarias en relación a la atención a las personas dependientes, el curso tenía otras finalidades: mejorar las condiciones de vida de las dependientes y facilitar a los 21 alumnos beneficiarios, principalmente mujeres, una capacitación para su integración en el mercado laboral.



Tabla 30. Valor añadido generado por el Grupo Banco Popular<sup>1</sup> - 2009 (miles de euros, salvo indicación en contrario)

	2009		2008		2007		Var% 2008/2009
<b>Remuneración del trabajo (a)</b>	<b>792.053</b>	21,99%	<b>818.142</b>	22,71%	<b>747.311</b>	23,34%	-3,19%
Sueldos y salarios	601.843		617.781		565.939		-2,58%
Cuotas de la Seguridad Social	138.821		142.379		135.101		-2,50%
Aportación a fondo de pensiones	26.748		31.817		25.220		-15,93%
a fondo externo	20.503		25.045		18.843		-18,14%
a fondo interno	6.245		6.772		6.377		-7,78%
Otros gastos de personal	24.641		26.165		21.051		-5,82%
<b>Remuneración del Capital (b)</b>	<b>311.641</b>	8,65%	<b>435.030</b>	12,08%	<b>631.322</b>	19,72%	-28,36%
Dividendos de Banco Popular	299.959		410.812		597.871		-26,98%
Dividendos de minoritarios acc. ordinarias	11.682		24.218		33.451		-51,76%
<b>Donativos a instituciones sin fines de lucro (c)</b>	<b>15.618</b>	0,43%	<b>19.326</b>	0,54%	<b>22.849</b>	0,71%	-19,19%
<b>Beneficio retenido (d)</b>	<b>468.706</b>	13,01%	<b>675.670</b>	18,76%	<b>710.152</b>	22,18%	-30,63%
Beneficio neto	780.347		1.110.700		1.341.474		-29,74%
Menos: Dividendos	-311.641		-435.030		-631.322		-28,36%
<b>Provisiones y amortizaciones (e)</b>	<b>1.907.210</b>	52,94%	<b>1.215.946</b>	33,75%	<b>433.790</b>	13,55%	339,66%
<b>Pérdida por deterioro de activos:</b>	<b>1.752.394</b>		<b>1.086.359</b>		<b>321.585</b>		61,31%
· Inversión Crediticia	1.520.037		905.174		289.836		67,93%
· Otros activos	232.357		181.185		31.749		28,24%
<b>Dotaciones a provisiones (neto):</b>	<b>-13.478</b>		<b>28.801</b>		<b>12.563</b>		-146,80%
· Riesgos Contingentes	-39.921		5.050		7.760		-890,51%
· Fondo de Pensiones	18.486		18.965		2.035		-2,53%
· Otras	7.957		4.786		2.768		66,26%
<b>Amortizaciones</b>	<b>168.294</b>		<b>100.786</b>		<b>99.642</b>		66,98%
Inmovilizado material	77.365		80.371		85.436		-3,74%
Inmovilizado inmaterial	26.721		20.415		14.206		30,89%
Fondo de comercio	64.208		-		-		
<b>Excedente (d+e)</b>	<b>2.375.916</b>	65,95%	<b>1.891.616</b>	52,51%	<b>1.143.942</b>	35,73%	25,60%
<b>Impuestos (f)</b>	<b>339.287</b>	9,42%	<b>438.263</b>	12,17%	<b>656.401</b>		-22,58%
Impuesto sobre sociedades	292.559		390.343		605.734	20,50%	-25,05%
Impuesto sobre el valor añadido (soportado)	30.460		37.215		34.327		-18,15%
Otros Impuestos	16.268		10.705		16.340		51,97%
<b>Valor añadido (a+b+c+d+e+f)</b>	<b>3.834.515</b>	100%	<b>3.602.377</b>	100%	<b>3.201.825</b>	100%	6,44%
<b>Del que: Valor añadido en España</b>	<b>3.531.075</b>	98,02%	<b>3.067.627</b>	85,16%	<b>3.014.033</b>	83,67%	15,11%
<b>Pro memoria:</b>							
<b>PIB a precios corrientes (base 2000) millones €*</b>	<b>1.051.151</b>		<b>1.088.502</b>		<b>1.052.730</b>		-
<b>Participación en el PIB (base 2000)</b>	<b>0,336%</b>		<b>0,282%</b>		<b>0,286%</b>		19,41%

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

(\*) Año 2008: INE - Contabilidad Nacional (CNE base 2000). Año 2009: Contabilidad Nacional Trimestral 16/2/2010.

## 6.2. INVERSIÓN SOCIAL

En un entorno económico que fue objetivamente hostil para el sector, el Banco Popular no sólo ha conseguido unos sólidos resultados económicos sino que ha cumplido su propósito de seguir promoviendo iniciativas de probada eficacia a favor de la formación, la integración de personas desfavorecidas y la cooperación al desarrollo de países económicamente deprimidos. El Banco ha entendido que esta etapa de crisis ha de ser una ocasión de reflexión serena y constructiva que haga más eficaces las políticas de acción social a las que en ningún momento se ha querido renunciar.

Lógicamente, la principal contribución del Grupo Banco Popular con la sociedad se manifiesta en la calidad del servicio que presta a sus 6,7 millones de clientes, la rentabilidad que proporciona a sus accionistas, sus 14.431 puestos de trabajo y su contribución al PIB español. En una etapa en que la recesión económica ha generado una fuerte restricción crediticia, los préstamos a clientes concedidos por el Banco Popular crecieron un 4,2% y la mitad de la cartera de créditos se ha concedido a pequeñas y medianas empresas. Concretamente, las PYMEs, de las que tanto depende la creación de empleo y el dinamismo de la economía, representan el 43% de la inversión crediticia del Grupo Banco Popular. No obstante, el Banco complementa estos rasgos de su actividad principal con otras acciones de exclusivo carácter social.

Durante el ejercicio 2009, se ha destinado a la acción social un importe de 19 millones 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 facilitar el acceso a la educación y la formación de las personas. Dentro de este marco general, la acción social del Banco se realiza con el mayor respeto al ideario de las instituciones docentes a las que se destinan los recursos y a la pluralidad de iniciativas de las personas a las que ayuda.

Tabla 31. Programas de Acción Social del Grupo Banco Popular - 2009

Programa	Dotación (miles de euros)
Apoyo a la construcción y equipamiento de escuelas y centros asistenciales en países de Latinoamérica y África con economías en desarrollo	4.174
Iniciativas de promoción de la mujer e integración de inmigrantes y discapacitados	4.736
Ayudas a estudiantes, profesores, investigadores y formación del voluntariado y de agentes sociales de desarrollo	4.328
Construcción, rehabilitación y dotación de centros sociales y culturales	5.365
Otras ayudas y colaboraciones a fundaciones e instituciones sin ánimo de lucro	431
<b>TOTAL</b>	<b>19.034</b>

En concreto, en 2009 la inversión se ha destinado principalmente a proyectos enmarcados en las siguientes áreas:

- Favorecer la capacitación para el empleo
- Promoción de la igualdad de género
- Cooperación al desarrollo económico, educativo y cultural
- Inserción de discapacitados y actividades asistenciales a personas o colectivos con carencias económicas
- Formación del voluntariado y de agentes sociales

La acción social del Banco está presente en gran número de países. África y América son las regiones en que se concentra la mayor parte de los programas de cooperación y desarrollo. Los proyectos se seleccionan en atención a la capacidad de influir de forma sostenible en el progreso social, económico y medioambiental del país en el que se llevan a cabo.

En el ámbito de la cooperación internacional, la acción social del Grupo Banco Popular se apoya generalmente en fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro de ámbito local y reconocido prestigio que aseguren la eficacia y sostenibilidad de los proyectos.

#### 6.2.1. Fundación Banco Popular

La acción social se canaliza a través de Fundaciones especializadas y con total separación de la actividad bancaria. La experiencia de esta forma de proceder es muy positiva y ha permitido acometer un gran número de proyectos con un muy elevado grado de eficiencia.

La Fundación Hispánica-Banco Popular canaliza y ordena, de forma directa y principalmente en colaboración con otras fundaciones y entidades sin ánimo de lucro, la acción social del Banco. Corresponde a esta Fundación atender los compromisos institucionales, dar continuidad a las líneas de cooperación y desarrollar los acuerdos con otras fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.

Las dotaciones que percibe la Fundación son gestionadas de forma autónoma. Su patronato asume directamente la tarea de estudiar y resolver las peticiones de ayuda o asistencia que llegan al Banco o a sus Directivos. La Fundación asegura 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.

La Fundación 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.

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 la de participar sólo en aquellas propuestas e iniciativas que no 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 Convenio de Colaboración recientemente firmado entre esta Fundación y el Banco Popular ratifica las líneas generales de acción social que el Grupo ha venido siguiendo en estos años, establece el plan de actuación para los próximos cinco ejercicios y compromete en el tiempo los recursos suficientes para hacer sostenibles los proyectos y dotar de estabilidad la acción social del Banco.

## “ Áreas prioritarias de acción social

- Cooperación al desarrollo
- Cultura y educación
- Atención a discapacitados

Más de  
**19** millones de euros  
fueron destinados  
a la acción social  
en 2009



En el mencionado Convenio se consideran 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 las personas y colectivos con más carencias económicas. Dentro de esta área se presta atención a personas y colectivos excluidos o con problemas de marginalidad y se ayuda a proyectos para la integración social de los inmigrantes. En los países con economías en vías de desarrollo se apoyan las iniciativas para mejorar las condiciones educativas, sociales y sanitarias. Igualmente se incluyen los proyectos para acceder al microcrédito como medio de desarrollo económico y social.
- **Cultura y educación**. Concesión de ayudas y facilidades a quienes prueben capacidad suficiente y carezcan de medios económicos, de tal manera que el talento no deje de desarrollarse por falta de recursos. 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.

A raíz de la firma del citado Convenio la Fundación Banco Popular ha asumido e incorporado muy diversos programas de acción social que el Banco venía desarrollando a través de otros instrumentos, y se ha mantenido la actividad que el Fondo de Cooperación Social (Fundación Vasconia) venía desarrollando en su ámbito, canalizando parte de la acción social del absorbido Banco de Vasconia.

#### 6.2.2. Proyectos más significativos

A través de la Fundación Banco Popular y otras Fundaciones colaboradoras, en 2009, se han acometido 47 proyectos de diversa envergadura, 29 de los cuales se han desarrollado en el extranjero y 18 en España.

El número de beneficiarios de ayudas económicas destinadas a facilitar el acceso al estudio y la formación fue de 967 personas. De ellas, 693 fueron estudiantes -448 extranjeros y 245 de nacionalidad española- y 274 profesores, todos ellos de nacionalidad extranjera. Estas ayudas se prestan bajo muy diversas modalidades: becas, ayudas reintegrables, préstamos blandos, etc. Destaca el acuerdo firmado con la Universidad de Navarra en junio de 2009 para la concesión de créditos a la excelencia académica. A través de este acuerdo se conceden préstamos a estudiantes con escasos recursos económicos en condiciones muy favorables y reducciones de la cuantía del crédito de hasta el 75%, en función de las calificaciones obtenidas. En el curso 2009/10 se han solicitado 142 préstamos cuyo límite global alcanzó la cifra de 855.000 euros.

**855** mil euros  
fueron concedidos  
en préstamos a la  
excelencia académica  
durante 2009

Figura 12. Distribución de beneficiarios de ayudas a la formación - 2009

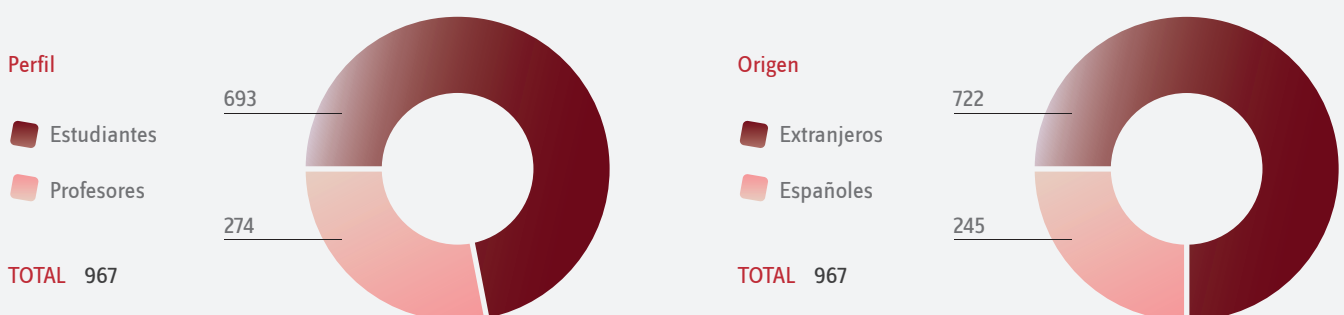
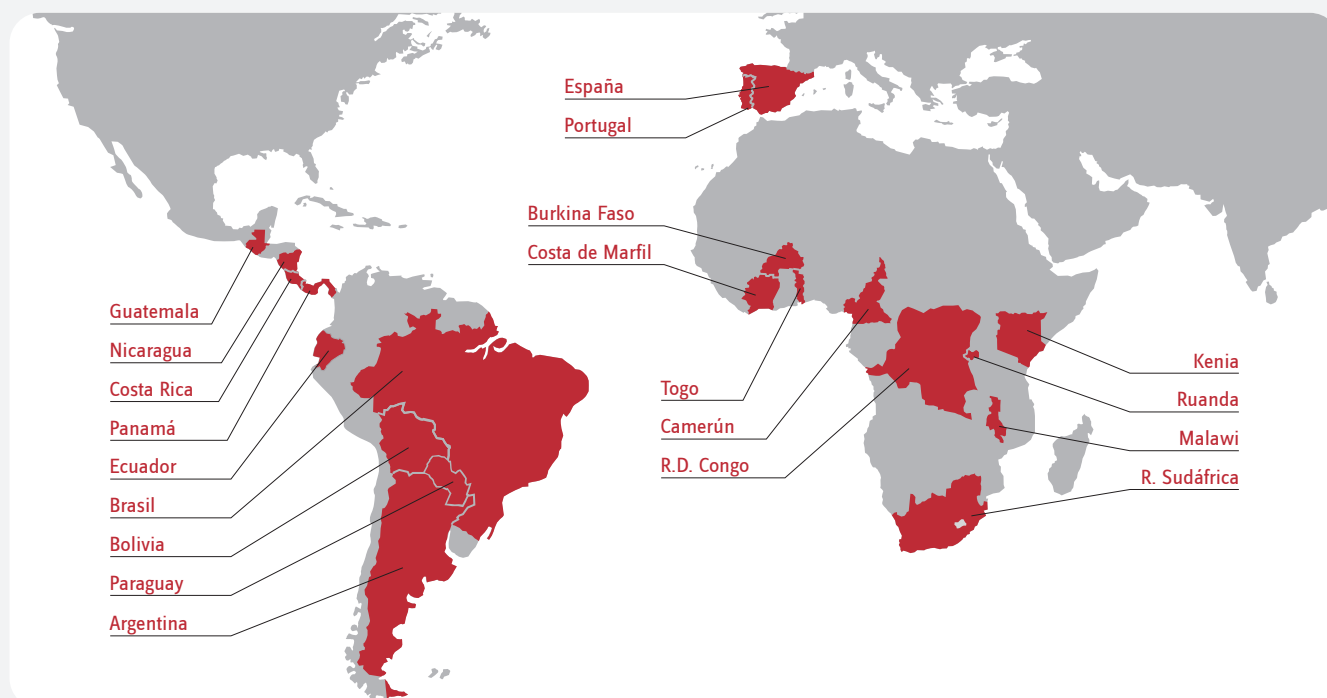




Figura 13. Distribución geográfica de la Acción Social del Banco Popular - 2009



Por su significación y alcance merecen destacarse los siguientes nuevos proyectos emprendidos en 2009:

#### Programa de salud infantil (Limuru, Kenia)

La mayor parte de la población de esta comarca, cuya principal actividad económica es la producción agrícola, se dedica a la recolección de té y café en las grandes plantaciones. Sus condiciones de vida, especialmente las de sus hijos, son pésimas y sin posibilidad de acceso a cuidados médicos. El apoyo de la Fundación del Banco ha permitido poner en marcha un programa a 10 años que tiene como objetivo atender a 6.000 personas, en su mayoría niños. Con este proyecto, los beneficiarios reciben atención médica ambulatoria semanalmente para el diagnóstico y la prevención de enfermedades, se les traslada a un dispensario cercano cuando el tratamiento que necesiten lo requiere y se les facilita la medicación y suplementos necesarios para su recuperación. En los seis primeros meses de funcionamiento, han sido atendidos 1.986 niños.

#### Escolarización de niñas y formación secundaria (Costa de Marfil y Malawi)

La guerra sufrida en Costa de Marfil afectó tanto a la calidad de la formación como al alcance del sistema educativo, aumentando el número de niños sin escolarizar. El apoyo económico permitirá que 50 jóvenes de familias con escasos recursos puedan tener acceso a una enseñanza de calidad, preparándoles para contribuir al desarrollo de su país.

Malawi es uno de los países más pobres del mundo que cuenta, además, con un alto porcentaje de huérfanos del VIH. La ayuda de la Fundación permitirá que 30 chicas y 35 chicos, todos ellos huérfanos y en situación de extrema pobreza puedan cursar sus estudios de secundaria sin necesidad de abandonar sus localidades de residencia, lo que en el caso de las chicas, además de muy difícil, acarrearía riesgos adicionales.





“ Los principales  
proyectos  
se ejecutan en España,  
África y Latinoamérica

#### Centro de Formación y Recursos para niños con autismo (Madrid)

La oferta de servicios para las familias con personas afectadas por trastornos del espectro autista (TEA) es reducida y a menudo carece de la especialización necesaria que asegure su calidad y eficacia. Una asociación constituida por más de 60 familias y que cuenta con el asesoramiento de profesionales especializados en esta discapacidad ha promovido un centro de atención integral que mejore la calidad de vida no sólo de los jóvenes sino también de sus familias. El nuevo centro -a cuya construcción ha contribuido la Fundación- ofrece servicio educativo en el Centro Escolar concertado de sus instalaciones y presta además apoyo a las familias, formación para los cuidadores y voluntarios, terapia ambulatoria en los domicilios y servicios de ocio. Los beneficiarios directos, 256 niños y jóvenes entre 3 y 18 años, contarán con un plan personal individualizado consensuado entre sus familias y los profesionales.

#### Escuela de formación rural para la mujer (Ruli, Rwanda)

En esta pequeña localidad cercana a la capital del país, las Hermanas Dominicas de la Anunciata desarrollan su labor social a favor de niños, jóvenes, mujeres y ancianos, desde hace más de 40 años. El apoyo de la Fundación Banco Popular permitirá que 25 chicas, en su mayor parte huérfanas, accedan a una formación general integrada y adaptada a las necesidades locales. El objetivo es poner a su disposición herramientas que les permita tener una vida digna a través del trabajo agrícola, ganadero, habilidades de artesanía y conocimientos sanitarios básicos.

#### Emergencia sanitaria con ancianos y niños (Belén, Palestina)

Los niños y los ancianos son los dos colectivos que más sufren las consecuencias de la emergencia social por la que atraviesa desde hace tiempo la ciudad de Belén. Cubrir la carencia de asistencia sanitaria pública es el objetivo principal de los programas que coordina una ONG española con dos asociaciones locales. Además de actuaciones específicas que repercutirán en la salud y atención de los ancianos, se contempla la adquisición de medicamentos, aparatos médicos y la realización de seminarios para la formación higiénico sanitaria para niños y sus padres.

A continuación se relacionan otros proyectos que han recibido ayudas del Grupo Banco Popular durante 2009

- Escolarización de niños y niñas, Togo y Burkina Faso
- Reinserción social y familiar de jóvenes de la calle, Camerún
- Programa de alimentación y salud para jóvenes, República Democrática del Congo
- Formación laboral para jóvenes inmigrantes, España
- Equipamiento para centro de educación infantil, Bolivia
- Apoyo para la inserción laboral de mujeres en riesgo de exclusión, España
- Capacitación de la mujer rural, Paraguay
- Ayuda a niños y adolescentes en riesgo, España

#### 6.2.3. Otras formas de colaboración

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

- Ayudas en especie: Fundaciones, centros de garantía social y otras muchas asociaciones que prestan ayuda a colectivos desfavorecidos han recibido productos procedentes de campañas comerciales así como material informático y mobiliario retirado de oficinas. Dentro de este capítulo se considera también la asistencia técnica a instituciones religiosas en el mantenimiento de sus páginas web.

Por segundo año consecutivo el Grupo colaboró con Mensajeros de la Paz mediante la donación –por un importe superior a 6.000 euros– de juguetes y otros objetos destinados a niños de países desfavorecidos.

- **Campañas:** Anualmente el Grupo contribuye a la recaudación de fondos para financiar las actividades y programas solidarios de diversas organizaciones. Así, durante 2009, su red de sucursales ha colaborado con Cáritas en el Día Anual de la Caridad; con la Fundación Crecer Jugando en la campaña “Un juguete, una ilusión”; con Cruz Roja en el Sorteo del Oro; con Obras Misionales Pontificias en la campaña del Domund y con Aldeas Infantiles y UNICEF en sus respectivas campañas de Navidad.
- **www.ayudaaemergencias.org:** Los particulares, clientes y no clientes, que quieran ayudar en diversas situaciones de emergencia en todo el mundo, pueden canalizar su aportación económica a través de la web que el Grupo dedica a ese fin. En 2009 se ha mejorado esta página a la que se puede acceder desde la web corporativa. En ella se informa de todas las cuentas abiertas para las últimas catástrofes y urgencias, se pueden realizar transferencias libres de gastos desde Banca Electrónica o desde cualquiera de las sucursales del Grupo e incluso acceder a las webs de las casi veinte organizaciones a las que se ofrece gratuitamente este servicio.
- **Difusión y sensibilización:** Los canales de comunicación interna –Intranet, Portal del Empleado, Canal Popular y Más Popular– ofrecen regularmente información sobre organizaciones solidarias. Así, los empleados han podido conocer y participar en los programas y actividades desarrollados, entre otros, por la Fundación Lealtad, Fundación Apadrina un Árbol, Kiva, Ideas-Comercio Justo, Lanzarote Help y UNICEF. Igualmente, durante este ejercicio, se han cedido gratuitamente espacios en publicaciones dirigidas a clientes del Grupo y se inició la colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer.

“ El Grupo participa  
anualmente en la recaudación de  
**fondos**  
para financiar programas  
**solidarios**  
de diversas ONGs

### Euro Solidario

En mayo de 2009 se firmó con la Fundación Entreculturas un convenio para la financiación de un proyecto de apoyo a la educación y la salud en diez escuelas de barrios marginales de Manta, Ecuador. A través de este acuerdo, los empleados del Grupo pueden hacer aportaciones, puntuales o permanentes, para conseguir la financiación de un proyecto que beneficiará a más de 1.200 niños de entre 5 y 12 años. Semestralmente la Fundación Banco Popular iguala la cantidad donada por los empleados. A diciembre de 2009 el importe total recaudado ascendía a 21.650 euros.



### Microcréditos

A lo largo de 2009 la Fundación ha colaborado en la financiación de diferentes programas de microcréditos destinados a personas sin recursos y con muy difícil acceso a servicios financieros. El apoyo económico a su capacidad emprendedora les permitirá mejorar sus condiciones de vida. Durante el año el Grupo ha colaborado en dos programas de microcréditos en Paraguay y uno en Kenia.

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 2009, directamente y a través de la Fundación, un total de 431.000 euros.

Más de  
**1.200**  
niños beneficiados  
por el programa de  
solidaridad compartida  
entre empresa  
y empleados



## EL GRUPO BANCO POPULAR ANTE EL MEDIO AMBIENTE

El compromiso del Grupo Banco Popular con el entorno se plasma en su Política Medioambiental y se manifiesta en la relevancia de su actividad financiadora de proyectos sostenibles.



“ En 2009, se ha continuado trabajando en la **preservación** del medio ambiente y reafirmando su compromiso con el **entorno** ”

**3<sup>er</sup>** puesto mundial en el índice *GS Sustain* por su nivel de implicación en la prevención del cambio climático

“ El Grupo firmó el **Comunicado de Copenhague** durante la Cumbre Mundial sobre el Cambio Climático ”



La Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses hizo públicas en 2008 las directrices del Grupo en esta materia, plasmándolas en su Declaración de Política Medioambiental. La Declaración, disponible en la página web corporativa, se hizo llegar a todos los empleados mediante un comunicado publicado en Intranet.

La Política Medioambiental del Grupo se refleja 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. El Comité de Medio Ambiente, además de ser el canal de comunicación entre los empleados y la Alta Dirección, es el encargado de coordinar, supervisar y revisar todos los aspectos ambientales, así como de proponer los objetivos y metas ambientales del Grupo, velando por el cumplimiento de la Política Medioambiental.

Durante el ejercicio de 2009, el Grupo Banco Popular ha continuado trabajando en la preservación del medio ambiente y reafirmando su compromiso con el entorno, tanto a nivel interno como externo. Con respecto a la intención de voto del Grupo en relación a cuestiones medioambientales, la Comisión Ejecutiva acordó que todas las decisiones que se adoptaran, tanto para el Banco Popular como para las sociedades participadas y filiales, se tomaran con el máximo respeto a las directrices de la Declaración de Política Medioambiental, buscando siempre la preservación del entorno y previniendo posibles riesgos medioambientales.

El Grupo se plantea además 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, el Grupo elaboró 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.

En 2009, el Grupo no ha recibido ninguna multa o sanción por incumplimiento de la normativa medioambiental. Entre los hechos con implicaciones medioambientales en el ejercicio, destacan los siguientes:

- Por segundo año consecutivo, Banco Popular ha sido incluido en el *Ethical Global Index* de E-Capital Partners. Este índice está integrado por 300 empresas de todo el mundo seleccionadas basándose en criterios éticos y medioambientales y recomendadas a efectos de llevar a cabo una inversión socialmente responsable.
- Banco Popular ocupa el tercer puesto mundial en el índice *GS Sustain* de *Goldman Sachs* por su nivel de implicación en la prevención del cambio climático. Popular alcanzó un grado de cumplimiento del 80% tras el análisis de su desempeño medioambiental, lo que sitúa a la entidad en tercer lugar del ranking de empresas del sector financiero -compuesto por más de 100 de los mayores bancos del mundo-, y muy cerca del segundo clasificado, cuyo ratio de cumplimiento se sitúa en el 81%. Este estudio se ha realizado sobre 800 empresas de todo el mundo.
- Banco Popular es entidad signataria del *Carbon Disclosure Project (CDP)*, iniciativa internacional que fomenta la transparencia de las empresas en materia de gestión de riesgos y oportunidades asociados a la lucha frente al cambio climático.
- El Grupo firmó el Comunicado de Copenhague elaborado con motivo de la Cumbre Mundial sobre el Cambio Climático celebrada en diciembre de 2009. Dicho comunicado fue firmado por las principales empresas internacionales y supuso un llamamiento para que se alcanzase un acuerdo ambicioso y sólido ante el reto medioambiental.

## 7.1. PROYECTOS DE FINANCIACIÓN CON ALTO CONTENIDO MEDIOAMBIENTAL

El Grupo contribuye al desarrollo sostenible a través de la financiación de las infraestructuras necesarias para la generación de energía renovable, apoyando proyectos de ámbito nacional e internacional.

Tabla 32. Distribución de la financiación de proyectos de impacto medioambiental - 2001/2009

	Número de plantas	Número de proyectos	Año	Financiación máxima acordada por el GBP
Sector Eólico	99	27	2001-2009	129.827.394
Sector Residuos	1	1	2001	4.832.930
Sector Biomasa	18	9	2001-2009	38.220.854
Sector Solar	116	13	2007-2009	17.785.595
<b>TOTAL</b>	<b>234</b>	<b>50</b>		<b>190.666.773</b>

Banco Popular Portugal lanzó en 2009 la línea *Solução Energia Renováveis* para financiar, de forma flexible, la instalación por parte de PYMEs y particulares de instalaciones sostenibles. Al cierre del ejercicio se habían financiado 161 instalaciones.

## 7.2. INICIATIVAS DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO INTERNO

### 7.2.1. 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. Por otra parte, instala con carácter preventivo medidas correctoras, como pantallas de protección acústica o sistemas de absorción de ruidos, para neutralizar las eventuales molestias que pudiera ocasionar el ejercicio de su actividad.

Durante 2009, se ha procedido a la ampliación del contrato de suministro eléctrico con Céntrica Energía, compañía que proporciona electricidad de origen 100% renovable. El total de energía suministrado a 1.605 puntos -741 en 2008- ha sido de 157.679,90 gigajulios. Se ha conseguido así un ahorro del consumo de energía no renovable del 58%, lo que supone una reducción de más de 15.330 toneladas de CO<sub>2</sub>.

Además se ha llevado a cabo la sustitución paulatina de las máquinas de climatización antiguas por otras más eficientes, con bomba de calor y sistema de refrigeración por gas, respetuosas con la capa de ozono. A cierre de 2009 solamente quedan en el Grupo dos instalaciones de torres de refrigeración en tres edificios diferentes, sometidas a los controles periódicos pertinentes. Su retirada se llevará a cabo dentro del plazo legalmente previsto para su completa desaparición.

Por otro lado, 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. 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. En la adquisición de mobiliario realizado en madera se exige la certificación PEFC, que asegura la trazabilidad de la madera procedente de bosques de tala protegida. Asimismo, los productos adquiridos deben contar con la certificación EPD, (*Environmental Product Declaration*).



“ El número de puntos que han obtenido electricidad de origen **100% renovable** se ha duplicado en 2009



“ El Grupo ha financiado el 2,7% de la energía **termosolar** instalada y en construcción en España y el 1,4% de la **eólica**





### Nueva sede corporativa

El proyecto de la nueva sede reubicará todos los Servicios Centrales del Grupo en Madrid y nace con la vocación de cumplir con los estándares medioambientales más exigentes. En este sentido se han iniciado los trámites para obtener la certificación LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), la más extendida y reputada acreditación de liderazgo en energía y diseño sostenible otorgada por USGBC (*U.S. Green Building Council*).

Se ha creado un grupo de trabajo específico con el objetivo de obtener el referido reconocimiento internacional. Integran esta Comisión LEED el estudio de arquitectura creador del proyecto, los representantes de la ingeniería, un verificador externo de los sistemas e instalaciones energéticas, el *project manager* y una representación del Banco.



Entre otras características, la nueva sede se construirá con elementos totalmente respetuosos con las personas y con el medio ambiente, contará con más de un 20% de zonas verdes y se instalarán sistemas de captación y reutilización del agua de lluvia para su riego. La edificación no producirá contaminación lumínica hacia el exterior y dispondrá de un programa de recogida, almacenamiento y reciclado de todo tipo de residuos. Lo más relevante es la reducción de su impacto ambiental, con ahorros superiores al 30% en consumos de agua y de energía, junto con una disminución similar en emisiones de gases de efecto invernadero.

### 7.2.2. Acciones de concienciación y difusión

De acuerdo con su Política Medioambiental, el Grupo ha continuado durante este ejercicio poniendo en práctica acciones que tienen por objeto incrementar la sensibilización y educación ambiental. A través de los canales de comunicación habilitados, el Banco transmite a sus empleados y proveedores iniciativas en materia ambiental, contribuye a fomentar su conciencia de respeto por el entorno y les anima a participar en prácticas sostenibles.

Algunas de estas iniciativas son continuación de acciones desarrolladas en ejercicios anteriores, mientras que otras constituyen novedades del ejercicio 2009.

- **Formación medioambiental.** De una forma sencilla y práctica se facilita a través de Intranet información sobre reciclado, fuentes de energía renovables, transporte sostenible o biodiversidad. Además, los empleados pueden acceder a la Biblioteca de RSC y medio ambiente a través del Portal de Formación (Formanova). Debido al aumento de número de solicitudes de préstamos, en 2009 se ha ampliado el fondo bibliográfico con nuevas adquisiciones.

- **Acciones de difusión.** El Banco considera de interés divulgar entre su plantilla acciones de concienciación ciudadana que fomenten la responsabilidad compartida. Así, animó a sus empleados a participar en iniciativas como la Semana Europea de la Movilidad o La Hora del Planeta, organizadas por la Unión Europea y la organización mundial de conservación WWF, respectivamente, facilitando información que los organismos señalados desarrollaron expresamente para la ocasión.
- **Conducción eficiente.** Los buenos resultados obtenidos en ejercicios anteriores aconsejaron la continuidad en la promoción de recomendaciones y la realización de cursos específicos entre el personal que maneja los vehículos corporativos.
- **Campañas de racionalización de los consumos.** Mediante circulares publicadas en Intranet y recomendaciones periódicas presentadas en el apartado de medio ambiente del Portal del Empleado, el Grupo recomienda el ahorro y el consumo responsable de agua, papel y energía tanto en el ámbito personal como en el profesional.
- **Buzón de Medio Ambiente.** Desde el último trimestre de 2009, los empleados disponen de la dirección de correo electrónico [medioambiente@bancopopular.es](mailto:medioambiente@bancopopular.es) para formular consultas, emitir sugerencias o compartir información de interés.
- **Responsabilidad ambiental de proveedores y contratas.** A través de las Condiciones Generales de Compras y del Código de Conducta específico, el Grupo fomenta entre sus proveedores el respeto a la legislación vigente en materia de protección medioambiental, promoviendo un comportamiento diligente 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 contratas cuando su actividad esté relacionada con los aspectos ambientales previamente identificados. Dichas contratas firman igualmente un compromiso de comportamiento medioambiental responsable, como cualquier otro proveedor del Grupo.

“ El Banco transmite a empleados y proveedores **iniciativas** medioambientales fomentando su respeto por el entorno

### 7.2.3. Almacenamiento y transporte de elementos peligrosos

La actividad financiera no implica el almacenamiento y transporte de elementos peligrosos, por tanto este apartado se refiere exclusivamente a las medidas adoptadas para eliminar determinados equipos o sustancias perjudiciales para el entorno.

De acuerdo con la norma correspondiente, el Grupo está procediendo a la sustitución de todos los transformadores de alta tensión que cuentan con refrigerante *PCB*, que contiene piraleno y puede liberar a la atmósfera gran cantidad de dioxinas en caso de incendio.

También se han retirado por empresas homologadas todas las instalaciones de extinción de incendios con gas halón, 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, los residuos biológicos sanitarios generados por los Servicios Médicos del Grupo ubicados en Madrid, Barcelona y Valencia son retirados por gestores autorizados.

## 7.3. CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS Y ENERGÍA

Tabla 33. Consumo del Grupo Banco Popular respecto a los principales indicadores de sostenibilidad - 2007/2009

	2009	2008	2007
<b>Materias primas</b>			
Consumo de papel (tn)	847	1.076	1.042
Consumo de sobres (uds)	106.027.783	119.387.904	112.553.515
Correspondencia interna (uds)	5.766.275	907.975	772.325
Ahorro de sobres estimado por uso de correo integrado (tn)	600,14	698,49	643,62
Consumo de tóner originales (uds)	6.987	14.128	11.884
Agua · Procedente de la red de abastecimiento general (€)	547.577	544.765	453.509
<b>Reciclaje</b>			
Papel: destrucción de archivo y documentación sensible (tn)	1.466,60	1.072,46	1.479,19
Reciclaje de tóners usados (uds)	18.012	15.276	11.546
Consumo de cartuchos de tóner reciclados (uds)	15.725	11.836	13.865
<b>Consumo directo de energía (Gj)</b>			
Electricidad (Gj)	282.151	345.857	223.526
Gasóleo en (Gj)	2.830,39	5.058,82	4.145,37
<b>Consumo indirecto de energía* por fuentes primarias (Gj)</b>			
Fuel	413.283,05	512.387,55	456.617
Gas Natural	209.939,25	225.829,55	-
Carbón	83.975,70	144.951,07	182.647
Nuclear	92.544,65	102.936,26	164.382
Hidráulica	11.966,52	16.805,92	45.661
Eólica	16.281	16.805,92	54.795
Biomasa	30.848,21	35.712,58	9.133
Otras	856,89	-	-
<b>Emisión de CO<sub>2</sub> por consumo total de energía (tn)</b>	11.741	24.264	24.082

(\*) 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. Papel

Desde el pasado ejercicio el papel blanco que se consume en nuestras oficinas en España cuenta con la certificación PEFC (*Pan-European Forest Certification*), garantía de que la madera utilizada en su fabricación procede de bosques gestionados de manera sostenible. También la revista *Más Popular* se imprime íntegramente en papel que cuenta con esta certificación.

En 2009 se acordó que todo el papel blanco que se consuma en el Grupo ha de ser certificado, bien como FSC (*Forest Stewardship Council*) o como PEFC. Los sobres y el papel de ordenador utilizados en el Grupo son del tipo ECF (*Elementary Chlorine Free*), libres de cloro ambiental y por tanto son mucho menos contaminantes. Con carácter general, además de los certificados propios que garanticen la calidad del papel, se solicita a los proveedores los certificados ISO 9000 y 14001 que acrediten su respeto por el medio ambiente.

Desde el año 2006, las impresoras, faxes y fotocopiadoras del Grupo utilizan papel 100% reciclado, que cuenta con la certificación alemana Ángel Azul. En 2009, un 75,15% del papel utilizado por el Grupo es de este tipo. A este respecto, conviene señalar el Certificado de Colaboración Ambiental que WWF Adena ha concedido al Grupo por su participación en la campaña que, en colaboración con Xerox, ha desarrollado para sustituir el consumo de papel blanco por papel reciclado. También proceden de papel 100% reciclado todas las cajas de cartón utilizadas para embalaje.

Con motivo de la implantación del papel reciclado se ha estimado un ahorro en las emisiones de CO<sub>2</sub> de 4,8 toneladas.

Durante el año 2009 se ha logrado un ahorro considerable de papel como consecuencia de las medidas adoptadas para evitar su utilización innecesaria:

- **Documentum.** Esta herramienta de gestión de documentos no sólo facilita el manejo de la información sino que permite reducir notablemente tanto el uso del papel como su impresión. Se está implantando gradualmente, si bien en breve todos los documentos generados por el Grupo se tratarán con este sistema.
- **E-buzón.** Este servicio gratuito permite al cliente visualizar, archivar e imprimir toda su correspondencia bancaria en el buzón electrónico desde la web transaccional del Banco. Durante 2009, 150.000 clientes del Grupo han facilitado su dirección de correo electrónico para recibir información, en sustitución del correo ordinario.
- **Reducción de la correspondencia remitida a los clientes,** refundiendo en un sólo documento la información generada por sus contratos y limitando entre uno y tres los envíos mensuales, en función del volumen de operaciones. La medida ha supuesto un ahorro superior a las 600 toneladas de papel, que se traduce en una reducción de 3,6 toneladas en las emisiones de CO<sub>2</sub>.
- **Supresión de la correspondencia generada por el 95% de los contratos cuyo titular es un empleado.** Posteriormente se ha invitado a sus familiares a sumarse a esta medida.
- **Formato digital del Informe Anual y de RSC.** La mayor parte de los informes que anteriormente se imprimían en papel se ha sustituido por su versión en CD.

Desde 2009 todo el papel blanco consumido por el Grupo ha de acreditar certificación de sostenibilidad



### 7.3.2. Tóners

El Grupo Banco Popular usa, prioritariamente, cartuchos de tóner de impresoras de los llamados "reciclados" o "refabricados" homologados, que reutilizan las carcassas y las piezas que, por su estado, permiten su reaprovechamiento. Igualmente, se busca utilizar cartuchos que soporten un mayor número de copias, lo que conlleva un ahorro importante de materias. En 2009 se han empleado 15.725 unidades recicladas y 6.987 originales.

### 7.3.3. Plásticos

Los plásticos utilizados son fundamentalmente los derivados del uso de transporte de fondos y de los sistemas de encartuchado de monedas. En el Grupo los *blisters* para las monedas se fabrican en plástico PET totalmente reciclable y se facilita su uso por personas invidentes al incluir la identificación de la moneda en caracteres braille. Las bolsas de plástico utilizadas por el Grupo se fabrican con plástico PELL (polietileno lineal) 100% reciclable.

Los materiales de los precintos de seguridad (polietileno, hierro, embalajes, etc.) son también 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.

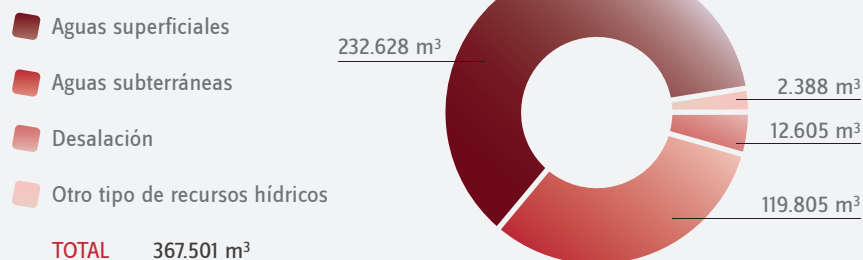
En el ejercicio de 2009 se han comenzado a utilizar sobres de plástico oxobiodegradables que, además de permitir su reutilización o reciclaje, si se expusiesen a la intemperie se degradarían completamente en un espacio de tiempo muy corto sin dejar residuos de petro-polímeros en la superficie.

## 7.4. REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS Y ENERGÍA

En 2009 el Grupo ha seguido profundizando en el estudio y aplicación de procedimientos orientados a la reducción de los consumos. Así, además de las campañas de racionalización dirigidas a la plantilla, del aumento de puntos de suministro eléctrico contratados con la compañía Céntrica y de la adquisición de equipos informáticos y de climatización más eficientes, destacan el Plan de Correo Integrado o las auditorías realizadas en sucursales para mejorar la eficiencia energética de las instalaciones.

Figura 14. Consumo de agua del Grupo Banco Popular - 2009

#### Captación de agua por fuentes en m<sup>3</sup> (\*)



(\*) Datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística.



#### 7.4.1. Comunicaciones impresas

La mayor parte del consumo de papel se debe 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 el consumo y los gastos señalados, la nómina de empleados se dejó de imprimir en 2007. Un año más tarde se extendió la medida a las comunicaciones bancarias y el Centro Logístico puso en marcha en Plan de Correo Integrado para limitar el número de envíos remitidos a clientes.

En 2009 han sido 64.296.131 los sobres enviados. Teniendo en cuenta que en cada sobre se integran varios documentos, ha supuesto un ahorro de 105.844.460 de sobres con respecto a 2008.

En cuanto a las comunicaciones de carácter interno, el uso de sobres reutilizables ha permitido una disminución tanto en el número de envíos como en los sobres utilizados, lo que ha supuesto un ahorro de más de 294.000 sobres.

#### 7.4.2. Energía

En todas sus actuaciones la Oficina de Seguridad e Inmuebles trabaja en la consecución de mejores y más eficientes instalaciones que contribuyan al mantenimiento de las condiciones ambientales. Entre las actuaciones realizadas en el ejercicio destacan:

- La realización de auditorías energéticas en oficinas de la red comercial con el objeto de recopilar información sobre la energía suministrada y consumida, condiciones de iluminación y climatización, con el fin de proponer planes que mejoren la eficiencia de las instalaciones.
- La instalación de controles centralizados de climatización, lo que aumenta el confort del usuario y mejora la eficiencia energética. Igualmente, se ha ajustado la superficie en sucursales para adaptarlas a las necesidades reales consiguiendo ahorros en el consumo.

#### 7.4.3. Almacenamiento

Para conseguir un ahorro en la inversión y en el consumo de materias primas, se han intensificado las medidas que tienden a reducir el stock y el número de referencias en los almacenes. Con ello se consiguen unos índices de rotación de material más cortos, que está en estos momentos en 1,77 meses -1,9 meses el ejercicio anterior-, garantizando siempre el debido suministro a las oficinas.

“ Debido al uso del  
**papel reciclado**  
se estiman unos  
**ahorros**  
de 2 millones de Kwh,  
20 millones de litros de agua  
y 7.000 árboles no talados

El Plan  
de Correo Integrado  
ha supuesto  
un ahorro de más de  
**105** millones  
de sobres



Las campañas de sensibilización han permitido reciclar más de

**1.400**<sup>tn</sup>  
de papel

“ Las medidas implantadas por el Grupo fomentan la **reutilización,** reciclado y valorización de aparatos eléctricos

## 7.5. GESTIÓN DE RESIDUOS Y PROGRAMAS DE RECICLAJE

El Grupo Banco Popular dispone de procedimientos específicos en materia de reciclaje de papel, cartón, baterías, tóners y otros residuos que se resumen a continuación.

### 7.5.1. Papel

Durante este ejercicio el gestor autorizado por la Asociación Española de Fabricantes de Pasta, Papel y Cartón (ASPAPEL) para la recogida selectiva de papel y cartón en el Grupo, ha retirado la cantidad de 1.466,6 toneladas, lo que representa un significativo crecimiento respecto al año anterior. Se pone así de manifiesto la aceptación que las campañas de concienciación han tenido en la plantilla. Este ahorro se traduce en una reducción de las emisiones de CO<sub>2</sub> en 8,79 toneladas.

La ampliación del sistema de *ecopapeleras* –contenedores de cartón reciclado– a los centros de trabajo de sociedades del Grupo, como Popular Banca Privada, IST, Popular Bolsa, Popular Gestión, Banco Popular Hipotecario, Popular de Factoring, Aliseda y MundoCredit y a otros edificios de Servicios Centrales, ha incrementado la cantidad de papel recogido.

Para la destrucción y reciclado del papel clasificado como confidencial, las oficinas lo envían al Centro Logístico utilizando un modelo de sobre especial degradable. Estos documentos son posteriormente destruidos por un gestor autorizado en el Centro Logístico del Grupo, cumpliendo con la normativa medioambiental y la relativa a la protección de datos de carácter personal.

### 7.5.2. Tóners

El material agotado se deposita por los empleados en las cajas de cartón de tóner repuesto. La red de sucursales remite todos los cartuchos usados para su clasificación y retirada posterior por las empresas de residuos contratadas al efecto. El personal autorizado lo recoge y lo envía diariamente al almacén de material donde se gestiona su reciclado y reutilización a través del gestor autorizado. En 2009 se han retirado para su reciclado 18.012 unidades, que equivalen a 6.204 kilos, frente a las 15.276 del año anterior.

### 7.5.3. Aparatos electrónicos

Las medidas implantadas por el Grupo fomentan la reutilización, reciclado y valorización de este tipo de residuos con el fin de reducir su volumen 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 para la eliminación de información contenida en los mismos por los gestores autorizados. En 2009 se han retirado soportes de este tipo con un peso de 10.500 kilos, además de 8.540 kilos de equipos desechados que contenían residuos peligrosos.

Todas las luminarias y tubos fluorescentes inservibles de los servicios centrales del Banco son retirados por una asociación especializada en el reciclaje de lámparas quien las entrega a un gestor autorizado.

Desde 2007 los empleados colaboran con *Dona tu móvil*, una campaña solidaria que, organizada por Cruz Roja y la Fundación Entreculturas, da una nueva utilidad a los teléfonos móviles que no se utilizan o no funcionan. Además del beneficio medioambiental, los fondos obtenidos con la campaña se destinan a proyectos sociales de las organizaciones señaladas. Al cierre del ejercicio 2009 se habían donado 1.764 terminales que supusieron un donativo de 2.627 euros.



#### 7.5.4. Plásticos y residuos orgánicos

Durante 2009 se han retirado y posteriormente gestionado 2.152 kilos de envases de plásticos generados por el Grupo.

Las áreas de *vending* y cocina cuentan con contenedores específicos para material orgánico, envases, vidrio o papel. De esta forma, tanto los usuarios como el personal de la contrata de limpieza, distribuyen los residuos oportunamente.

El aceite de cocina, una vez utilizado, se deposita en contenedores homologados y recogidos por Biogras S.L., gestor autorizado que lo reutiliza como materia prima para la producción de biodiesel.

#### 7.5.5. Baterías

Los empleados pueden enviar por valija interna las pilas agotadas que provengan de su actividad diaria o de su entorno familiar. Un gestor autorizado se encarga de su retirada desde el Centro Logístico del Grupo y de su posterior tratamiento. A cierre del ejercicio se habían retirado 208,1 kilos de pilas convencionales, 8.696,4 kilos de baterías industriales y 620 gramos de pilas de botón.

### 7.6. EMISIONES

El cálculo de las emisiones de CO<sub>2</sub> directas e indirectas se ha realizado conforme a la herramienta *Greenhouse Gas Protocol*, desarrollada por el *World Business Council for Sustainable Development*. El total de emisiones directas e indirectas ha ascendido durante 2009 a 15.350 toneladas de CO<sub>2</sub>, lo que supone una reducción de 12.460,84 toneladas con respecto al año anterior.

“ En 2009 se ha conseguido **reducir** **CO<sub>2</sub>** las emisiones de **en 12.460,84 tn lo que supone una reducción de más del 56%** con respecto a 2008

La campaña entre empleados ha permitido el reciclaje de **9.000 Kg** de baterías y pilas

Tabla 34. Emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero generadas por Grupo Banco Popular - 2009

Emisiones directas	Consumo	Emisiones		
Combustible · Gasóleo	70,412 l	190,11 tn CO <sub>2</sub>	0,70 tn CH <sub>4</sub>	0,04 tn NO <sub>2</sub>
Desplazamientos de vehículos propiedad del Grupo	2.430.230 km consumo medio: diesel 7,1 l/100 km - 62,6 % de la flota gasolina 9,5 l/100 km - 37,4 % de la flota	668,31 tn CO <sub>2</sub>	1,94 tn CH <sub>4</sub>	0,11 tn NO <sub>2</sub>
<b>TOTAL</b>		<b>858,42 tn CO<sub>2</sub></b>	<b>2,64 tn CH<sub>4</sub></b>	<b>0,15 tn NO<sub>2</sub></b>
Emisiones indirectas	Consumo	Emisiones		
Consumo · Electricidad	78.735.343 kw/h 57,89% energía verde (45.371.486,06)	11.551,34 tn CO <sub>2</sub>		
Desplazamientos al centro de trabajo (transporte público y vehículos de empleados)	(*)	1.750 tn CO <sub>2</sub>		
Viajes de trabajo (distancia de vuelos)	6.612.450 km	1.190,24 tn CO <sub>2</sub>		
<b>TOTAL</b>		<b>14.491,58 tn CO<sub>2</sub></b>		

(\*) Estimación calculada en base a los factores de conversión establecidos por el *GHG Gas Protocol* para tren, metro, autobús y coche.

“ En 2009 se consolidó la utilización de conferencias a distancia como alternativa sostenible a los desplazamientos de trabajo

“ Mantenimiento durante 5 años de 600 árboles, compensando emisiones de CO<sub>2</sub> equivalentes a 60 tn.

En 2009 se ha consolidado la utilización de las diferentes modalidades de conferencias como alternativa sostenible a los desplazamientos por motivos de trabajo. El número de minutos de videoconferencias, multiconferencias y teleconferencias a 31 de diciembre de 2009 ascendía a 51.011, frente a los 34.392 minutos de 2008. Los viajes de trabajo a los que las videoconferencias y teleconferencias han suplido hubieran provocado la emisión a la atmósfera 203,5 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente.

En lo referente a las emisiones derivadas de la utilización de vehículos corporativos, se está procediendo a la sustitución paulatina de la flota corporativa, adquiriendo vehículos mucho más eficientes y ecológicos, siendo éste uno de los criterios que se valoran de manera especial en el momento de proceder a su adquisición.

En cuanto a los desplazamientos en avión, durante 2009 se realizaron 2.624 vuelos nacionales y 330 internacionales, frente a los 2.506 y 556 del año anterior; esto supone una disminución de 955.800 kilómetros y la reducción en la emisión de gases de efecto invernadero de 172,04 toneladas de CO<sub>2</sub>.

## 7.7. FINANCIACIÓN DE EVENTOS DE CARÁCTER MEDIOAMBIENTAL

Debido a que en 2009 la felicitación navideña de uso corporativo se ha realizado exclusivamente en formato digital, el importe destinado a su impresión en papel se ha donado a Aldeas Infantiles para financiar la instalación de un huerto ecológico en Zaragoza.

El Grupo ha financiado igualmente los programas de voluntariado ambiental desarrollados por la Fundación Internacional para la Restauración de Ecosistemas (FIRE) para la restauración ecológica y naturalización de zonas agrícolas deforestadas en Toledo y Ciudad Real.

### Islotes y costas en mares agrícolas

La Fundación Internacional para la Restauración de Ecosistemas (FIRE) es una entidad privada cuyo fin es la restauración y conservación de los ecosistemas. El Grupo apoyó en 2009 las jornadas de voluntariado que la Fundación Fire desarrolló en Toledo y Ciudad Real. El proyecto llevado a cabo consistió en actuaciones propias de la restauración ecológica con la utilización agrícola del territorio, favoreciendo al mismo tiempo la recuperación del paisaje. Estas actuaciones se realizaron en lugares donde existen escasos remanentes de vegetación natural.



Las actuaciones comprenderán la revegetación de lindes agrícolas y la plantación de "islotes forestales", con diferentes especies arbóreas y arbustivas adaptadas al clima Mediterráneo.

Con esta iniciativa se pretende proporcionar un gran número de servicios ambientales, favoreciendo del mismo modo la conectividad a escala de paisaje.

En virtud del convenio suscrito con la Fundación Apadrina un Árbol, el Grupo se compromete al mantenimiento durante 5 años de 600 árboles en la finca Los Solanillos, Guadalajara. En este mismo espacio de alto valor ecológico, el Banco apadrinó en 2008 una parcela en la que 300 empleados realizaron labores de silvicultura y resalveo. Estos 600 árboles implican una compensación de las emisiones de CO<sub>2</sub> de 60 toneladas.

También, se ha financiado la adquisición de material de investigación para el proyecto de Actiquim-1 que se está llevando a cabo en la Base Antártica Española Gabriel de Castilla de Isla Decepción (Islas Shetland del Sur, Antártida).

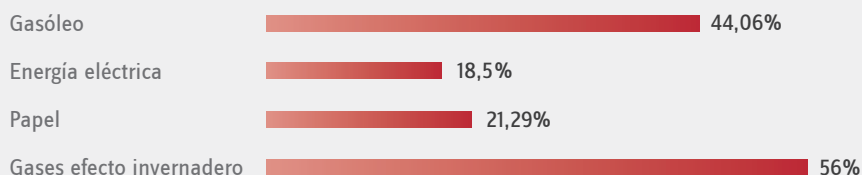
Finalmente, Banco Popular Portugal plantará un árbol en el Concejo de Peniche por cada casa que, financiada por su red de sucursales y gestionada a través de la inmobiliaria ERA, incorpore el certificado de eficiencia energética otorgado por la Agencia Portuguesa de Energía. Además, los clientes que financien la compra de la vivienda con un préstamo hipotecario del Banco, dispondrán de un crédito para la compra de electrodomésticos de alta eficiencia energética.

“ En 2009 se alcanzaron los objetivos de **reducción del consumo** de gasóleo, papel y energía eléctrica

## 7.8. OBJETIVOS Y METAS AMBIENTALES

En 2009 se han alcanzado prácticamente la totalidad de los objetivos fijados por el Comité de Medio Ambiente en el ejercicio anterior, especialmente los relativos a la reducción del consumo de gasóleo, papel y energía eléctrica.

Figura 15. Reducción del consumo y emisiones del Grupo Banco Popular - 2009



La consecución de estos resultados ha sido posible gracias a la concienciación y alto grado de participación de los empleados, principales responsables de estos avances.

En cuanto a los objetivos fijados para 2010, el Comité de Medio Ambiente ha decidido por unanimidad fijar las siguientes metas:

- Fomento del uso de las vídeo y teleconferencias
- Reducción de consumo de energía eléctrica, gasóleo y agua
- Continuidad de las acciones de sensibilización ambiental del empleado
- Incremento del uso del sistema de gestión Documentum



A blurred figure of a person with white hair, wearing a dark jacket, is walking down a staircase with a white metal railing. The background is a bright, out-of-focus interior space.

 BANCO POPULAR

## VERIFICACIÓN Y CONFORMIDAD DEL INFORME

El presente Informe incorpora, por segundo año, los nuevos indicadores del GRI que hacen hincapié en los aspectos más específicos del negocio financiero en relación a la sostenibilidad.



## 8.1. PERFIL

Perfil		Páginas
<b>1</b>	<b>Estrategia y análisis</b>	
1.1.	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	4-5
1.2.	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	20, 68-71
<b>2.</b>	<b>Perfil de la organización</b>	
2.1.	Nombre de la organización.	19
2.2.	Principales marcas, productos y/o servicios.	11, 33-38
2.3.	Estructura operativa de la organización.	11-12
2.4.	Localización de la sede principal de la organización.	IA (4)
2.5.	Número de países en los que opera la organización.	9
2.6.	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	19
2.7.	Mercados servidos.	11
2.8.	Dimensión de la organización informante.	8, 11, 42-43
2.9.	Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad.	19
2.10.	Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	9
<b>3</b>	<b>Parámetro de la memoria</b>	
	<i>Perfil de la memoria</i>	
3.1.	Período cubierto por la información contenida en la memoria.	19
3.2.	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	19
3.3.	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	19
3.4.	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	11, 114
	<i>Alcance y cobertura de la memoria</i>	
3.5.	Proceso de definición del contenido de la memoria.	19
3.6.	Cobertura de la memoria.	19
3.7.	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	19
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.	19
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.	19
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.	19
3.11.	Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	19
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.	19

Perfil	Páginas
<b>4 Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés</b>	
<i>Gobierno</i>	
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.	11, IGC (88, 116)
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 (105)
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 (92-93)
4.4. Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	11
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 (96-98)
4.6. Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	13 ,IGC (126-127)
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 (103-105)
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, 68-69, 80
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 (128-135)
4.10. Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	IGC (117-119)
<i>Compromisos con iniciativas externas</i>	
4.11. Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	12-13, IGC (128-133)
4.12. Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	21, 72-91
4.13. Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	21
<i>Participación de los grupos de interés</i>	
4.14. Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	11
4.15. Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	11
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.	11
4.17. Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	11

## 8.2. ENFOQUES DE GESTIÓN

	Páginas
<b>Dimensión del impacto de productos y servicios</b>	
Políticas con contenidos ambientales y sociales específicos aplicados a las líneas de negocio. FS1	73-74, 80
Procedimientos para evaluar y seleccionar los riesgos sociales y ambientales en las líneas de negocio. FS2	ND (b)
Procedimientos para asegurar y controlar el cumplimiento de los requisitos sociales y ambientales por parte de los clientes. FS3	ND (1)
Procedimientos para la mejora de las competencias del personal orientadas a la gestión de políticas sociales y ambientales. FS4	65
Interacciones con clientes y otros grupos de interés respecto a la gestión de riesgos y oportunidades ambientales y sociales. FS5	35, 62, 83, 87
<b>Dimensión económica</b>	
Desempeño económico	68-69
Presencia en el mercado	11, 68-69
Impacto económico indirecto	69
<b>Dimensión ambiental</b>	
Materiales	84
Energía	84
Agua	84, 86
Biodiversidad	a
Emisiones, vertidos y residuos	88-90
Productos y servicios	80-81
Cumplimiento normativo	80-81
Transporte	83
Aspectos generales	80-81
<b>Dimensión Social</b>	
<i>Prácticas laborales y ética del trabajo</i>	
Empleo	42-43
Relación Empresa/Trabajadores	55-56
Salud y Seguridad en el trabajo	57-59
Formación y Educación	47-49
Diversidad e Igualdad de oportunidades	42-43, 51-52
<i>Derechos Humanos</i>	
Prácticas de inversión y aprovisionamiento	21
No discriminación	21, 42, 51-52
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	55-57
Abolición de la Explotación Infantil	21
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	21
Quejas y procedimientos conciliatorios	55-57
Prácticas de Seguridad	57-59
Derechos de los indígenas	21

	Páginas
<i>Sociedad</i>	
Comunidad	72-77
Corrupción	14-15
Política Pública	21
Comportamiento de Competencia Desleal.	12-13
Cumplimiento normativo	12-15
<i>Responsabilidad sobre productos</i>	
Salud y Seguridad del Cliente	24, 31
Etiquetado de Productos y Servicios	24, 29-30
Comunicaciones de Marketing	29-30
Privacidad del Cliente	30-33
Cumplimiento normativo	12-15
Políticas de comercialización justa de productos y servicios financieros. FS15	30

### 8.3. INDICADORES DE DESEMPEÑO

P / A	Impacto de Productos y Servicios	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Lista de productos</b>		
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	Verificado	IA (33-39)
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.	Verificado	34
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.	Verificado	81
	<b>Auditoría</b>		
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.	N.D.	b
	<b>Propiedad Activa</b>		
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.	Verificado	11, 36, 81
P	FS11. Porcentaje de activos sujetos a "screening" social y ambiental positivo y/o negativo.	Parcial	38-39
	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.	Verificado	80

P / A	Desempeño económico	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Desempeño económico</b>		
P	EC1. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes operativos, planes de compensación a empleados, donaciones y otras inversiones en comunidades, ganancias retenidas y pagos a accionistas e impuestos.	Verificado	69-71
P	EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Verificado	81
P	EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Verificado	IA (nota 15p)
P	EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Verificado	49
	<b>Presencia en el mercado</b>		
A	EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Verificado	50
P	EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Verificado	62
P	EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Verificado	49
	<b>Impactos económicos indirectos</b>		
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.	Verificado	76-77
A	EC9. Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Verificado	69

P / A	Desempeño ambiental	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Materiales</b>		
P	EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	Verificado	84
P	EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Verificado	85-86
	<b>Energía</b>		
P	EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Verificado	84
P	EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Verificado	84
A	EN5. Ahorro total de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Verificado	81, 91
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.	Verificado	81
A	EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y reducciones logradas con dichas iniciativas.	Parcial	90
	<b>Agua</b>		
P	EN8. Captación total de agua por fuentes.	Verificado	84, 86
A	EN9. Fuentes de agua que han sido afectados significativamente por la captación de agua.	N.A.	f
A	EN10. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	N.A.	f

P / A	Desempeño ambiental	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Biodiversidad</b>		
P	EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	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.	N.A.	d
A	EN13. Hábitats protegidos o restaurados.	N.A.	d
A	EN14. Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la diversidad.	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 hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	N.A.	d
	<b>Emisiones, vertidos y residuos</b>		
P	EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Verificado	89
P	EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Verificado	89
A	EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Verificado	81, 85, 90
P	EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	N.A.	e
P	EN20. NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N.A.	e
P	EN21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	N.A.	f
P	EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Verificado	84, 88-89
P	EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	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.	N.A.	g
A	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.	N.A.	h
	<b>Productos y servicios</b>		
P	EN26. Iniciativas para mitigar los impactos medioambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	Verificado	87
P	EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	N.A.	g
	<b>Cumplimiento normativo</b>		
P	EN28. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa medioambiental.	Verificado	80
	<b>Transporte</b>		
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.	Verificado	81, 85, 89-90
	<b>General</b>		
A	EN30. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones medioambientales.	Verificado	81



P / A	Prácticas laborales y ética del trabajo	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Empleo</b>		
P	LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Verificado	42-46
P	LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	Verificado	45
A	LA3. Beneficios sociales para los empleados de jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad temporal.	Verificado	51-53
	<b>Relaciones Empresa/Trabajadores</b>		
P	LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	Verificado	55
P	LA5. Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Verificado	56
	<b>Salud y Seguridad en el trabajo</b>		
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 asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	Verificado	56-57
P	LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Verificado	59
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.	Verificado	58
P	LA9. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Verificado	56-57
	<b>Formación y Educación</b>		
P	LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Verificado	44, 46
A	LA11. Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Verificado	48
A	LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Verificado	51
	<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>		
P	LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	Verificado	11
P	LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Verificado	42, 50

P / A	Derechos Humanos	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Prácticas de inversión y abastecimiento</b>		
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.	Verificado	37, 62
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.	Verificado	62

P / A	Derechos Humanos	Alcance de Verificación	Páginas
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 número de empleados formados. <b>No discriminación</b>	Verificado	48
P	HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. <b>Libertad de Asociación y convenios colectivos</b>	Verificado	43, 46, 55
P	HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. <b>Explotación infantil</b>	Verificado	56-57
P	HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. <b>Trabajos Forzados</b>	Verificado	21
P	HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. <b>Prácticas de Seguridad</b>	Verificado	21
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. <b>Derechos de los Indígenas</b>	Verificado	48
A	HR9. Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Verificado	21

P / A	Sociedad	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Comunidad</b>		
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. FS13. Acceso a servicios financieros en áreas despobladas/desfavorecidas por tipo de acceso. FS14. Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a la gente con minusvalías o impedimentos.	Parcial Verificado  Verificado	37-38 27  27-28
	<b>Corrupción</b>		
P	SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Verificado	15
P	SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	Verificado	14
P	SO4. Medidas tomadas en respuesta a los síntomas de corrupción.	Verificado	15
	<b>Política Pública</b>		
P	SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de <i>lobbying</i> .	Verificado	21
A	SO6. Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Verificado	26

P / A	Sociedad	Alcance de Verificación	Páginas
A	<b>Comportamiento de Competencia Desleal</b> SO7. Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Verificado	12
P	<b>Cumplimiento normativo</b> SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Verificado	12

P / A	Responsabilidad sobre productos	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Salud y Seguridad del Cliente</b>		
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.	Verificado	24
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.	Verificado	24
	<b>Etiquetado de Productos y Servicios</b>		
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.	Verificado	29-30
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.	Verificado	30
A	PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción.	Verificado	28-29
P	FS16. Iniciativas para ampliar la cultura financiera, desglosadas por tipos de beneficiarios.	Verificado	70
	<b>Comunicaciones de marketing</b>		
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.	Verificado	29-30
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.	Verificado	30
	<b>Privacidad del cliente</b>		
A	PR8. Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Verificado	30
	<b>Cumplimiento normativo</b>		
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.	Verificado	30

<b>P / A:</b>	P: Indicador Principal A: Indicador Adicional
<b>IA:</b>	Informe Anual
<b>IGC:</b>	Informe de Gobierno Corporativo
<b>Verificación:</b>	Verificación Total
<b>Parcial:</b>	Verificación Parcial
<b>N.A.:</b>	No Aplica
<b>N.D.:</b>	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 del 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.

## 8.4. INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES



**PricewaterhouseCoopers  
Auditores, S.L.**  
Paseo de la Castellana, 43  
28046 Madrid  
España  
Tel.: +34 915 684 400  
+34 902 021 111  
Fax: +34 913 083 566  
www.pwc.com/es

### INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2009 DE GRUPO BANCO POPULAR

A la Dirección de Banco Popular Español, S.A.:

#### Alcance del trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2009 de Banco Popular Español, S.A. y su Grupo Consolidado, en adelante Grupo Banco Popular, en relación 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 Social 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 Social 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 Social 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 Social Corporativa 2009.
- 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 Social Corporativa en función del entendimiento de los requerimientos de los grupos de interés.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Social 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.





- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores principales y adicionales de la Guía G3 así como los indicadores del Suplemento Financiero, ambos correspondientes al Global Reporting Initiative (GRI) e incluidos en el Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2009. Asimismo, hemos comprobado su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Grupo Banco Popular. En los anexos adjuntos 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 aspecto que nos haga creer que el Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2009 de Grupo Banco Popular contiene errores o 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).

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés del Grupo Banco Popular, de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo.

PricewaterhouseCoopers Auditores S.L.

Ferrán Rodríguez Arias  
Socio

24 de febrero de 2010





## Anexos al Informe relativo a la verificación externa de los indicadores del Informe de Responsabilidad Corporativa 2009 de Grupo Banco Popular

### Anexo 1. Indicadores principales y adicionales de la Guía GRI-G3

Indicadores Económicos				
Aspecto		Código G3	Descripción	Conclusión
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
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



Indicadores Medioambientales				
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
Productos y servicios	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
	Principal	EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Total
Cumplimiento normativo	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
	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
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 en materia 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 forzados	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 con respecto a la 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
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 respecto a 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.	Total
	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.	Total



Indicadores de desempeño respecto a la responsabilidad sobre productos				
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 ALCANCE DE LA 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 Grupo Banco Popular 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 ésta 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 Grupo Banco Popular y fuentes de información externa.
- **No disponible:** Grupo Banco Popular 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 Grupo Banco Popular la información asociada a este indicador no es de aplicación.





## Anexo 2. Indicadores del Suplemento Financiero

Indicadores del Suplemento Financiero				
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
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
Etiquetado de productos y servicios	Principal	FS16	Iniciativas para ampliar la cultura financiera, desglosadas por tipos de beneficiarios.	Total




### TIPOS DE ALCANCE DE LA 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 Grupo Banco Popular 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 ésta 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 Grupo Banco Popular y fuentes de información externa.
- **No disponible:** Grupo Banco Popular 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 Grupo Banco Popular la información asociada a este indicador no es de aplicación.

8.5. 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 - 2009						
		2002 In Accordance	C	C+	B	B+	A	A+
Mandatory	Self Declared							
	Third Party Checked			Report Externally Assured		Report Externally Assured		
	GRI Checked							

## ANEXO I: COMPENDIO DE TABLAS

Tabla 1. Capital social del Grupo Banco Popular por tramos de acciones - 2007/2009	10
Tabla 2. Tipología y número de auditorías internas - 2007/2009	15
Tabla 3. Tipología y volumen del fraude - 2007/2009	15
Tabla 4. Segmentación de clientes del Grupo Banco Popular en España - 2009	25
Tabla 5. Financiación de partidos, sindicatos y asociaciones afines - 2007/2009	26
Tabla 6. Resultados de las encuestas telefónicas de calidad - 2009	29
Tabla 7. Operaciones tratadas contra el fraude - 2009	31
Tabla 8. Incidencias tramitadas a través del Banco de España - 2007/2009	32
Tabla 9. Incidencias tramitadas a través de la CNMV - 2007/2009	32
Tabla 10. Incidencias resueltas por el Servicio de Atención al Cliente - 2007/2009	32
Tabla 11. Tiempo empleado en la resolución de incidencias - 2007/2009	33
Tabla 12. Líneas de negocio desglosadas por productos con especial beneficio social - 2009	34
Tabla 13. Principales convenios ICO suscritos por Grupo Banco Popular y destino de los fondos - 2009	35
Tabla 14. Ratio salarial mujer/hombre - 2009	42
Tabla 15. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular según fecha de incorporación - 2007/2009	43
Tabla 16. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por zona geográfica - 2007/2009	43
Tabla 17. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular en España por grupos de edad, sexo y región - 2009	44
Tabla 18. Índice de rotación de los empleados del Grupo Banco Popular en España por grupos de edad, sexo y región - 2009	45
Tabla 19. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por tipo de contrato y empresa de contratación - 2007/2009	46
Tabla 20. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular colectivos y empresa de contratación - 2008/2009	46
Tabla 21. Programas de formación y participantes - 2009	47
Tabla 22. Datos de formación del Grupo Banco Popular - 2007/2009	48
Tabla 23. Distribución de ascensos del Grupo Banco Popular - 2009	49
Tabla 24. Resultados acumulados del Plan Concilia - 2007/2009	52
Tabla 25. Reconocimientos médicos realizados en el Grupo Banco Popular - 2007/2009	58
Tabla 26. Accidentes en el Grupo Banco Popular - 2007/2009	58
Tabla 27. Jornadas perdidas debido a accidentes de trabajo en el Grupo Banco Popular - 2007/2009	58
Tabla 28. Volumen y tipología de absentismo del Grupo Banco Popular - 2007/2009	59
Tabla 29. Comparativa del número de bajas del Grupo Banco Popular - 2008/2009	59
Tabla 30. Valor añadido generado por el Grupo Banco Popular - 2009	71
Tabla 31. Programas de Acción Social del Grupo Banco Popular - 2008	72
Tabla 32. Distribución de la financiación de proyectos de impacto medioambiental - 2001/2009	81
Tabla 33. Consumo del Grupo Banco Popular respecto a los principales indicadores de sostenibilidad - 2007/2009	84
Tabla 34. Emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero generadas por Grupo Banco Popular - 2009	89

## ANEXO II: COMPENDIO DE FIGURAS

Figura 1. Cultura corporativa del Grupo Banco Popular .....	8
Figura 2. Estructura del Grupo Banco Popular por entidades - 2009 .....	11
Figura 3. Comisiones y órganos de control interno del Grupo Banco Popular .....	13
Figura 4. Principios del <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI) y su reflejo en el Informe del Grupo Banco Popular .....	19
Figura 5. Características de la gestión del ciclo de productos y servicios del Grupo Banco Popular - 2009 .....	24
Figura 6. Distribución de clientes del Grupo Banco Popular 2008/2009 .....	25
Figura 7. Aumento de clientes del Grupo Banco Popular - 2008/2009 .....	25
Figura 8. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por sexo - 2007/2009 .....	42
Figura 9. Características del Sistema de Retribución Variable .....	50
Figura 10. Evaluaciones de riesgos realizadas en el Grupo Banco Popular - 2007/2009 .....	57
Figura 11. Valoración del Grupo Banco Popular en la encuesta de satisfacción de proveedores - 2007/2009 .....	63
Figura 12. Distribución de beneficiarios de ayudas a la formación - 2009 .....	74
Figura 13. Distribución geográfica de la Acción Social del Banco Popular - 2009 .....	75
Figura 14. Consumo de agua del Grupo Banco Popular - 2009 .....	86
Figura 15. Reducción del consumo y emisiones del Grupo Banco Popular - 2009 .....	91



[www.bancopopular.es](http://www.bancopopular.es)

Para cualquier duda, sugerencia u opinión acerca del presente informe, puede ponerse en contacto con:

Oficina de Responsabilidad Social Corporativa

C/. Ortega y Gasset, 29 - 28006 Madrid

[rsc@bancopopular.es](mailto:rsc@bancopopular.es)

Tel.: +34 915 207 300

Agradecimientos:

Fotografías capítulo 2: Marta Carreño - Manos Unidas

Fotografías capítulo 6: M<sup>a</sup> Eugenia Díaz - Manos Unidas, Aldeas Infantiles y Fundación Entreculturas

Fotografías capítulo 7: Jimena Roqueño (portada)