

INFORME 2010

Responsabilidad Social Corporativa





BANCO POPULAR

Índice

CARTA DEL PRESIDENTE	4
PERFIL DEL GRUPO BANCO POPULAR	6
1 GRUPO BANCO POPULAR	11
1.1. Visión general	12
1.2. Accionistas	13
1.3. Estructura	14
1.4. Sistemas de cumplimiento y control	15
2 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	19
2.1. RSC en el Grupo Banco Popular	20
2.2. Logros y retos	21
2.3. Posicionamiento ante las iniciativas de RSC	23
3 ORIENTACIÓN AL CLIENTE	25
3.1. Servicios financieros a medida	26
3.2. Diálogo e interacción	28
3.3. Protección y seguridad de operaciones	32
3.4. Financiación responsable	34
3.5. Productos con especial beneficio social	35
4 LAS PERSONAS EN EL GRUPO	43
4.1. Gestión del equipo humano	44
4.2. Comunicación y participación	55
4.3. Seguridad y salud	57
5 RELACIÓN CON PROVEEDORES	61
5.1. Perfil de proveedores y volumen de compras	62
5.2. Gestión de proveedores	62
5.3. Participación en foros empresariales	63
6 COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	65
6.1. Impacto en la economía	66
6.2. Inversión social	69
7 GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL	77
7.1. Proyectos de financiación con componente medioambiental	79
7.2. Iniciativas de organización y funcionamiento interno	79
7.3. Consumo y reducción de materias primas y energía	81
7.4. Gestión de residuos y programas de reciclaje	84
7.5. Emisiones	85
7.6. Participación activa a favor del medio ambiente	87
8 ACERCA DEL INFORME	89
8.1. Alcance del Informe	90
8.2. Principios y orientaciones de RSC	90
8.3. Índice de contenidos GRI	92
8.4. Informe de verificación	102
8.5. GRI - Nivel de calificación	111



CARTA DEL PRESIDENTE

Desde el año 2003 el Banco Popular viene publicando un Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa que recoge aquellos aspectos de su actividad que por su contribución al "crecimiento económico sostenible" y a la "cohesión social" son de especial relevancia para los diversos grupos de interés y de utilidad para la propia reflexión.

El crecimiento del Banco, la profundización en el concepto de responsabilidad social y las muy diversas normas y orientaciones dictadas sobre la materia han supuesto la incorporación sucesiva de nuevas consideraciones. Son notables las diferencias entre aquella primera publicación y el presente Informe. No ha cambiado nuestra forma de entender y ejercer la responsabilidad social pero ha crecido nuestra sensibilidad que se extiende ahora a un mayor número de actuaciones y lo hace con mayor profundidad y concreción. En consecuencia, el presente Informe correspondiente al ejercicio de 2010 es fruto de un análisis más amplio y detallado, pone a disposición de los interesados un mayor volumen de información y su lectura nos abre un amplio número de aspectos en los que deseamos seguir mejorando.

Desde sus orígenes, el comportamiento socialmente responsable está firmemente integrado en la cultura del Banco Popular y en la estrategia que seguimos en nuestro negocio. La cultura empresarial de nuestro Grupo ha defendido siempre que para aportar valor a la sociedad es preciso, en primer lugar y ante todo, desarrollar la actividad bancaria con eficacia, honestidad y diligencia. Por eso, nuestro principal esfuerzo debe centrarse en mantener la fortaleza de las magnitudes financieras, en defender nuestras señas de identidad, en la constante innovación e incorporación de tecnología y en la calidad en el servicio que prestamos a nuestros clientes. El éxito en conseguir estos objetivos ha ido de la mano y quizás ha sido inducido por el compromiso del Banco Popular por avanzar en el respeto a los derechos de las personas, cuidar el medio ambiente y contribuir al desarrollo de la sociedad.

Y así lo hemos hecho en 2010, cumpliendo eficazmente con nuestras prioridades: defender los intereses de nuestros accionistas, responder de manera adecuada a las necesidades de nuestros clientes, favorecer la recuperación económica y garantizar el bienestar de nuestros profesionales y sus familias.

En un ejercicio extremadamente difícil para el negocio bancario, el modelo de banca tradicional del Popular se ha mostrado ganador una vez más y ha sido capaz de generar unos resultados sólidos y de calidad. Las decisiones estratégicas adoptadas con absoluto apego a ese modelo nos han permitido incrementar nuestras ventajas competitivas, responder con precisión a las expectativas del mercado y anticiparnos a los mayores requerimientos regulatorios. De igual modo aseguran nuestro crecimiento rentable y favorecen la sostenibilidad del negocio incluso en las condiciones más adversas.

Los logros alcanzados no han sido sólo de carácter estrictamente financiero. Las páginas de este Informe recogen las actuaciones más destacables del Grupo en la toma de decisiones que afectan a los grupos de interés, la integración de criterios sociales y medioambientales en su gestión y aquellas otras iniciativas que buscan un favorable desarrollo del entorno y de las personas.

Al igual que en el ejercicio anterior, el Informe está disponible en un doble formato: una versión completa, elaborada de acuerdo con los criterios de *Global Reporting Initiative* y sometida a la verificación de auditores externos, y un resumen ejecutivo que permite un rápido acercamiento a las actuaciones más destacables de nuestro desempeño económico, social y medioambiental.

La consecución de estos objetivos no habría sido posible sin un equipo humano excelente, al que felicito por su esfuerzo y compromiso. Deseo transmitir mi especial reconocimiento a la gran labor desarrollada por las mujeres y los hombres de la red comercial. Somos un Banco de clientes que, gracias a la entrega y al talento de estos profesionales, ofrece un servicio cercano y de calidad. Igualmente hago extensivo mi agradecimiento a los miembros del Consejo de Administración y de sus distintas Comisiones por su valiosa colaboración y respaldo, desarrollados en un esquema impecable de Gobierno Corporativo.

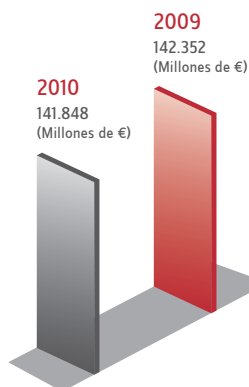
El ejercicio 2011 no será fácil. La debilidad de la recuperación y la incertidumbre de algunas variables económicas aportan un alto grado de complejidad. Pero nos sentimos bien preparados para afrontar los retos. La confianza renovada de nuestros clientes e inversores, nuestro excelente equipo humano y nuestra fortaleza financiera nos confieren evidencias suficientes para seguir creciendo tanto en inversión como en depósitos. Los resultados expuestos en el presente Informe de Responsabilidad Social ilustran nuestra decidida apuesta por ser una empresa que compagine resultados económicos competitivos con un compromiso social real y efectivo.

A handwritten signature in purple ink, consisting of a stylized 'A' followed by 'R' and 'O'.

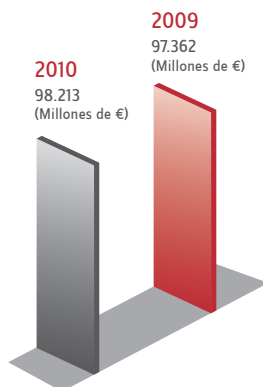
Ángel Ron
Presidente

PRINCIPALES MAGNITUDES

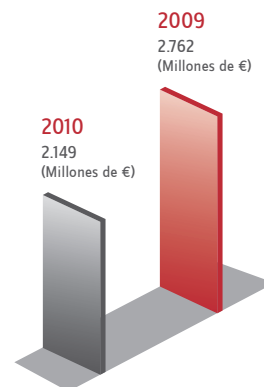
ACTIVOS TOTALES GESTIONADOS



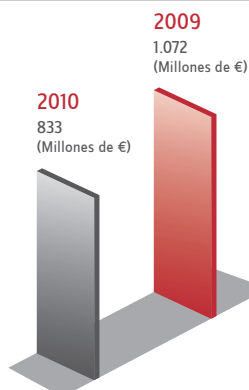
CRÉDITOS A LA CLIENTELA



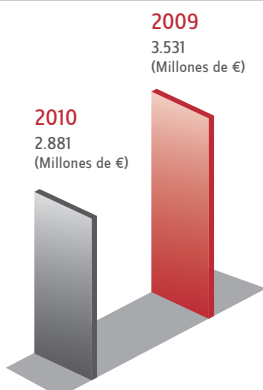
RESULTADO ANTES DE PROVISIONES



RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS

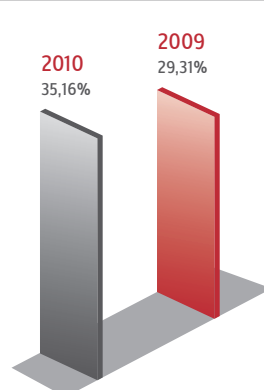


APORTACIÓN AL PIB NACIONAL



Aportación del 0,272% al PIB en 2010

EFICIENCIA OPERATIVA



PRINCIPALES AVANCES DE RSC EN 2010

NUEVOS PROYECTOS

"con tu ayuda". Lanzamiento del portal del "Programa de Voluntariado" que promueve la movilización del espíritu solidario, el tiempo libre y la energía de la red social del Grupo para construir una sociedad mejor a través de la colaboración con el Tercer Sector.

"Somos diversidad". Impulso de la diversidad a través de la integración de personas con discapacidad, el fomento de la multiculturalidad, la igualdad de oportunidades y la relación intergeneracional.

Huella de carbono del Grupo. Se ha calculado la huella de carbono derivada de la actividad en 2009 y primer semestre de 2010. El estudio, realizado con Trucost con el apoyo de Climate Strategy, tiene por objeto medir y reducir el impacto ambiental de las operaciones y la cadena de suministro del Grupo en el futuro.

ACCIONES RELEVANTES

Inclusión en el índice de sostenibilidad FTSE4Good Ibx, integrado por las empresas españolas que mejor aplican las políticas activas de Responsabilidad Social Corporativa. Es uno de los índices de sostenibilidad de referencia para aquellos inversores que desean identificar empresas con prácticas de negocio responsables.

Realización del Informe de Progreso del Global Compact. Informe elaborado anualmente por las entidades firmantes del Pacto Mundial de Naciones Unidas para informar a sus grupos de interés, así como a la sociedad en general, sobre sus avances en los compromisos adquiridos al suscribir los diez Principios del Pacto.

Colaboración con SpainSIF en la promoción de la inversión socialmente responsable. Plataforma de fomento de la integración de criterios ambientales, sociales y de buen gobierno en las políticas de inversión en España mediante el diálogo con los diferentes grupos sociales para contribuir al desarrollo sostenible.

PRINCIPALES PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

- **Banco Popular incluido en el índice FTSE4Good Ibex.** Iniciativa que comprende a las empresas del Índice IBEX 35 de BME y del Índice FTSE Spain All Cap que cumplen los criterios de buena práctica en Responsabilidad Corporativa.
- **Banco Popular empresa firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas.** Su objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades firmantes por medio de la implantación de diez Principios basados en Derechos Humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.
- **“Empresas con más futuro - RSC”.** Banco Popular seleccionado como una de las “Empresas con más Futuro 2010” por sus criterios de Negocio, Gobierno Corporativo, Organización, Innovación, Capital Humano, Medio Ambiente e Impacto en la Comunidad.
- **Distintivo de “Excelencia en Igualdad” del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad.** Concedido por la aplicación de políticas de igualdad de trato y de oportunidades dirigidas a la plantilla.
- **Premios “Madrid Empresa Flexible”.** Accésit en la categoría de “Grandes Empresas” por sus iniciativas a favor de la conciliación de la vida laboral, con la vida personal y familiar de los trabajadores.
- **Premios “Líderes en Excelencia 2010”.** Mejor compañía en 2010 en satisfacción, lealtad y compromiso de clientes en la categoría de “Bancos, Cajas y Cooperativas” en los premios concedidos por la revista *CM-Clienting & Management* y *Stiga*, empresa líder en medición de la calidad de servicio en España.
- **Premio “Garben Formación y Empresa 2009”.** Adjudicado al mejor programa de “Desarrollo de Recursos Humanos en la empresa” por el apoyo al desarrollo de los profesionales del Grupo, contribuyendo al crecimiento de su potencial en las diferentes etapas de su carrera.
- **Premios número 2.000 Cambio16 en economía.** Dentro de los “XXXIV Premios Cambio16” concedidos a “Los mejores de 2009” por “La lealtad a un modelo como fórmula de éxito”.
- **Renovación del sello “Madrid Excelente”.** Sello de calidad que la Comunidad de Madrid otorga a las organizaciones que apuestan por la calidad, la innovación y la excelencia en su gestión y contribuyen al aumento de la competitividad.
- **Premio de Actualidad Económica a las “100 Mejores Ideas”.** El portal de banca móvil para *Iphone* reconocido como uno de los productos y servicios más brillantes.
- **Premios *Capital* “Publicidad 2010”.** Concedido a la campaña publicitaria de la Cuenta Nómina “El Estirón”.
- **Premio “AMPE de plata”.** Otorgado al original de prensa publicado coincidiendo con el nombramiento de Pau Gasol como “Personaje del Año” por el diario *El Mundo*.
- **Popular Banca Privada.** Reconocida como entidad “*highly commended*” (mención de honor) en la categoría de “*Best Private Bank Spain*” de los premios “*Banking Awards 2010*” que otorga la revista *The Banker*.
- ***Project Finance Magazine* “North American Transport Deal of the Year”.** Banco Popular ha sido premiado por la consideración de los aspectos medioambientales en la financiación de la autopista I-595 de ACS en Florida.
- **bancopopular-e obtiene el sello “CeroCO2”.** Promovido por las organizaciones sin ánimo de lucro Fundación Ecología y Desarrollo y Acciónatura, por el cálculo de sus emisiones de CO₂, su compensación y el compromiso de reducirlas.
- **Premio “EUROMONEY” (*Deal of the Year* en la categoría de *Clean Energy*).** Conseguido gracias a la financiación de 2 plantas termosolares de Sener (Proyecto Arcosol y Termesol) en Andalucía (Jerez de la Frontera).



APOYAMOS
EL PACTO MUNDIAL



PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS

GRUPOS DE INTERÉS	TIPOLOGÍA	OBJETIVOS	PRINCIPALES ACTUACIONES
Accionistas e inversores	Accionistas minoritarios	Facilitar la participación de los accionistas en las decisiones relevantes.	- 20 conferencias financieras
	Accionistas institucionales	Garantizar la rapidez de información de los acontecimientos que puedan afectar a la valoración de la acción. Asegurar el buen funcionamiento de los sistemas de cumplimiento y control.	- 100 encuentros con inversores - 70 reuniones con analistas - Informes trimestrales - Boletín para accionistas
Clientes	Particulares	Prestar un servicio próximo y personalizado.	"Plan Cliente": más de 6,5 millones de clientes gestionados.
	Empresas	Apoyar el desarrollo de las PYMEs. Ofrecer productos y servicios adecuados a sus necesidades.	Líneas de financiación preferente para empresas y sectores específicos: - ICO - ICEX - BEI - Ámbito regional: Avalmadrid, FAC, Iberaval, CECALÉ
		Apoyar la expansión internacional.	Colaboración con bancos internacionales de desarrollo: - Banco Asiático - BERD - CFI (Banco Mundial)
	Trabajadores extranjeros	Contribuir a la inserción socioeconómica de colectivos que presentan necesidades específicas.	- MundoCredit - Programa Trabex
	Colectivos con baja bancarización		309 oficinas en ámbitos rurales o con baja densidad de población.
Personas con capacidades diferentes	Servicio de atención telefónica para personas con discapacidad auditiva: Telesor.		
Empleados	En activo	Contribuir a su capacitación mediante la formación y su desarrollo profesional. Atraer y mantener el talento. Conciliar vida laboral y personal.	Plan de Formación y Plan de Ayuda al desarrollo profesional. Sistemas de Evaluación del Desempeño. Plan Concilia. Programa "Somos diversidad". Renovación del Convenio Inserta.
	Prejubilados y jubilados	Beneficiar al colectivo de ex-empleados del Banco con condiciones preferentes vinculadas a la vida en activo. Mantener el vínculo con el Banco de un colectivo de gran trascendencia para la Entidad.	Club Popular
Proveedores	Proveedores residentes Proveedores no residentes	Garantizar la igualdad de oportunidades, la accesibilidad y la transparencia en la gestión de la cadena de suministro. Promover y difundir una actuación responsable con proveedores.	- Código de Conducta - Sistema de homologación - Modelo de gestión de compras

GRUPOS DE INTERÉS	TIPOLOGÍA	OBJETIVOS	PRINCIPALES ACTUACIONES
Sociedad	Entorno socioeconómico español	Generar valor económico así como crear y mantener empleo.	Aportación del 0,272% al PIB español. Apoyo financiero a sectores económicos clave.
	Inmigrantes Personas con capacidades diferentes Colectivos en riesgo de exclusión	Favorecer la integración social y económica de colectivos con necesidades específicas.	14 millones de euros destinados a Inversión Social. Proyectos de integración socioeconómica para inmigrantes. Becas para la formación de alumnos de la Fundación Síndrome de Down, Madrid. Programas de trabajo a favor de la discapacidad con Fundación Adecco y Fundación Konecta. Construcción y rehabilitación de centros sociales y culturales.
	Comunidades en economías emergentes	Apoyar la cooperación al desarrollo en países económicamente deprimidos.	Microcréditos para personas emprendedoras sin recursos. Construcción y equipamientos de centros sanitarios y formativos. Ayudas para la formación y capacitación profesional. Promoción socioeducativa de la mujer.
	Medio ambiente	Preservar el medio ambiente y cuidado del entorno.	- Política Medioambiental - Medición de la huella ecológica - "Cero emisiones" en bancopopular-e - Flota de coches comerciales híbridos
	Tercer Sector	Colaborar con agentes promotores de actividades de desarrollo socioeconómico. Participar en foros y asociaciones vinculadas con el negocio.	- Pacto Mundial - Fundación SERES - Fundación ONCE - Fundación Adecco - Fundación Konecta - Fundación Síndrome de Down - Fundación Príncipe de Asturias - Fundación PLAN España - Fundación de Ayuda contra la Drogadicción - <i>Carbon Disclosure Project</i> - SpainSIF - Asociación Española de Banca - Fundación de Estudios de Economía Aplicada - Asociación Española de Calidad - AENOR - Observatorio de Inverco - ORX (<i>Operational Riskdata Exchange Association</i>) - AERCE - Ateneo de Compras - Proyecto Monnet



01

Grupo Banco Popular

El modelo de banca tradicional del Grupo ha asegurado, a pesar de la difícil situación económica de 2010, ingresos recurrentes, sólidos resultados y, por ello, la sostenibilidad del negocio.

PERFIL CORPORATIVO

Misión	Creación de valor sostenido a largo plazo para los inversores.
Modelo de negocio	Orientado a la banca comercial y minorista y enfocado a la rentabilidad.
Cultura corporativa	Basada en valores como el respeto a las personas, el desarrollo sostenible, la cultura de servicio al cliente y la gestión del talento.

RESULTADOS 2010

Evolución del negocio	Popular mantiene intactas sus fortalezas a pesar del difícil entorno económico. El resultado antes de provisiones es el más alto del sector, crece el crédito a clientes y gana cuota de mercado.
Accionistas	Más de 147.000 accionistas, un 8,5% más que en 2009. Un 67,41% de <i>Free Float</i> .
Resultados económicos	Activos totales gestionados: 141.848 millones de euros. Créditos a la clientela: 98.213 millones de euros. Resultado antes de impuestos: 833 millones de euros.
Ratio de eficiencia	35,16%, la mejor de la banca española y europea.
Estructura	Banco Popular y Crédit Mutuel crean una nueva plataforma bancaria participada al 50%: 123 sucursales y 503 empleados.

1.1. VISIÓN GENERAL

1.1.1. Principales variables financieras

En 2010, Banco Popular ha ampliado su fortaleza financiera en sus tres ejes estratégicos: solvencia, liquidez y negocio. Esto le permite generar crecimiento y rentabilidad, así como afrontar el ejercicio 2011 en una posición privilegiada.

En relación con el negocio, el Grupo ha conseguido crecer tanto en inversión como en depósitos. Así, el crédito bruto a clientes crece el 1%, suponiendo un aumento de la cuota de mercado del Banco de 4 puntos básicos. El resultado antes de provisiones se sitúa en 2.149 millones de euros, por encima, en términos relativos y absolutos, al resultado del resto de los bancos de tamaño medio del país, gracias a la mayor rentabilidad y superior eficiencia del Grupo. Más concretamente, la eficiencia del Grupo se sitúa en el 35,16% y continúa siendo la mejor del sistema financiero español y una de las más destacadas de la banca europea.

Tras efectuar unas provisiones de 1.877 millones de euros, el beneficio neto atribuido del Grupo Banco Popular se sitúa en los 590 millones de euros, frente a los 766 del ejercicio anterior.

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. Centrado en este modelo de banca tradicional, en 2010, el Grupo se ha visto beneficiado por la gestión de márgenes, su eficiencia, la fortaleza de capital y una situación holgada de liquidez. Estas características configuran un modelo de negocio que es garantía de futuro.

En el entorno internacional, el Grupo está presente en Portugal y en Estados Unidos a través de sus filiales Banco Popular Portugal y TotalBank respectivamente. Cuenta además con una amplia presencia en otros países a través de oficinas de representación o personal operativo destacado en bancos colaboradores locales.

1.1.3. Misión, visión y valores

La misión del Grupo es la creación de valor sostenido a largo plazo para sus inversores. 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 criterios éticos como la integridad, transparencia, discreción y responsabilidad. Estos principios hacen posible que el Grupo cuente con la confianza de los clientes, que representan un pilar fundamental del negocio. La cultura corporativa del Grupo y de las personas que trabajan en él se refleja fielmente en siete principios recogidos a continuación en la figura 1.

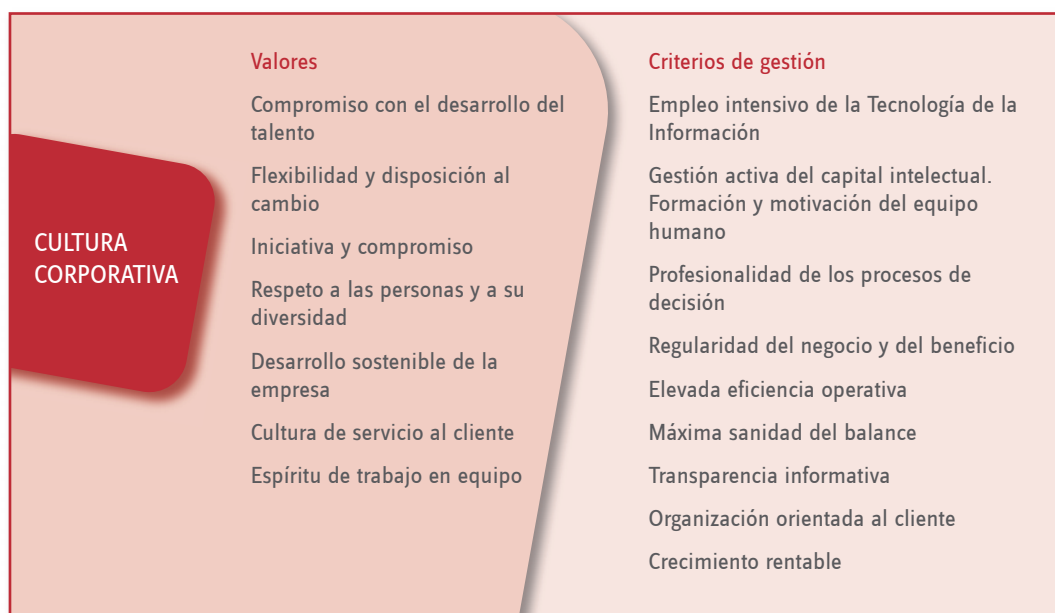
Resultados 2010

Activos totales
gestionados:
141.848 millones
de euros

Créditos
a la clientela:
98.213 millones
de euros

Resultado antes
de impuestos:
833 millones
de euros

FIGURA 1. Cultura corporativa del Grupo Banco Popular

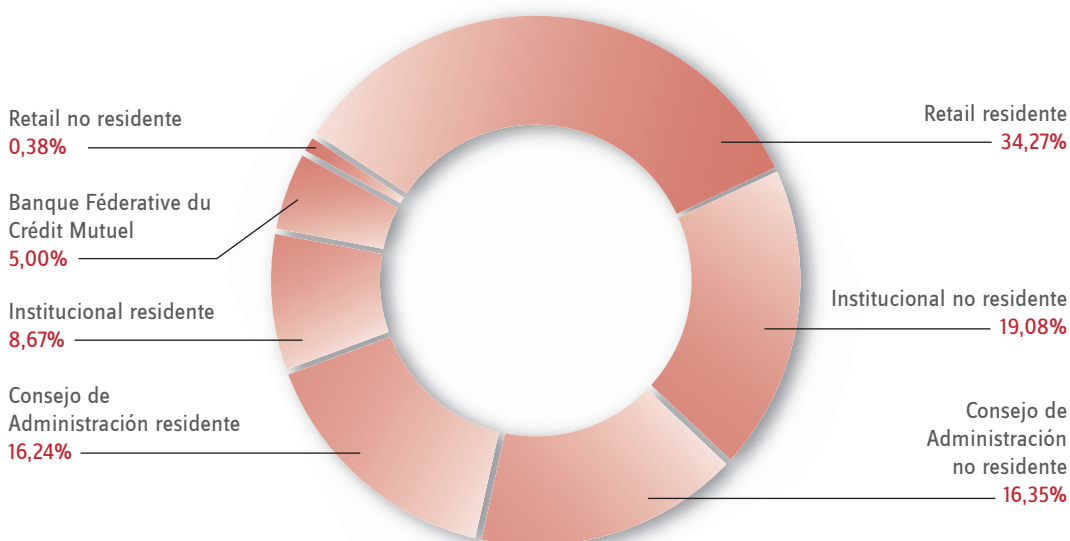


Un modelo de negocio tradicional centrado en la solvencia y eficacia garantiza RESULTADOS SÓLIDOS Y SOSTENIBLES

1.2. ACCIONISTAS

El número de accionistas del Grupo ha crecido un 8,5% respecto al año anterior, alcanzando la cifra de 147.943, frente a los 136.207 accionistas del ejercicio 2009. La composición del accionariado se muestra en el siguiente gráfico.

FIGURA 2. Composición del accionariado de Banco Popular Español - 2010



1.2.1. Accionistas minoritarios

A través de la Oficina del Accionista, el Banco facilita y mantiene mediante un trato personalizado una comunicación constante con los accionistas. Junto a la atención presencial, telefónica y telemática, los accionistas disponen de un apartado específico en la web corporativa en la que se ofrece información relevante sobre el Grupo y donde se puede acceder *on-line* a la retransmisión tanto de los resultados trimestrales como de las Juntas de Accionistas. Como novedad, en el mes de octubre se incorporó una lista de distribución de la Oficina con el fin de que el accionista esté informado puntualmente del pago de dividendos, Juntas de Accionistas, Presentación de Resultados y otros datos relevantes sobre el Grupo y la acción de Banco Popular.

Trimestralmente se edita el *Informe del Accionista*, donde se resume la actividad del Grupo y la evolución de la acción así como un resumen de las noticias más relevantes que se han producido durante el periodo. Este informe también está disponible en la web corporativa.

Durante 2010, las preguntas más frecuentes de los accionistas se han referido a los dividendos, a las ampliaciones de capital del pasado mes de noviembre y a la emisión de obligaciones convertibles. A lo largo del año, desde la Oficina del Accionista se han gestionado más de 1.900 llamadas y cerca de 400 correos electrónicos.

1.2.2. Accionistas institucionales

La Oficina de Relación con Inversores tiene como principal cometido canalizar la relación tanto con los inversores institucionales como con los analistas financieros. Esta relación se centra en su asistencia a conferencias financieras y *road shows*, tanto nacionales como internacionales. En 2010, se ha participado en 20 conferencias y en 100 encuentros con inversores en ciudades españolas, europeas y americanas. Además, se han mantenido más de 70 reuniones con los cerca de 40 analistas que cubren la acción de Popular. Las presentaciones utilizadas para estos encuentros están disponibles en la web corporativa.

8,5%

Nº de accionistas:
147.943
Aumento
del 8,5% respecto
al año 2009

1.3. ESTRUCTURA

El Grupo Banco Popular lo conforman Banco Popular, sus entidades filiales y el conjunto de grupos de interés 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 su estructura. En este sentido y para la elaboración del Informe de RSC, se trabaja a medio plazo en la interacción con los grupos señalados. El canal de comunicación abierto desde la web corporativa a la recepción de sugerencias y consultas de los grupos de interés del Banco es el buzón de correo: rsc@bancopopular.es

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 44% entre 51 y 70, y el 33% restante más de 71 años. Más del 72% son hombres, un 6% son mujeres y un 22% personas jurídicas. Por otra parte, la dirección del negocio corresponde a la Dirección General, encabezada 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 de un banco matriz -Banco Popular Español- y cuatro bancos filiales, dos de los cuales operan en España (bancopopular-e y Popular Banca Privada), uno en Portugal (Banco Popular Portugal) y otro en Estados Unidos (TotalBank).

En 2010, Banco Popular y Crédit Mutuel suscribieron un acuerdo para crear una plataforma bancaria repartida al 50%. La nueva entidad, que recibe unas plusvalías brutas de 376 millones de euros, está fundada sobre la ficha bancaria del Popular Hipotecario, cuenta con 123 sucursales repartidas por toda España y más de 500 empleados. Fruto de este acuerdo, la entidad francesa adquirió un 5% del capital del Banco Popular, convirtiéndose así en su tercer accionista.

Se trata de una alianza estratégica que desarrollará una importante colaboración en aspectos comerciales, tecnológicos y de negocio internacional, en los que Banco Popular y Crédit Mutuel tienen una destacada y complementaria trayectoria. Crédit Mutuel, además, aporta la experiencia y la base de clientes derivada de su presencia en los mercados de Francia y Alemania, importantes socios comerciales de nuestro país.

Con esta operación, Banco Popular sigue apostando por crear valor para sus accionistas, clientes y empleados, situándose en una posición destacada en el proceso de reordenación del sistema financiero español.

Además, el Grupo cuenta con otras sociedades filiales y mantiene participaciones en otras que complementan el negocio financiero. Con bancopopular-e se ha interactuado en cuestiones ambientales desarrollando el proyecto "CeroCO₂" cuyos detalles se describen en el capítulo 7 de esta memoria.

Banco Popular
y Crédit Mutuel
crean una
NUEVA PLATAFORMA
BANCARIA:
- 123 sucursales
- 503 empleados



FIGURA 3. Estructura del Grupo Banco Popular por entidades - 2010



Centros off-shore

Durante los últimos ejercicios, el Grupo ha ido trabajando en la reducción paulatina de todas las actividades que fuese posible en los establecimientos *off-shore*, siendo la actual situación la siguiente:

- 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 que aún no han sido amortizadas; en el primer caso, vencen en 2039, mientras que en el segundo, se trata de participaciones perpetuas.
 - *Popular Español Asia Trade Limited, PEATL*, operativo desde 2001 y con domicilio en Hong Kong, tiene como finalidad la emisión de cartas de crédito en diferentes países de Asia, avisarlas a los bancos de los beneficiarios o negociarlas con los exportadores directamente.
- 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

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, velando 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. De esta obligación se deriva su compromiso por la transparencia en la información al mercado y la ausencia, durante el ejercicio 2010, 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, el Grupo dispone de diversos sistemas internos de cumplimiento y control.

**Sistemas de control
2010: un año más,
renovando el
COMPROMISO
POR LA
TRANSPARENCIA
de la información**

TABLA 1. Principales órganos de gobierno y control – 2010

COMISIONES DEL CONSEJO	
	Principales funciones
Comisión de Auditoría y Control	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Informa en la Junta General de Accionistas sobre los temas de su competencia.
Comisión Delegada de Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> • Decide sobre las operaciones propuestas por la red y evalúa el riesgo global del Grupo, su diversificación sectorial y geográfica, así como su cobertura.
ÓRGANO DE DIRECCIÓN	
	Principales funciones
Comité de Activos y Pasivos	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza y controla los riesgos de mercado y de liquidez. • Evalúa el impacto en el balance y en el margen de intermediación de distintos escenarios de comportamiento en los tipos de interés.
OFICINAS DE GESTIÓN	
	Principales funciones
Cumplimiento Normativo	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica y previene los posibles incumplimientos del ordenamiento jurídico, códigos de conducta y estándares de buenas prácticas. • Centra su actuación especialmente en las actividades de negocio, prevención del blanqueo, comportamiento en los mercados de valores y protección de datos.
Control Operativo	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza el 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	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisa el correcto funcionamiento de los sistemas informáticos. • Vela por la protección de los clientes en el uso diario de los sistemas informáticos por los empleados.
Auditoría Interna	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza las posibles situaciones anómalas internas mediante procedimientos de auditorías <i>in situ</i> o a distancia.
Riesgo Operacional	<ul style="list-style-type: none"> • Establece procedimientos de identificación, evaluación, seguimiento y control del Riesgo Operacional.
ÓRGANOS DE CONTROL Y TRANSPARENCIA	
	Principales funciones
Órgano de Vigilancia del Reglamento Interno de Conducta en el ámbito de los Mercados de Valores	<ul style="list-style-type: none"> • Vela por 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.
Órgano Interno de Control en el ámbito de la Gestión de Activos	<ul style="list-style-type: none"> • Controla y autoriza a la gestora de fondos del Grupo las operaciones que se consideran vinculadas de acuerdo con las normas aplicables. • Supervisa 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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

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 dicha actividad. Además difunde internamente las medidas establecidas contra el blanqueo, entre las que destaca la sección de intranet 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 tanto las obligaciones como los procedimientos dirigidos a prevenir la utilización de las entidades del Grupo y en general del sistema financiero para el blanqueo de capitales.

Por otra parte, el *Portal de Formación* pone a disposición de los empleados la cápsula formativa sobre Prevención del Blanqueo de Capitales, difundiendo los aspectos relevantes sobre la política de admisión de clientes del Grupo y las obligaciones de colaboración y confidencialidad en esta materia. Durante 2010 han recibido formación en esta área 3.160 empleados, de los que un 25% eran administrativos y un 75% eran directivos, suponiendo en conjunto un 25,46% de la plantilla total del Grupo Banco Popular.

Protección de Datos de Carácter Personal y Seguridad de la Información

Para proteger eficientemente la información desde un enfoque preventivo, reactivo y dinámico, el Grupo ha adoptado 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 afectadas, se creó el Comité de Protección de Datos de Carácter Personal.

A través de la intranet, los empleados disponen además 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.

Seguimiento y control del riesgo

Las políticas y procedimientos establecidos por el Grupo para el seguimiento y control del riesgo se recogen con detalle en el *Informe Anual* y el *Informe de Gobierno Corporativo*. 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 2010, el 36,60% del total de sucursales y el 16,42% del total de sociedades han sido auditadas; 814 de un total de 2.224 y 11 de un total de 69 respectivamente.

PREVENCIÓN DEL
BLANQUEO DE
CAPITALES:
3.160 empleados
formados

37%

37% de las
sucursales del
Grupo han sido
auditadas
durante 2010

TABLA 2. Tipología y número de auditorías internas - 2008/2010

		2010	2009	2008
SERVICIOS CENTRALES	Servicios Centrales	37	41	8
	Direcciones Territoriales	1	5	1
	Otros	17	11	50
	TOTAL	55	57	59
SOCIEDADES	Servicios Centrales - Bancos del Grupo	4	4	3
	Sucursales Bancos del Grupo	20	26	27
	Sociedades	11	10	8
	TOTAL	33	40	38
SUCURSALES	Presenciales	794	805	785
	A distancia	-	-	49
	TOTAL	794	805	834
	TOTAL AUDITORÍAS	884	902	931



02

Responsabilidad Social Corporativa

La Responsabilidad Social Corporativa se encuentra integrada en la estrategia de negocio del Grupo y atiende las expectativas de todos sus grupos de interés.

ASPECTOS SIGNIFICATIVOS

Estrategia	La Responsabilidad Social Corporativa es un elemento transversal en el desarrollo de la actividad del Grupo.
Estructura orgánica	La Oficina de RSC, que es el órgano encargado de dirigir la estrategia en esta materia, depende directamente de Presidencia.
Política	La Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses posee la competencia general para su fijación.

INICIATIVAS RELEVANTES

Inclusión en el índice de sostenibilidad FTSE4Good Ibex.
Realización del Informe de Progreso del Pacto Mundial.
Colaboración con SpainSIF en la promoción de la inversión socialmente responsable.

NUEVOS PROYECTOS

"con tu ayuda"	Lanzamiento del portal del "Programa de Voluntariado Corporativo" a la red social de la empresa.
"Somos diversidad"	Impulso a la diversidad a través de la integración de personas con discapacidad, el fomento de la multiculturalidad, la igualdad de oportunidades y la relación intergeneracional.
"Día Solidario de Navidad"	Evento de sensibilización organizado en torno al compromiso social del Banco.

RETO 2011

Lanzamiento del "Plan Estratégico de RSC 2012-2014".
--

2.1. RSC EN EL GRUPO BANCO POPULAR

2.1.1. Estructura de RSC

El Grupo ha construido su cultura empresarial basándose en el desarrollo de su actividad de forma responsable y comprometida con clientes, accionistas, empleados y con la sociedad en general. En este sentido, la RSC se establece como un elemento transversal, que permite potenciar el crecimiento económico y sostenible del negocio.

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

La Oficina de Responsabilidad Social Corporativa, que depende directamente de Presidencia, es el órgano encargado de dirigir la estrategia en la materia, además de atender la creciente demanda de información, proveniente tanto de agentes externos, como de los propios empleados.

2.1.2. Canales de comunicación con grupos de interés

Uno de los aspectos claves de la actuación del Grupo en materia de RSC es la gestión de las necesidades de información de sus grupos de interés. Por ello, en base a las características específicas de cada colectivo, se establecen diversos canales de comunicación para mantenerlos informados sobre aquellos aspectos que son de su interés.

La cultura del Grupo se basa en el ejercicio de su ACTIVIDAD de forma RESPONSABLE Y COMPROMETIDA

FIGURA 4. Comunicación con grupos de interés



DIFUSIÓN DE LA POLÍTICA DE RSC ENTRE LOS EMPLEADOS

Los empleados representan uno de los grupos de interés de mayor trascendencia para el Grupo. Tanto la difusión de información de RSC como los buzones han tenido una significativa acogida. La revista *Más Popular* y el boletín electrónico del



Banco, *Canal Popular*, cuentan con una sección fija dedicada a políticas y actuaciones en materia de RSC.

En 2010 también destaca la elevada participación en iniciativas como la recogida de fondos para la campaña "Por Ser Niñas" de Fundación Plan España, el "Plan de Acogida" de nuevos empleados con formación específica en RSC y el "Día Solidario de Navidad" donde se mostraron las principales iniciativas de acción social a los empleados asistentes. Además, se ha llevado a cabo un concurso fotográfico entre los empleados con el objetivo fundamental de propiciar la difusión del Informe de RSC.

2.2. LOGROS Y RETOS

A continuación se presenta el grado de avance de los retos establecidos para 2010, así como los retos planteados para el año 2011.

2.2.1. Revisión de los retos de 2010

RETOS 2010	AVANCE CONSEGUIDO
Lanzamiento del "Programa de Voluntariado Corporativo 2009-2011".	Se lanzó el portal " <i>con tu ayuda</i> " como vía para facilitar la movilización del espíritu solidario, el tiempo libre y la energía de la red social del Grupo.
Fortalecimiento del posicionamiento del Grupo frente a la discapacidad.	Impulso de la integración de personas con capacidades diferentes mediante programas formativos internos, financiación de becas y desarrollo de iniciativas de voluntariado.
Profundización en el comportamiento sostenible de los proveedores.	El 100% de los nuevos proveedores han sido evaluados según el proceso de homologación interno.
Lanzamiento de un <i>Portal de Innovación</i> interno como continuación al proyecto "Reinventándonos".	Este proyecto ha sido analizado durante el año 2010, estando su publicación prevista para el ejercicio 2011 debido a la mayor envergadura de la nueva propuesta.
Difusión de las iniciativas de RSC entre clientes y accionistas.	Durante este ejercicio se ha actualizado periódicamente la sección de RSC de la web corporativa y los clientes han sido informados de las novedades de RSC a través de los extractos bancarios y el boletín de empresas.
Refuerzo de la calidad del servicio mediante la consolidación del "Plan Cliente".	El "Plan Cliente" finalizó este año la definición de los procesos de calidad y servicio asociados a los niveles de satisfacción demandados.
Aumento de la formación de empleados en materia de RSC.	Se han incorporado nuevos módulos de formación tanto en el "Plan de Acogida" de nuevos empleados como en planes formativos ya en curso.
Continuación del "Plan de Racionalización del Consumo Interno".	Este plan ha supuesto una disminución del consumo interno, especialmente en lo referente a agua y gasóleo.

En 2010 se lanzó el Programa de VOLUNTARIADO CORPORATIVO a través del portal "*con tu ayuda*"



2.2.2. Presentación de los retos de 2011

RETOS 2011
Lanzamiento del "Plan Estratégico de RSC 2012-2014".
Incremento de la oferta de productos con especial beneficio social con el objetivo de favorecer la bancarización de colectivos en riesgo de exclusión.
Desarrollo del proyecto "Somos diversidad" para impulsar la multiculturalidad dentro del Grupo.
Incremento de los contenidos de RSC en la formación de empleados, tanto en los nuevos módulos formativos como en los planes de formación en curso.
Diseño del <i>Portal de Proveedores</i> como canal principal de gestión de compras y de comunicación con las empresas colaboradoras.
"Programa de Voluntariado Corporativo": incrementar las oportunidades de voluntariado promovidas directamente por el Banco.
Sistema de gestión energética: ampliación del plan de control centralizado de la red de sucursales para la reducción del consumo energético.

Somos Diversidad



Igualdad de género
Apoyo a la discapacidad
Distintas generaciones
Diversas nacionalidades



BANCO POPULAR, UNA DE LAS "EMPRESAS CON MÁS FUTURO 2010"

Banco Popular ha sido incluido en la publicación de *CRF Institute* de "Empresas con más futuro 2010", la cual reconoce a las compañías más comprometidas con la RSC.

La metodología del proyecto ha tenido en cuenta siete factores clave:

- Negocio
- Gobierno Corporativo
- Organización
- Innovación
- Capital Humano
- Medio Ambiente
- Impacto en la Comunidad

Con este proyecto se pretende reconocer el trabajo de aquellas empresas que permanecen fieles a sus principios y quieren ser referentes de la sostenibilidad aunando esfuerzos para conseguir que el bienestar de su entorno se traslade también al de la sociedad en general.

**2.3. POSICIONAMIENTO ANTE LAS INICIATIVAS DE RSC**

El Grupo desarrolla su actividad de forma ética y respetuosa con los principios establecidos en la "Declaración Universal de los Derechos Humanos". En este sentido, se 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, se constata que no se han producido operaciones susceptibles de ser consideradas episodios de trabajo forzado o no consentido.

Además, Banco Popular es empresa signataria de los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, iniciativa ética por la que las empresas acogen, como una parte integral de su estrategia y actividad, diez principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. En 2010 el Grupo ha informado sobre el compromiso y los avances logrados en la implantación de los Diez Principios mediante la cumplimentación del Informe de Progreso, disponible en la web corporativa.

Con el fin de contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de Naciones Unidas, se han llevado a cabo diferentes acciones para la erradicación de la pobreza y el hambre, participando en programas de microcréditos en África e Iberoamérica, impulsando la mejora de la salud maternal y la reducción de la mortalidad infantil, colaborando en la construcción y el funcionamiento de hospitales en países emergentes y promoviendo la igualdad entre géneros o la enseñanza universal.

En 2010, el Banco ha consolidado su presencia en SpainSIF, un foro de encuentro que tiene por objeto ser plataforma de desarrollo de la inversión socialmente responsable en España, a través de la participación activa en las Comisiones de Estudios y Promoción de la Inversión Socialmente Responsable.

En este ejercicio el Grupo Banco Popular se ha mantenido como firmante del *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. De manera más específica, el Banco también participa en el *CDP Water Disclosure*, proyecto que tiene por objeto sensibilizar a los inversores institucionales sobre los riesgos y oportunidades de negocio asociados a la escasez de agua.

Por último, cabe mencionar que el Grupo participa en diferentes foros y colabora con otras organizaciones y asociaciones propias de la actividad económica, destacando entre otras:

- Asociación Española de Banca
- Fundación de Estudios de Economía Aplicada
- AERCE (Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos)
- Observatorio de Inverco (Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones)
- Foro Inserta Responsable (Fundación ONCE)
- AENOR
- ORX (*Operational Riskdata Exchange Association*)
- Proyecto "Monnet"

BANCO POPULAR



03

Orientación al cliente

La fórmula del éxito del Grupo se basa en la lealtad a un modelo de negocio en el que prima el servicio al cliente.

PRINCIPIOS BÁSICOS

Modelo de negocio	El cliente es el pilar central de la actividad del Grupo.
Principios de la gestión de clientes	Excelencia en el servicio al cliente, cercanía y eficiencia.
Orientación a PYMEs	De los 342.000 nuevos clientes, 54.000 son PYMEs, un segmento en el que Popular consolidó su posición de liderazgo.

INICIATIVAS RELEVANTES

"Plan Cliente": 6,5 millones de clientes gestionados con sistemas de inteligencia de negocio avanzados.

Refuerzo del posicionamiento ante el sector empresarial: *InfoEmpresas*, factura electrónica, sistema de localización de sucursales integrado con la formalización de operaciones.

Nuevo Modelo de Calidad Comercial.

Nueva oficina dirigida a la gestión de relaciones con la Administración Pública.

Más de 1.324 millones de euros para financiar el crecimiento de las PYMEs españolas.

RETO 2011

Incremento de la oferta de productos con especial beneficio social con el objetivo de favorecer la bancarización de colectivos en riesgo de exclusión.

3.1. SERVICIOS FINANCIEROS A MEDIDA

Durante el ejercicio 2010, el número de clientes ha ido en aumento debido a que la orientación a este colectivo sigue siendo el pilar fundamental de la actividad del Grupo. Consolidar la relación con ellos mediante servicios personalizados ajustados a sus necesidades y capacidad de crédito, son dos aspectos que se consiguen gracias al "Plan Cliente", por el que se utiliza el conocimiento que se tiene del cliente para ofrecerle una propuesta ajustada y de valor diferenciada. Esta metodología comercial, con una marcada orientación relacional, permite al Banco mejorar la calidad del servicio a más de 6,5 millones de clientes en España.

El Grupo está implantando la solución informática *Data Quality* con el fin de incrementar la calidad de la información que maneja y contribuir así al lanzamiento de campañas de negocio más eficaces. De esta manera, el Banco garantiza que ofrece a

cada cliente los productos idóneos en función de su contexto en cada momento. Los beneficios que presenta son: aportar fiabilidad y soporte, ajustarse a la normativa y fundamentar con mayor rigor la toma de decisiones.

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 servicio hasta su comercialización y postventa, el Grupo contempla todos los requisitos normativos y administrativos que redundan en la protección de los clientes.

CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DEL CICLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL GRUPO BANCO POPULAR	
Concepción	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de productos basándose en criterios de diferenciación según la segmentación de clientes y ateniéndose a la normativa aplicable, custodiada por los sistemas de control, gestión y transparencia del Grupo.
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de la comercialización al ciclo vital del cliente, a su perfil financiero y a su capacidad para asumir riesgos. • Campañas sometidas a órganos reguladores externos (CNMV, Banco de España), códigos de conducta (Código Inverco) y principios de gestión propios del Grupo: <ul style="list-style-type: none"> - Protección de los derechos del cliente - Respeto a la ética publicitaria - Utilidad de la publicidad para sus destinatarios
Postventa	<ul style="list-style-type: none"> • Subordinación 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.

Banco Popular elegida
la mejor entidad
financiera por la
SATISFACCIÓN, LEALTAD
y COMPROMISO
con sus clientes

Esta gestión del ciclo de productos y servicios se ha visto recompensada con el incremento de clientes, especialmente en el segmento empresarial. Estos clientes han visto su oferta de servicios mejorada con productos como el boletín mensual de información empresarial *InfoEmpresa* o la facturación electrónica, documento tributario en formato electrónico que, reemplazando al documento físico, conserva su mismo valor legal y mejora determinadas condiciones de seguridad no contempladas en la factura en papel.

Según un estudio de investigación que elabora Stiga de forma independiente, Banco Popular ha sido seleccionada como la mejor entidad financiera por la satisfacción, lealtad y compromiso con sus clientes en 2010. Dicho análisis se realiza tanto desde el punto de vista de la calidad interna como desde la calidad externa, utilizando términos comparativos con los principales competidores financieros del mercado.

Resultan especialmente destacables los resultados alcanzados en el segmento empresas, donde la calificación del Banco Popular supera la media global del estudio en fidelidad y vinculación con los consumidores: primera posición

Premio
LÍDER EN EXCELENCIA
concedido por Stiga en
colaboración con la
revista *Clienting &
Management*



GRUPO BANCO POPULAR

El Premiado por el Premio Clienting & Management 2010 otorgado en el primer trimestre 2011

en porcentaje de clientes leales, con un 70% de clientela que lo considera su principal entidad. Estos resultados han hecho que el Banco sea merecedor del premio "Líder en Excelencia" que concede Stiga en colaboración con la revista *Clienting & Management*.



342.000
NUEVOS CLIENTES
en 2010

En 2010, la red comercial de Banco Popular captó 342.000 nuevos clientes, de los cuales casi 54.000 son PYMEs, un segmento en el que el grupo consolidó su posición de liderazgo en el mercado. En este escenario se establece una media de 1.400 clientes nuevos cada día y refleja la eficiencia de la red comercial y la confianza depositada por los clientes en el Banco.

TABLA 3. Segmentación de clientes del Grupo Banco Popular en España - 2010 (*)

Tipología jurídica	Actividad económica	Tratamiento bancario	Nº de clientes
Personas físicas 6.282.112	Particulares 5.758.927	Banca masiva	4.396.606
		Banca de particulares	1.020.763
		Banca personal	341.227
		Usuarios de servicios no bancarios	331
Personas jurídicas 557.164	Empresas 1.053.749	Autónomos	407.823
		Comercios	89.582
		Microempresas	298.667
		Pequeñas empresas	112.698
		Medianas empresas	26.895
		Grandes empresas	9.445
		Entidades no mercantiles	67.056
		Empresas no segmentadas	41.583

(*) Adicionalmente, hay que considerar 26.600 clientes cuya segmentación está pendiente a 31.12.2010.

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.

TABLA 4. Financiación a partidos, sindicatos, asociaciones afines - 2008-2010

FINANCIACIONES OTORGADAS (datos en miles de euros)	2010		2009		2008	
	Nº operaciones concedidas	Importe	Nº operaciones concedidas	Importe	Nº operaciones concedidas	Importe
Partidos políticos	20	13.455	46	42.309	30	57.618
Sindicatos	105	26.246	180	29.285	140	19.603
Asociaciones afines	7	908	10	754	13	2.488
TOTAL	132	40.609	236	72.348	183	79.709

Hasta el 31 de diciembre de 2010 se realizaron 132 operaciones -exclusivamente para la financiación de campañas electorales y de necesidades de tesorería o de concesión de avales- por un importe total superior a 40 millones de euros.

3.2. DIÁLOGO E INTERACCIÓN

El Grupo considera que la comunicación es la vía 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, por su cercanía y accesibilidad, el principal y más directo canal de comunicación con los clientes. Tras la creación de la plataforma bancaria con Crédit Mutuel, 123 sucursales del Banco han pasado a ser gestionadas por la nueva entidad. Así, a 31 de diciembre, el Banco cuenta con 1.972 sucursales distribuidas en el territorio nacional. Además, el Grupo tiene 237 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 normas de accesibilidad mediante la construcción de accesos adaptados con rampas, plataformas elevadoras y superficies de maniobra para personas con discapacidad. En 2010 se han instalado 6 nuevas rampas, 2 salva-escaleras y 2 adaptaciones de aseos 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.

Eliminación de barreras financieras: bancarización

El Grupo entiende la bancarización como parte de su contribución a la inserción socioeconómica de colectivos con necesidades específicas. En este sentido se mantienen 435 sucursales en poblaciones de menos de 10.000 habitantes, lo que supone aproximadamente un 20% del total de sucursales del Grupo; un 10% 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 309 oficinas en el ámbito rural, lo que supone un 14% del total.

Asimismo, durante 2010 se ha impulsado un nuevo servicio de banca telefónica para personas con problemas de audición, denominado "Telesor", que garantiza la misma funcionalidad que las centralitas telefónicas de voz

SUCURSALES
del Grupo:
- 1.972 en España
- 237 en Portugal
- 15 en EE.UU.

utilizando medios de comunicación basados en texto escrito. Se trata de un servicio de enorme interés para el millón de personas que sufren algún tipo de discapacidad auditiva o del habla.

Por otra parte, el servicio de envío de remesas "Trabex" promueve la bancarización en el país de origen de la población inmigrante. Este servicio establece 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 96,4% de los clientes de "Trabex" envían sus remesas a cuentas corrientes.

3.2.2. Banca Multicanal

El Grupo se ha fijado como objetivo encontrar la mejor manera de relacionarse con los clientes, ofreciendo un trato más cercano adaptado a sus necesidades. Si bien las sucursales son el principal canal de contacto con nuestros clientes, los canales a distancia complementan su servicio y les sirven de apoyo. En este sentido, los clientes 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 2,62 millones de clientes son titulares; un 85% son personas físicas y el 15% restante, personas jurídicas.

Internet

Durante 2010 se ha confirmado la tendencia de crecimiento de la actividad en este canal. El número de clientes activos en Internet a 31 de diciembre de 2010 es de 526.553, lo que significa un incremento del 10,12% con respecto al ejercicio anterior.

En 2010 se ha continuado con el proceso de integración de las distintas webs públicas bajo una misma estructura *www.bancopopular.es*. Se ha renovado la web de Popular Banca Privada, siguiendo la línea corporativa y mejorando tanto el tratamiento como la gestión de contenidos. Así mismo, se han incorporado dentro de la web corporativa los contenidos de las webs *Club Pop* y *Club Senior* logrando con ello la unificación de los contenidos más relevantes de los distintos segmentos de clientes.

La parte transaccional de la Banca por Internet también ha mejorado durante 2010. Además de poner a disposición de los clientes la factura electrónica anteriormente mencionada, se ha incorporado la posibilidad de financiar compras realizadas con tarjetas de crédito y los adeudos domiciliados.



Canal Móvil

Desde que se creó en 2006 la oficina de Banca Móvil el crecimiento en números de clientes y transacciones realizadas ha sido constante. Después de cuatro años utilizan sus servicios cerca de 180.000 clientes y generan 1.000.000 de transacciones de actividad directa al mes.

Durante este ejercicio se han enviado más de 4,4 millones de SMS relativos a las tarjetas de crédito y débito emitidas por el Grupo. El portal móvil cuenta con 31.541 clientes únicos (7.387 de ellos empresas) y 12.168 que registran actividad mensualmente, lo que supone un crecimiento del 170% respecto a 2009. El Banco se convierte así en la tercera entidad financiera española por número de transacciones de banca móvil y de clientes, con cerca de 200.000.

Progresivamente, se ha ampliado hasta 30 el catálogo de servicios bancarios que se pueden utilizar a través del móvil. Esta consolidación se ha producido en tres frentes: servicios SMS, portal móvil y aplicaciones móviles. Por otro lado, la facilidad de uso del Canal Móvil hacen que sea uno de los mejores de la banca española gracias a que todos los servicios incorporados han sido consensuados con clientes y no clientes, mediante entrevistas en grupo.

Además, como novedad de este año se ha puesto a disposición de los clientes un nuevo localizador de sucursales para el móvil. Se trata de una aplicación que permite localizar los cajeros y sucursales más cercanos así como indicar sobre *Google Maps* el itinerario recomendado. El servicio da la posibilidad de mostrar una imagen real de la sucursal o cajero y los alrededores mediante *Google Street View*. De esta forma los clientes disponen de información actualizada de la red de sucursales y cajeros del Grupo, con más de 5.300 referencias correctamente geoposicionadas en todo el territorio español.

Los clientes pueden además comunicarse directamente desde la aplicación con el gestor comercial de la sucursal mediante llamada o un *e-mail* y guardar anotaciones de la gestión realizada o las condiciones del producto ofertado para su posterior cierre cuando sea atendido desde la sucursal.

Por su parte, el servicio de envío de dinero en efectivo a través del móvil denominado *Hal Cash* sigue en activo en 2010. Este sistema permite al ordenante del pago iniciar la transacción con cargo a su cuenta de Banca por Internet,

3ª

3ª entidad financiera española por número de transacciones de banca móvil y de clientes



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*.

Canal Telefónico

A través de este canal, se ha monitorizado la calidad del servicio ofrecido a los clientes, lo que ha permitido identificar puntos de mejora para incrementar la calidad de servicio, la disponibilidad y el rendimiento.

TABLA 5. Resultados de las encuestas telefónicas de calidad - 2010

	INFORMACIÓN GENERAL	BANCA ELECTRÓNICA / TELEFÓNICA	MEDIOS DE PAGO	bancopopular-e
Índice global de calidad de servicio	9,24	9,35	9,37	9,22
Índice global de satisfacción	9,02	9,07	9,11	8,83

Este año se ha realizado una intensa labor formativa dirigida a los Gestores de Empresa, dando a conocer las posibilidades del canal y captando a su vez las necesidades expuestas por la red. Del mismo modo, se ha realizado una sesión formativa con Banca Corporativa para dar solución, a través de la Banca por Internet, a las necesidades de empresas.

BANCO POPULAR SE INTEGRA EN LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD

Desde principios de este año, Banco Popular es miembro de la Asociación Española para la Calidad (AEC). La AEC es el principal foro de debate e intercambio de experiencias orientadas a promover en las empresas una cultura de calidad y desarrollo sostenible.

La Asociación está integrada por más de 4.800 organizaciones, agrupadas en 39 sectores, entre ellos el sector bancario. El Grupo es miembro activo del Comité de Entidades Financieras, donde participan más de 20 entidades asociadas, con el objetivo de conocer las mejores prácticas y últimas tendencias relacionadas con la calidad en el sector.

Esta iniciativa se enmarca dentro del desarrollo del "Modelo de Calidad Comercial del Grupo", orientado a identificar y mejorar la percepción de la satisfacción de las necesidades y las expectativas que tienen los clientes, desde la doble vertiente de la calidad de servicio y la del producto, con el fin último de incidir en su vinculación y rentabilidad.

Nuevo Modelo de Calidad Comercial

Con la convicción de que la calidad es comprobable, se ha iniciado en 2010 un proyecto de medición integral de la calidad. El objetivo principal es identificar la percepción que tienen del Banco las distintas tipologías de clientes que en él confluyen. De esta manera, el proyecto se definió desde un triple enfoque:

- bajo la óptica del no cliente, efectuada para analizar aspectos relativos a la actuación comercial de la red ante potenciales clientes,
- bajo la óptica del cliente, para analizar el nivel de satisfacción del mismo con el servicio recibido en la oficina a la que acude normalmente
- y bajo la óptica del cliente interno, para analizar el servicio que los departamentos centrales prestan a la red comercial.

Este esquema es el que sustenta el nuevo Modelo de Calidad Comercial, definido con el objetivo de desarrollar una cultura de cuantificación de la calidad y satisfacción de los clientes, mediante la definición y recogida de diversas variables. Esta batería de primeros indicadores, así como la sucesiva incorporación de otras variables relacionadas con atributos de calidad, permitirán configurar el mapa de calidad. Se trata, en definitiva, de extender una nueva sensibilidad hacia la calidad en los diferentes ámbitos, mejorando lo mejorable y ofreciendo un nivel de servicio excelente al público que se acerque a nuestras oficinas, preservando así una de las señas de identidad tradicionales del Grupo.

03. ORIENTACIÓN AL CLIENTE

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. La publicidad del Banco observa los principios de protección de los derechos del cliente, respeto a la ética publicitaria y la 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.

Por otro lado 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 tanto a la implantación interna de la Directiva MiFID, como al régimen de supervisión por parte de las instituciones públicas mencionadas bajo el epígrafe de "Sistemas de Cumplimiento y Control" del presente Informe. En concreto, de las 177 campañas publicitarias realizadas en 2010, 84 -un 47,5%- se sometieron a la aprobación por parte del Banco de España y 6 -el 3,4%- 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 2010, 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.



3.3. PROTECCIÓN Y SEGURIDAD DE OPERACIONES

3.3.1. Protección de Datos

El Grupo cuenta con una política para garantizar la protección de los datos de carácter personal y la seguridad de la información transmitida, 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 establecen 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 lo que se refiere a los empleados, se mantiene la advertencia permanente acerca de la importancia del estricto cumplimiento de la Ley.

A lo largo de 2010, el Grupo ha recibido cuatro 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 cuatro resoluciones de archivo de la Agencia Española de Protección de Datos respecto a inspecciones y requerimientos de información.

En el ejercicio 2010, Banco Popular Español fue sancionado por la Agencia Española de Protección de Datos con dos multas con un importe de 60.101,21€ respectivamente, así como bancopopular-e que fue sancionado con otra multa del mismo importe. Estas resoluciones están siendo recurridas en vía contencioso-administrativa ante la Audiencia Nacional.

3.3.2. Seguridad del cliente

El Grupo lleva a cabo diversas medidas de seguridad de tipo interno y de colaboración interbancaria con el objetivo de prevenir el fraude. Entre ellas, la implantación de una nueva herramienta informática que permite cumplir adecuadamente con las obligaciones de detección y comunicación a la CNMV de operaciones sospechosas en los mercados de valores.

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 5 millones de transacciones. Más de 970.000 transferencias y todas las operaciones de *Hal Cash* han sido revisadas por un equipo de analistas, con el resultado que se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 6. Operaciones tratadas contra el fraude - 2010 (*)

FRAUDES DETECTADOS								
	Operaciones		Consumados		Evitados		Recuperados	
	Tratadas	Revisadas	Número	Importe (€)	Número	Importe (€)	Número	Importe (€)
Transferencias	4.941.181	978.129	27	79.192	151	607.230	25	90.652
Hal Cash	3.077	3.077	5	1.250	59	13.650	-	-
TOTAL	4.944.258	981.206	32	80.442	146	620.880	25	90.652

(*) Datos España y Portugal.

El número de operaciones tratadas se ha incrementado en un 32,15% con respecto a 2009. Asimismo, el número de fraudes consumados desciende un 38,46% y en cuanto a importe en un 66%.

La partida más elevada en el fraude soportado durante el ejercicio, corresponde a operaciones con tarjetas de crédito. Con el fin de reducir su incidencia y reforzar las medidas existentes, se ha creado un equipo específico cuyo cometido principal es la detección, análisis y prevención de este tipo de operaciones y, en su caso, la verificación con el cliente de las transacciones dudosas. Desde su creación se han realizado más de 78.500 verificaciones.

Asimismo, cabe señalar que se han detectado un mayor número de incidencias en Portugal, como consecuencia del notable avance en la homogeneización de los procedimientos de control.

Entre las medidas de colaboración interbancaria, el Grupo mantiene su participación en comisiones y grupos de trabajo de prevención del fraude como son:

- El Servicio de Prevención del Fraude (SEPFRA)
- El Centro de Observación del Delito Económico
- La Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF)

Con la inclusión de algunos clientes interesados en esta materia, se ha puesto en marcha el fichero DER (Documentos Extraviados y Robados) que forma parte de un proyecto interbancario encaminado a la prevención del fraude por suplantaciones de personalidad.

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 adecuada medición del grado de satisfacción de los clientes exige evaluar objetivamente la calidad operativa. En este sentido, los indicadores más significativos son los que relacionan el número de quejas o reclamaciones con el número de clientes y con el número de operaciones. Durante 2010 se han producido 7,99 quejas o reclamaciones por cada 10.000 clientes - frente a las 7 del ejercicio anterior - y 2,45 por cada 100.000 operaciones - 2,16 en 2009 -.



4,9

4,9 millones
de operaciones
tratadas
contra el fraude

TABLA 7. Incidencias de Grupo Banco Popular tramitadas a través del Banco de España - 2008/2010

INCIDENCIAS RESUELTAS	2010	2009	2008
A favor del reclamante	97	25	38
A favor del Banco	121	92	44
Sin pronunciamiento	15	10	9
TOTAL	233	127	91

La memoria del Servicio de Reclamaciones del Banco de España del año 2009, publicada en diciembre de 2010, recoge que el 49,2% de las resoluciones emitidas sobre reclamaciones presentadas por los clientes de Banco Popular fueron favorables al Banco y el 11,6% a favor de los clientes. En el conjunto de las entidades bancarias estos porcentajes fueron del 36,7% y del 23,9% respectivamente.

TABLA 8. Incidencias tramitadas a través de la CNMV - 2008/2010

INCIDENCIAS RESUELTAS	2010	2009	2008
A favor del reclamante	22	4	8
A favor del Banco	14	8	12
Sin pronunciamiento	3	0	0
En vía judicial	0	0	1
TOTAL	39	12	21

TABLA 9. Incidencias resueltas por el Servicio de Atención al Cliente - 2008/2010

INCIDENCIAS RESUELTAS	2010	2009	2008
Reclamaciones	5.170	4.232	2.608
Quejas	1.556	1.823	2.033
Consultas	955	975	711
TOTAL	7.681	7.030	5.352

3.4. FINANCIACIÓN RESPONSABLE

El Grupo no ejerce su actividad en países donde los Derechos Humanos sean objeto de especial preocupación por riesgo a su vulneración. No obstante, 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 que tiene en cuenta su observancia a la hora de evaluar sus operaciones. Además, en aquellos casos en que cualquiera de las partes así lo solicite se incluyen cláusulas contractuales específicas al respecto. En este sentido, se mantienen los préstamos sindicados firmados en 2009, en Estados Unidos y España, en los que se hace especial reconocimiento al derecho a la salud de las comunidades donde se desarrollan las actividades objeto de financiación.

Asimismo, el Banco es empresa signataria de los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, ratificando de este modo que la actividad desarrollada se realiza de forma ética y comprometida con el cumplimiento de los Derechos Humanos.

03. ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Fondos de inversión

WAGA MICROFINANCE FUND SCA SICAR. Invierte en instituciones de microfinanzas y similares para dar apoyo a microemprendedores y pequeñas empresas, principalmente, en Iberoamérica y Asia, a través de inversiones en deuda (70% del valor) y en capital o híbridas con puesto en el Consejo de Administración (30%). Tiene un doble objetivo: la obtención de retorno financiero para los inversores y la inclusión financiera de los colectivos más desfavorecidos.

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.

Por otro lado, en el marco de colaboración con Dexia Asset Management, Popular Banca Privada distribuye la SICAV Dexia Sustainable. Con más de 18.000 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 extra-financiero 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.

El valor total de los fondos gestionados por el Grupo asciende a 6.643 millones de euros, de los cuales 4 millones pertenecen al fondo PBP BIOGEN FI, lo que supone un 0,06% del total gestionado, y 15,9 al WAGA MICROFINANCE FUND SCA SICAR, un 0,24 % del total.

Gestión de la morosidad

En 2010 se ha realizado una fuerte inversión en fortalecer los sistemas implantados para la gestión y control de la deuda irregular, mejorando así en eficiencia y resultados. El Grupo dispone de una oficina dedicada a esta función cuyo 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.

Asimismo, desde el momento en que se detectan situaciones de dificultad que puedan dar lugar a impagos, los equipos de especialistas en las Territoriales actúan apoyando al cliente en la anticipación y definición de la solución que mejor se adapte a su situación financiera a través del diseño de un calendario de amortizaciones adecuado.

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 de morosos y, en particular, de los procedimientos judiciales instados en reclamación de sus créditos.

La ratio de morosidad en 2010 ha sido del 5,27% para la actividad en España. La tasa de cobertura con garantía de la morosidad es del 95,7%.

La actividad del Grupo se desarrolla de forma ética y comprometida con el cumplimiento de los DERECHOS HUMANOS

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 10. Líneas de negocio desglosadas por productos con especial beneficio social - 2010

BANCA COMERCIAL					
Área	Nombre del producto/servicio	Descripción	Beneficiarios	Valor monetario	% respecto al total del área
Financiaciones preferentes	Convenios ICO	Líneas de financiación preferente para PYMEs y sectores específicos.	PYMEs y trabajadores autónomos	1.324.022.965 €	0,93%
	Programa de Créditos a la Excelencia Académica	Financiación de estudios bajo condiciones especiales.	Estudiantes	1.738.103 €	0,001%
Particulares extranjeros	MundoCredit	Servicios financieros adecuados a las necesidades específicas del colectivo de inmigrantes.	Personas físicas o personas jurídicas	61.633 clientes	1%
	Programa Trabex			434.202 clientes	6,91%
Medios de pago	Visa Misiones Salesianas	Tarjetas de crédito Affinity: un porcentaje de su consumo se destina a una ONG.	Personas físicas o personas jurídicas	17.143.536 €	0,12%
	Visa Domund				
	Visa Aldeas Infantiles				
	Visa Mensajeros de la Paz				
GESTIÓN DE ACTIVOS					
Área	Nombre del producto/servicio	Descripción	Beneficiarios	Valor monetario	% respecto al total del área
Fondos de inversión	PBP BIOGEN, FI	Fondo de inversión de carácter solidario.	Personas físicas o personas jurídicas	4.000.777 €	0,06%
	WAGA MICROFINANCE FUND SCA SICAR	Fondo de inversión en microfinanzas que favorece la inclusión en el sistema bancario de colectivos desfavorecidos.	Instituciones de microfinanzas y similares	15.987.000 €	0,24%
Planes de pensiones	Plan de Pensiones de Empleo para PYMEs	Plan de pensiones específico para PYMEs.	PYMEs	40.678.000 €	1,26%
ACTIVIDAD ASEGURADORA					
Área	Nombre del producto/servicio	Descripción	Beneficiarios	Valor monetario	% respecto al total del área
Seguros	Eurorriesgo Plus	Seguro de vida con cobertura adicional gratuita.	Personas físicas	18.931.000 €	5,18%
	Protección de Pagos	Seguro que garantiza el pago de un préstamo en caso de desempleo o incapacidad temporal.	Personas físicas	3.348.359 €	0,92%
	Plan de Ahorro Juvenil	Ahorro a medio o largo plazo para futuras necesidades del menor de edad.	Personas físicas	24.381.000 €	6,7%

3.5.1. Financiaciones preferentes

Convenios ICO

Las líneas ICO están destinadas a conceder financiación a las empresas y autónomos para llevar a cabo sus proyectos de inversión destinados al desarrollo de su actividad, así como a dotar de liquidez a empresas que están en una situación transitoria de restricción de la misma.

Como novedad, durante el año 2010 el ICO estableció una nueva línea para financiar inversiones en aquellos sectores que se consideran sostenibles, por contribuir al medio ambiente y a una mejora en la eficiencia de sus sistemas productivos.

El Grupo renueva su COLABORACIÓN CON EL ICO para mejorar la competitividad de la PYME

TABLA 11. Convenios ICO suscritos por Grupo Banco Popular y destino de los fondos - 2010

Convenio	Destino de los fondos	Número de Operaciones	Importe
Inversión nacional	Autónomos y empresas	13.131	768.686.324
Liquidez PYME tramos I al V	Dotar de liquidez a PYMEs y autónomos	8.596	398.695.659
Plan Avanza (TIC, jóvenes/universitarios y ciudadanía digital)	Incremento de Tecnologías de la Información	2.656	26.262.616
Internacionalización tramo I y II	Inversiones españolas en el exterior	63	21.413.884
Plan Vive autobuses tramos I al IV	Renovación autobuses con antigüedad de más de 10 años	222	28.071.279
Moratoria hipotecaria	Ayuda al pago de préstamos hipotecarios	63	199.830
Emprendedores	Empresas de reciente creación	171	6.436.009
ICEX - APRENDIENDO A EXPORTAR	Salida al exterior de la empresa española	14	998.700
Economía sostenible	Inversiones en sectores que favorecen la sostenibilidad	142	31.162.937
Futur-E	Inversiones en el sector de la hostelería	157	26.875.791
Astilleros	Inversiones en el sector de astilleros	1	10.000.000
Mejora de la competitividad de los sectores manufactureros tramos I y II	Inversiones en los sectores manufactureros	15	1.790.354
ICAA producción	Inversiones en la producción de proyectos cinematográficos	1	325.000
Vivienda	Refinanciación de promociones inmobiliarias en aquellas viviendas terminadas que son destinadas al alquiler	3	3.104.582
TOTAL		25.235	1.324.022.965

En total se han desarrollado 31 convenios pertenecientes a 23 líneas del ICO, realizándose 25.235 operaciones por un importe de más de 1.324 millones de euros.

Financiaciones para PYMEs

Banco Popular es una de las entidades financieras más orientadas a la prestación de servicios para PYMEs. Durante el 2010 ha atraído a 53.822 PYMEs y autónomos y se han nombrado 150 nuevos gestores de empresas para ofrecerles

ACUERDOS ICO
23 líneas de financiación
25.235 operaciones
1.324.022.967 €

un servicio cercano y de calidad. Asimismo, se ha incrementado el número de gestores en Centros de Empresa hasta los 60 especialistas, con cobertura en todo el territorio nacional.

Por otro lado, cabe destacar la participación del Grupo en eventos y conferencias relacionados con la pequeña y mediana empresa. Un ejemplo de ello es la feria "Expopyme", en la que el Grupo prestó su apoyo a los emprendedores, seleccionando para su financiación diferentes proyectos empresariales en expansión.

Líneas de financiación preferente

El Grupo dispone de varias líneas de financiación preferente para PYMEs a través de la firma de acuerdos de colaboración con diferentes entidades. A continuación se detallan las principales:

- Con el Banco Europeo de Inversiones (BEI) se ha firmado un convenio de colaboración mediante el cual, el Grupo, con aportación de fondos BEI, pondrá a disposición de las PYMEs y autónomos madrileños 120 millones de euros para financiar proyectos de inversión y circulante.
- Con el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) se ha firmado un convenio por el cual se financiarán con hasta 300 millones de euros a las empresas españolas que lo soliciten a través de los programas ICEX, siendo preferente la línea ICO-ICEX, con el fin de impulsar el crecimiento internacional de las PYMEs españolas.
- Con la Federación Asturiana de Comercio (FAC) se ha renovado el acuerdo por el que el Banco mejora las condiciones financieras de los comerciantes, a través del acceso a créditos en condiciones favorables y de la tarjeta "Asturtiendas", que permite a los usuarios financiar sus compras hasta 6 meses sin intereses.
- Con la Confederación de Organizaciones Empresariales de Castilla y León (CECALE), el pasado mes de junio, se firmó un convenio para habilitar una línea de crédito a las empresas de la región por 50 millones de euros. Con este acuerdo se pretende mejorar la capacidad productiva, la eficiencia y el crecimiento del tejido empresarial de Castilla y León.
- Con Iberaval se ha firmado un acuerdo por el que se ofrece una línea de crédito de 15 millones de euros a PYMEs y autónomos clientes de Iberaval en Castilla y León, Madrid y La Rioja. El convenio determina diferentes posibilidades de financiación, entre la que destaca la concesión de préstamos y avales para inversiones y circulante hasta un tope de 600.000 euros.
- Con Avalmadrid se ha establecido una línea abierta de financiación en condiciones preferentes, tanto en coste como en plazo, para las PYMEs y autónomos madrileños. A través de la misma, los clientes del Banco pueden disponer de líneas financieras bonificadas a un coste de prácticamente cero para promover la inversión productiva. También podrán acceder al "Plan Impulsa PYME" para financiar el circulante, así como a los avales técnicos para participar en concursos públicos de la Administración.
- Con la Confederación Empresarial de Madrid - Cámara de Comercio e Industria de Madrid (CEIM-COCIM) se concluyó este programa de apoyo empresarial a la PYME madrileña al cubrirse la totalidad del importe establecido.
- Con el Institut Català de Finances y el Instituto de Finanzas de Castilla-La Mancha se han formalizado 311 operaciones por un importe de 22.652.177,93 € y 4 operaciones por importe de 1.037.142,61 €, respectivamente. Ambas líneas tienen por objeto financiar proyectos de inversión en sus correspondientes Comunidades Autónomas.

Acuerdo con
ICEX:
más de 300 millones
de euros para impulsar
el crecimiento de las
PYMEs españolas

En 2010 Banco Popular
CONSOLIDA
SU LIDERAZGO
en el sector de PYMEs



03. ORIENTACIÓN AL CLIENTE

En Portugal, en octubre de 2009, se lanzó la *Linha de Crédito* BEI-Banco Popular para PYMEs dotada con 50 millones de euros, quedando plenamente utilizada en 2010 con un total de 1.882 operaciones y representando un importe de financiaciones globales de más de 91 millones de euros en los proyectos apoyados. Además, Banco Popular Portugal ha mantenido su participación 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 1.658 operaciones por un importe total de más de 96 millones de euros directamente en estas líneas.

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 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.



**LÍNEAS ICO 2010
PARA AUTÓNOMOS
Y EMPRESAS.**

No dejes que tu negocio se pare.




Plan Estatal de Vivienda

Sigue vigente el acuerdo firmado en 2009 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 2010, se habían realizado 187 operaciones por un importe de 25.148.442,31 euros.

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 y 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, el 70% de los empleados que componen la plantilla de MundoCredit son extranjeros, pertenecientes a 11 nacionalidades.

El número de clientes de MundoCredit, a 31 de diciembre de 2010, ha alcanzado la cifra de 61.633, lo que supone un incremento del 3,30% respecto al año anterior. A 31 de diciembre de 2010, el total de negocio era de 114,8 millones de euros; 63,7 millones de inversión total en balance y 56,0 millones de total de fondos gestionados. En este mismo ejercicio, el crecimiento de los fondos gestionados ha superado los 6 millones de euros y la inversión se ha incrementado en casi 5 millones de euros.

Programa Trabex

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

El Programa Trabex se sustenta en las siguientes iniciativas:

- **Servicio de envío de transferencias a los respectivos países de origen.** Permite el envío de dinero en condiciones preferentes, de modo rápido y seguro. Durante 2010 se ha firmado un acuerdo con el Banque de Développement de Mali, que se une a los ya existentes en Iberoamérica, Magreb, Asia, África y Europa del Este. En 2010 se han realizado más de 70.000 pagos Trabex por valor de 50 millones de euros.
- **Campañas comerciales.** Durante 2010 se han desarrollado campañas destinadas a clientes de nacionalidad china, filipina, ecuatoriana, dominicana y colombiana, con el objeto de ampliar los volúmenes de negocio de estos colectivos y contribuir al proceso de bancarización e integración del colectivo de trabajadores extranjeros en España.
- **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, Rumanía y Marruecos. Durante 2010 se han firmado nuevos acuerdos con Bancolombia y Bancosol para adquisición de vivienda en Bolivia.
- **Seguro de repatriación.** Gratuito durante el primer año para nuevos clientes, aporta además amplias coberturas en caso de fallecimiento en España.

Al cierre del ejercicio 2010, el Grupo cuenta con 434.202 de clientes extranjeros que generan un volumen de negocio anual de 1.476 millones de euros.



3%

114,8 millones de euros cifra de negocios de MundoCredit, con un 3% más de clientes



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 2010 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. Colectivos

El Grupo dispone de productos y servicios específicos para colectivos homogéneos, como son las asociaciones de autónomos o los profesionales liberales, con el objetivo de satisfacer las necesidades financieras de grupos de actividad afin. 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 los profesionales autónomos.

Al cierre del 2010, se han firmado 130 acuerdos con particulares y 21 empresas. A estos acuerdos hay que añadir los que las Direcciones Regionales aplican a los empleados de las empresas clientes del Grupo.

3.5.4. Club Pop y Club Senior

Club Pop

Los clientes jóvenes son una apuesta de futuro para el Grupo. Por ello se creó "Club Pop", un programa dirigido a jóvenes entre 18 y 28 años que ofrece a sus miembros ventajas financieras preferentes, así como descuentos en viajes, estudios, motor, etc. Con el objetivo de mantenerles informados de las ventajas del Club, el Grupo ha creado en la web corporativa la sección "Jóvenes", se mantiene como canal alternativo de comunicación el extracto de la tarjeta Club Pop y se pone a disposición de este colectivo un teléfono de atención específico.

Club Senior

El "Club Senior" es un programa exclusivo dirigido a clientes con pensión domiciliada cuya edad sea superior a 50 años. Este Club ofrece múltiples ventajas financieras y servicios diseñados para mejorar su calidad de vida. Sus miembros pueden beneficiarse, por ejemplo, del anticipo de su pensión a tipo de interés cero o de la exención de comisiones en cuenta/tarjeta, además de tener acceso a descuentos en los sectores de ocio, salud y viajes, entre otros.

Durante 2010 se ha creado en la web corporativa la sección "Club Senior" en la cual se resumen todas las ventajas financieras y no financieras de este Club, acercando así las nuevas tecnologías a los mayores. Adicionalmente, cada mes se les informa en el extracto de Visa Club Senior de los nuevos acuerdos para este Club y disponen de un teléfono exclusivo para la gestión de sus dudas.

150

Más de 150
acuerdos que
benefician a
distintos colectivos
de particulares



04

Las personas en el Grupo

El Grupo impulsa el talento y la innovación de su equipo de profesionales, quienes constituyen la columna vertebral de la organización.

ASPECTOS SIGNIFICATIVOS

Misión	Atraer a personas con potencial y contribuir a su desarrollo mediante la formación y la experiencia del trabajo en equipo.
Principios de gestión	La gestión de las personas se rige por criterios de profesionalidad e independencia, atendiendo a los méritos y capacidades y con el máximo respeto a la no discriminación y a la igualdad de oportunidades.
Desarrollo y retención del talento	<ul style="list-style-type: none"> • Política de retribución vinculada al Sistema de Evaluación del Desempeño. • Promoción sustentada en criterios de profesionalidad, mérito y capacidad. • Plan de formación alineado con el negocio y con las expectativas de los empleados. • Conciliación de la vida personal y laboral: "Plan Concilia" y otros beneficios sociales.

INICIATIVAS RELEVANTES

Nuevo "Plan de Acogida" para orientar al empleado sobre la organización, las líneas de negocio del Grupo y las posibilidades de desarrollo profesional.

Programa "Impulsando Talento": plan de formación y desarrollo a medida que incluye la rotación del nuevo empleado por diferentes áreas del Banco para ofrecerle una visión global del negocio y la capacitación necesaria para asumir responsabilidades.

Programa "Concilia": 11.045 medidas de conciliación atendidas desde 2005.

RETOS 2011

Impulso del proyecto "Somos diversidad" como palanca de desarrollo de la multiculturalidad dentro del Grupo: igualdad de género, apoyo a la discapacidad, distintas generaciones, diversas nacionalidades.

Incremento de contenidos de RSC en la formación de empleados, tanto en los nuevos módulos formativos como en los planes de formación en curso.

4.1. GESTIÓN DEL EQUIPO HUMANO

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 integran el Grupo aprenden trabajando, asumiendo rápidamente responsabilidades, adquiriendo un elevado grado de autonomía en su trabajo diario y comprometiéndose con los retos, proyectos y consecución de resultados.

La gestión de Recursos Humanos integra las siguientes funciones en un clima de mutua confianza y comunicación abierta.

FIGURA 5. Funciones del Área de Recursos Humanos

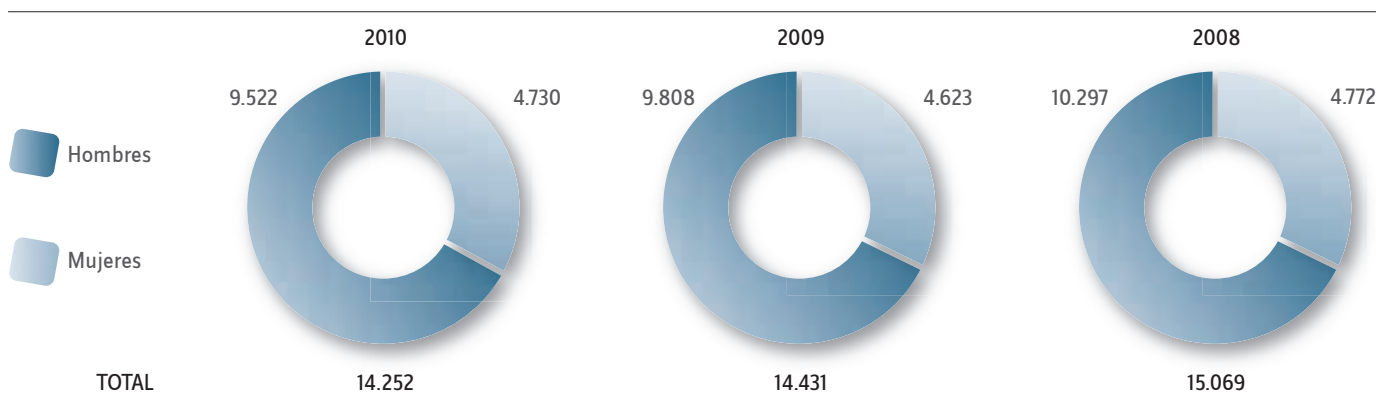


La igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres constituye un principio fundamental e irrenunciable cuya aplicación se refleja en todas las políticas y actuaciones del Grupo. Con el objetivo de avanzar más decididamente en este tema, en 2008 se acordó entre la Dirección y el 100% de la representación sindical suscribir el "Plan de Igualdad", que contempla la creación de una Comisión de Igualdad encargada de velar por su cumplimiento y evaluar su desarrollo.

En esta línea, Banco Popular ha sido reconocido con el sello Excelencia en Igualdad, certificado que el Ministerio de Sanidad y Política Social otorga a aquellas empresas que destacan en la aplicación de políticas de igualdad de trato y oportunidades. De las 600 empresas que se presentaron para obtener este distintivo, sólo 36 han sido las seleccionadas tras superar los criterios de selección establecidos por el Ministerio.

Sello
EXCELENCIA EN
IGUALDAD
del Ministerio de
Sanidad y Política Social
por la aplicación de
políticas de igualdad

FIGURA 6. Distribución de empleados del Grupo Banco Popular por sexo - 2008/2010



En 2010, el Grupo alcanzó la cifra de 14.503 empleados, 72 más con respecto a 2009 en el que la plantilla estaba formada por 14.431 personas. La nueva plataforma bancaria creada por Banco Popular y Crédit Mutuel cuenta con 503 empleados, siendo el 50% de los mismos, es decir 251 personas, pertenecientes al Banco Popular Español. Por tanto, el dato final de empleados del Grupo a 31 de diciembre de 2010 es de 14.252.

TABLA 12. Ratio salario mujer/hombre - 2010

Colectivo	Salario Mujer vs. Hombre	Años de antigüedad en la categoría en la empresa	
		Mujer	Hombre
Directores	87, %	2,27	4,22
Técnicos	80,98%	2,49	5,19
Administrativos	78,92%	3,22	10,08

Incrementos salariales
en 2010
SUPERIORES A LA MEDIA
del sector financiero

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

En 2010, se ha participado en un análisis realizado por PeopleMatters sobre los incrementos salariales de 84 empresas, de las que 54% son cotizadas y el 19% pertenecen además al Ibex 35. El estudio comparativo tiene en cuenta los incrementos producidos por mejoras en el desempeño de los empleados, sin tener en cuenta las promociones o los ascensos. Los resultados del estudio muestran que las revisiones ordinarias llevadas a cabo por el Grupo en 2010 se encuentran por encima de los incrementos salariales medios del sector financiero.

4.1.1. Selección y contratación

La Oficina de Selección se rige por criterios de profesionalidad e independencia y ejerce sus funciones atendiendo a los méritos y capacidades de los candidatos y con el máximo respeto a la no discriminación y a la igualdad de oportunidades. En este sentido, el Grupo no ha sido objeto, durante el ejercicio 2010, de ningún incidente que haya supuesto un episodio de discriminación hacia ningún empleado, cliente o cualquier persona afectada por las actividades del Grupo.

La diversidad es un valor clave en la gestión de los recursos humanos del Grupo, por ello, se ha desarrollado la iniciativa "Somos Diversidad" que, integrada en el *Portal del Empleado*, persigue dar a conocer el compromiso adquirido con la integración de la diversidad como elemento que convierte los valores, capacidades y diferencias de cada empleado en el principal activo del Banco. En esta línea, se han definido cuatro objetivos, sustentados en los siguientes ámbitos de actuación:

- **Igualdad de género:** garantizar la igualdad de oportunidades en la incorporación, desarrollo, crecimiento y conciliación de hombres y mujeres.
- **Apoyo a la discapacidad:** integrar actitudes sociales que favorezcan la incorporación de personas con discapacidad en la empresa.
- **Distintas generaciones:** procurar el desarrollo de las personas con alto potencial en la organización en línea con la cultura corporativa del Grupo, mediante la formación y la experiencia del trabajo en equipo.
- **Diversas nacionalidades:** favorecer la integración de personas de distintas nacionalidades como motor de desarrollo.

Asimismo, el Banco es una de las empresas firmantes del "Charter de la Diversidad", iniciativa europea que fomenta el compromiso de las organizaciones 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.

Las ofertas de trabajo susceptibles de cobertura externa se publican a través de portales de empleo y bolsas de trabajo de universidades y escuelas de negocio (ICADE, Universidad de Navarra, IEB, CUNEF o AFI). Al amparo de estos acuerdos se ofrecen igualmente prácticas remuneradas a estudiantes, que en 2010 han sido 18 personas.

Además, la web corporativa cuenta desde este ejercicio con un *site* específico en esta materia entre cuyas utilidades destacan la posibilidad de inscribirse en áreas específicas de interés, modificar y actualizar el currículum y darse de alta en ofertas de empleo/prácticas que mejor se ajusten al perfil del candidato. También este año se ha iniciado la colaboración con *disJob.com*, una página de búsqueda de empleo para personas con discapacidad.

El programa "Impulsando Talento" es una iniciativa dirigida a recién licenciados o candidatos con posgrado en escuelas de prestigio sin experiencia profesional que, por sus características, disponen del talento necesario para desarrollar con éxito su carrera en el Grupo.

Es un programa exclusivo y diferenciador que ofrece, dentro del marco de un contrato de trabajo indefinido y un sistema de compensación especial, un plan de formación y desarrollo a medida que incluye la rotación por diferentes áreas del Banco para ofrecer al nuevo empleado una visión global del negocio y la capacitación necesaria para asumir responsabilidades dentro de un área especializada.



Los participantes contarán a lo largo del programa con el doble acompañamiento de un tutor y un mentor que facilitarán su proceso de aprendizaje, desarrollo e integración y que complementarán la gestión llevada a cabo por cada responsable de área.

4,5

En 2010 se ha contratado 4,5 veces más que en 2009

FIGURA 7. Procesos de selección y resultados de contratación - 2009/2010



FIGURA 8. Distribución de empleados del Grupo por zona geográfica - 2008/2010

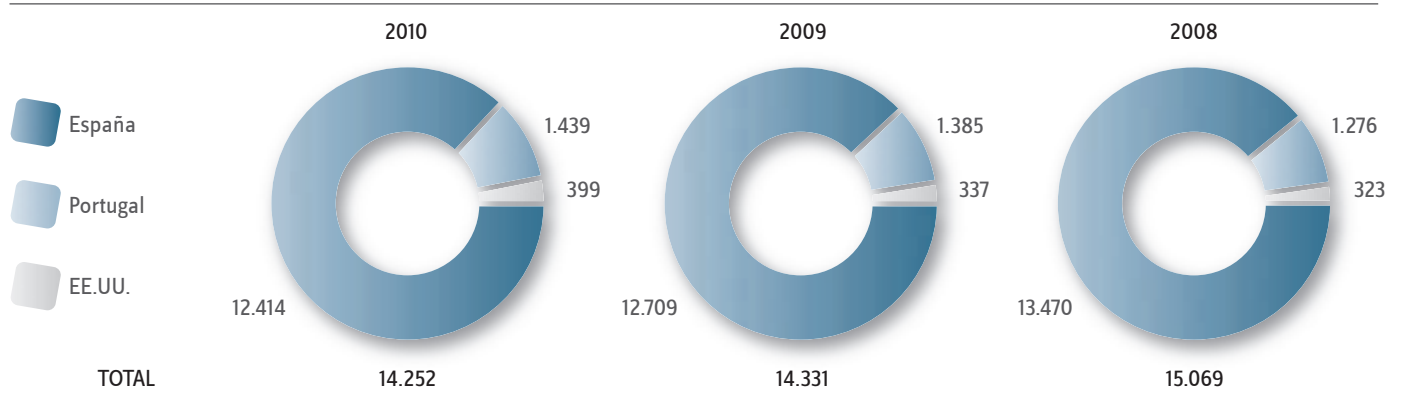


TABLA 13. Distribución de empleados de las entidades financieras del Grupo Banco Popular en España por grupos de edad, sexo y región - 2010

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Menos de 30 años		De 30 a 50 años		Más de 50 años		TOTAL
	H	M	H	M	H	M	
ANDALUCÍA	132	175	710	405	660	48	2.130
ARAGÓN	4	10	47	55	33	1	150
ASTURIAS	9	10	63	50	51	-	183
BALEARES	8	26	130	91	100	16	371
CANARIAS	11	25	97	88	47	3	271
CANTABRIA	2	3	21	15	16	1	58
CASTILLA-LEÓN	57	72	362	142	271	6	910
CASTILLA-LA MANCHA	21	30	91	35	70	1	248
CATALUÑA	68	123	337	248	586	31	1.393
CEUTA	1	1	3	1	2	-	8
EXTREMADURA	10	10	56	22	24	1	123
GALICIA	24	35	369	173	242	9	852
LA RIOJA	5	10	20	16	24	1	76
MADRID	188	253	1.101	789	811	103	3.245
MELILLA	-	-	3	-	6	-	9
MURCIA	11	17	76	68	87	4	263
NAVARRA	16	24	73	57	101	1	272
PAÍS VASCO	11	24	122	98	141	10	406
VALENCIA	32	80	312	256	283	12	975
TOTAL	610	928	3.993	2.609	3.555	248	11.943
	1.538		6.602		3.803		

TABLA 14. Índice de rotación de los empleados de las entidades financieras del Grupo Banco Popular en España por grupos de edad, sexo y región - 2010

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Menos de 30 años		De 30 a 50 años		Más de 50 años		TOTAL
	H	M	H	M	H	M	
ANDALUCÍA	1,65	0,61	1	0,25	0,71	-	0,75
ARAGÓN	-	-	2,17	4,84	-	-	2,55
ASTURIAS	-	-	1,79	3,13	-	-	1,08
BALEARES	4,76	3,23	-	-	-	-	0,26
CANARIAS	3,57	4,76	0,50	1,12	-	-	0,70
CANTABRIA	-	-	5	2,94	-	-	1,82
CASTILLA-LEÓN	-	1,67	0,81	0,68	0,70	-	0,76
CASTILLA-LA MANCHA	-	-	2,11	2,38	-	-	1,14
CATALUÑA	-	-	1,79	1,98	0,65	-	1,08
CEUTA	-	-	-	-	-	-	-
EXTREMADURA	-	-	-	4	-	-	0,86
GALICIA	4,76	-	0,53	-	1,59	-	0,89
LA RIOJA	-	-	3,85	-	-	-	1,25
MADRID	2,31	3,06	0,93	1,05	0,94	0,95	1,15
MELILLA	-	-	-	-	-	-	-
MURCIA	9,09	-	-	-	-	-	0,36
NAVARRA	-	-	-	-	1,87	-	0,78
PAÍS VASCO	11,11	-	-	-	-	-	0,24
VALENCIA	-	-	0,34	0,78	0,66	-	0,51
TOTAL	1,60	1,28	0,90	0,88	0,72	0,39	0,88
	1,41		0,89		0,70		

El índice de rotación media de la plantilla del Grupo Banco Popular en España durante el ejercicio 2010 y respecto del personal con contrato indefinido es del 0,88%, frente al 1,20% en 2009.



0,88
%

Menor índice de rotación de plantilla que en 2009: 0,88%

TABLA 15. Distribución de empleados de las entidades financieras del Grupo Banco Popular por tipo de contrato y empresa de contratación - 2008/2010

	2010			2009			2008		
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total
Banco Popular Español	10.994	195	11.189	11.613	-	11.627	11.968	180	12.148
bancopopular-e	93	-	93	97	-	97	108	1	109
Popular Banca Privada	156	2	158	167	-	167	183	2	185
Banco Popular Hipotecario - Crédit Mutuel *	493	10	503	12	-	12	12	-	12
Banco Popular Portugal	1.229	114	1.343	1.156	127	1.283	1.075	201	1.276
TotalBank	398	1	399	335	2	337	323	-	323
TOTAL	13.363	322	13.685	13.380	143	13.523	13.669	384	14.053

(*) En 2010 Banco Popular Hipotecario ha pasado a ser la nueva plataforma bancaria Banco Popular/Crédit Mutuel.

TABLA 16. Distribución de empleados de las entidades financieras del Grupo Banco Popular por colectivos y empresa de contratación - 2008/2010

	2010				2009				2008			
	Técnico	Admvo.	Servicios Generales	Total	Técnico	Admvo.	Servicios Generales	Total	Técnico	Admvo.	Servicios Generales	Total
Banco Popular Español	8.561	2.603	25	11.189	8.627	2.973	27	11.627	8.578	3.544	26	12.148
bancopopular-e	74	19	-	93	72	25	-	97	76	33	-	109
Popular Banca Privada	142	15	1	158	146	20	1	167	158	26	1	185
Banco Popular Hipotecario - Crédit Mutuel *	360	143	-	503	8	4	-	12	8	4	-	12
Banco Popular Portugal	983	360	-	1.343	930	353	-	1.283	890	386	-	1.276
TotalBank	179	220	-	399	148	189	-	337	144	179	-	323
TOTAL	10.299	3.360	26	13.685	9.931	3.564	28	13.523	9.854	4.172	27	14.053

Durante 2010, se han llevado a cabo diferentes iniciativas para la contratación directa de personas con discapacidad. Entre ellas, destaca el "Convenio Inserta" y la publicación en las bolsas de empleo de *disjob* y Fundosa. Fruto de la colaboración con esta última, se han ofertado un total de 40 puestos, lo que ha permitido contactar con más de 50 personas de este colectivo, de las cuales 12 han participado en los procesos de selección y 7 han sido contratadas por el Grupo.

Un año más, el Grupo ha participado en calidad de entidad promotora en la "IV Feria de Empleo para Personas con Discapacidad" de la Comunidad de Madrid, lo que ha permitido contactar con más de 400 personas y gestionar un total de 180 currículos.

Acciones concretas a favor de la INTEGRACIÓN de personas con CAPACIDADES DIFERENTES

4.1.2. Formación

La preparación y el desarrollo de los profesionales es una pieza clave para hacer frente a los retos de negocio. Por ello, la misión del Departamento de Formación y Desarrollo es el diseño, puesta en práctica y seguimiento de un modelo de aprendizaje y mejora profesional continua para los empleados del Grupo, con las siguientes orientaciones estratégicas:

- El modelo de negocio y la cultura corporativa, como ejes y fundamento de los valores y criterios de actuación del área.
- La adaptación al entorno, a las necesidades y estrategias del negocio según la coyuntura actual y las previsiones futuras.
- La política del área de Recursos Humanos, fundamentalmente en el ámbito de gestión de personas.

Las principales áreas de actuación del Departamento son las siguientes:

- 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.



La actividad formativa en 2010 se ha caracterizado por una especial atención a la adecuación de los programas a las necesidades del negocio. Se ha optado por la formación presencial, si bien se han dado pasos importantes en la elaboración de recursos *e-learning* que sirven de apoyo y de canal de consulta permanente.

En este sentido, se ha impartido una media de 8,5 horas/técnico y 8,4 horas/administrativo de formación presencial, mientras que en formación a distancia y *on-line* las cifras ascienden a 28,2 horas/técnico y 20,7 horas/administrativo.

Se han invertido 2,28 millones de euros en formación, posibilitando que durante 2010 el 55% de la plantilla haya realizado alguna acción formativa, con una media de 20,01 horas por empleado. El total de horas impartidas tanto presenciales como *on-line* ha sido de 139.411.

La subvención recibida en este ejercicio de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo, entidad perteneciente al Sector Público Estatal, ha sido de 1.227.795 euros, frente a los 1.173.851 euros del año anterior.

FORMACIÓN:
- 2,28 millones de euros
en formación
- 139.411 horas totales
- 20,01 horas por
empleado

TABLA 17. Datos de formación del Grupo Banco Popular - 2008/2010

		2010 (*)	2009	2008
Horas presenciales		95.716	229.896	501.589
SEXO	Hombres	59.411	135.639	331.049
	Mujeres	36.305	94.257	170.540
CATEGORÍA	Técnicos	76.940	185.525	416.319
	Administrativos	11.813	108.959	85.270
Horas a distancia		43.695	313.153	129.300
SEXO	Hombres	21.428	195.023	54.306
	Mujeres	22.155	118.130	74.994
CATEGORÍA	Técnicos	32.077	215.520	16.809
	Administrativos	7.808	97.633	112.491
Inversión en formación (euros)		2.289.909	3.433.522	7.615.556
% Plantilla en formación		55	91	96

(*) La metodología de cálculo utilizada en 2010 tiene en cuenta únicamente las acciones presenciales y los cursos *on-line*, no incluyendo en el cómputo las acciones relacionadas con los recursos auto-formativos del *Portal de Formación*.

ESCUELA DE RIESGOS - "PROGRAMA DE ANALISTAS DE RIESGOS".

La coyuntura económico-financiera actual así como los cambios normativos (Basilea II y Basilea III), contables (NIC y Nuevo Plan General Contable), operativos y comerciales, tienen un impacto directo en la gestión del riesgo de las entidades financieras. Debido a ello y teniendo en cuenta que se trata de un elemento clave del negocio, se ha puesto en marcha esta escuela con los siguientes objetivos:



- Profundizar en los conocimientos técnicos necesarios para el análisis.
- Homogeneizar criterios y niveles formativos.
- Facilitar la actualización permanente de conocimientos.
- Crear un marco de comunicación de "mejores prácticas" en inversiones.
- Mejorar la gestión comercial derivada de la inversión.
- Anticipar los requerimientos normativos.
- Atender las necesidades de promoción futuras.

El programa contempla ocho módulos presenciales, hasta cubrir un total de 137 horas, 112 de ellas presenciales y 25 de formación *on-line*. Cuenta con la colaboración de la Universidad Pompeu Fabra, la cual emitirá una certificación final oficial de "Experto en análisis y gestión de riesgos", equivalente a un título de posgrado.

Acciones formativas destacadas

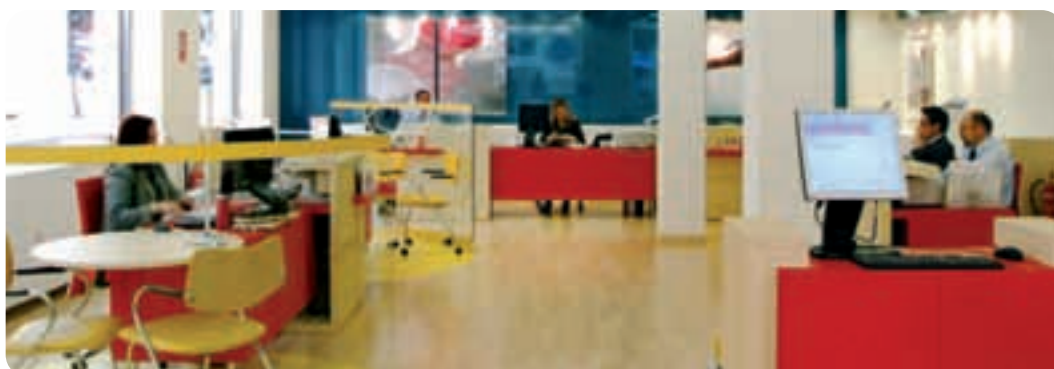
- “Prevención de Blanqueo de capitales y financiación del terrorismo” y “Criterios de detección y comunicación de operaciones sospechosas”. Formación en políticas y procedimientos de anticorrupción de la organización. Se han realizado 176 sesiones con un total de 3.160 asistentes. En cuanto a recursos formativos on-line relacionados con dichas materias, 288 usuarios han hecho uso de los mismos.
- Formación sobre políticas y procedimientos relacionados con aspectos de los Derechos Humanos. Se han desarrollado acciones formativas para 235 personas, alcanzando un total de 1.376 horas.
- Formación en Derechos Humanos del personal de seguridad de los edificios del Grupo. El 100% del personal de seguridad tiene formación en aquellos aspectos de los Derechos Humanos que resultan de especial interés en el desempeño de sus labores.
- X promoción del “Programa de Desarrollo de Directivos”. En 2010 ha comenzado la décima promoción de este programa formativo destinado a los directivos de trayectoria consolidada y de claro potencial dentro del Grupo. El programa se estructura en una parte presencial de nivel executive y un MBA asociado de titulación universitaria.

4.1.3. Promoción

Los criterios sobre los que se sustenta la promoción son meramente de carácter profesional y se basan en el mérito y capacidad mostrado por el empleado. La gran mayoría de los directivos son empleados que han desarrollado su carrera profesional dentro del Grupo y que, por méritos propios, y como consecuencia de la formación continuada y la experiencia del trabajo en equipo, han ascendido en su carrera profesional. Todos los altos directivos que operan en España son de origen local. A 31 de diciembre de 2010, el Banco contaba con un total de 9 directores generales, 4 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 y en el caso de TotalBank, español.

TABLA 18. Distribución de ascensos del Grupo Banco Popular- 2008/2010

		Empleados		Ascensos	
		Número	%	Número	%
2010	Hombres	8.158	68,31	818	56,73
	Mujeres	3.785	31,69	624	43,27
	TOTAL	11.943	100	1.442	100
2009	Hombres	8.257	69,37	552	53,38
	Mujeres	3.646	30,63	482	46,62
	TOTAL	11.903	100	1.034	100
2008	Hombres	8.694	69,81	1.058	58,71
	Mujeres	3.760	30,19	744	41,29
	TOTAL	12.454	100	1.802	100



4.1.4. Remuneración

Los salarios base de los empleados para cada una de las categorías profesionales están regulados por el Convenio Colectivo, siendo 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 1.881,44 euros brutos mensuales; 1.248,14 euros más elevado que el salario mínimo interprofesional (633,30 euros mensuales).

Política retributiva

La política retributiva está alineada con la estrategia de negocio y tiene como objetivo retribuir mejor a cada empleado, de forma más equitativa y competitiva.

El 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

<p>RETRIBUCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retribución fija • Retribución variable • Complemento de movilidad geográfica 	<p>DESARROLLO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación • Reconocimiento, movilidad, oportunidades de desarrollo
<p>BENEFICIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beneficios sociales • Planes de pensiones, seguros de vida, bonificación en préstamos 	<p>ENTORNO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autonomía, responsabilidad, liderazgo, comunicación, conciliación, RSC...

Sistema de Evaluación del Desempeño

El sistema de Evaluación del Desempeño por 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 misma. Dicha evaluación servirá de referente para adecuar el comportamiento del empleado con lo que se espera de él y constituye una herramienta de comunicación interna en la organización, así como una palanca para la gestión del cambio.

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 2010 han sido evaluadas 6.473 personas, el 55,5% de la plantilla del Grupo en España.

55,5%
Evaluación de Desempeño de 6.473 personas, el 55,5% de la plantilla

4.1.5. Beneficios sociales

La *Guía de Beneficios Sociales* recoge las medidas de carácter económico y social que el Grupo pone a disposición de los empleados y de sus familias. 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, entre otros.

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

Los empleados del Grupo en España y Portugal tienen acceso a 30 medidas de conciliación que tienen por finalidad facilitar la conciliación de su vida personal y laboral. La solicitud se dirige a la Oficina de Compensación y Beneficios a través del *Portal del Empleado*; debido a la automatización del proceso la concesión es, en la mayoría de los casos, inmediata.

Desde 2005 se han gestionado más de 11.045 peticiones, habiéndose tramitado en este ejercicio 3.058 peticiones cuya inversión ha supuesto 2.852.808 €. Las medidas más solicitadas han sido las siguientes:

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

"Plan Concilia" en 2010:
gestión de más de 3.058
peticiones,
INVERSIÓN
de 2.852.808 €

FIGURA 10. Principales medidas de conciliación recogidas en el "Plan Concilia"

• Ampliación del disfrute del período vacaciones	• Flexibilidad horaria hijos menores 6 años
• Anticipo para adopciones	• Formación en materia de igualdad
• Ayuda especial empleados/as con discapacidad	• Horario continuado por hijos hasta los 3 años
• Ayuda familiar para situaciones especiales	• Horario especial en el último mes embarazo
• Cheques guardería	• Licencia no retribuida adopción extranjero
• Días adicionales por cesárea	• Licencia retribuida madres trillizos o hijos con discapacidad
• Días de libranza por fidelidad y vinculación	• Reducción jornada por cuidado a familiares
• Excedencia formativa	• Semanas adicionales retribuidas
• Excedencia para el cuidado de familiares	• Sustitución hora lactancia por licencia
• Excedencia para el cuidado de hijo menor de 3 años	• Cobertura bajas maternales
• Excedencia solidaria	• Complemento maternidad/paternidad
• Flexibilidad durante la 1ª semana curso escolar	

04. LAS PERSONAS EN EL GRUPO

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 2010.

La existencia de planes de pensiones de empleo en Banco Popular Español, Popular Hipotecario/Crédit Mutuel 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 2010, cada una de estas comisiones se ha reunido en cuatro ocasiones para tratar los asuntos más relevantes de cada uno de los planes.

Europopular Integral es el fondo en el que se encuentran integrados los planes de pensiones de empleo existentes en el Grupo. Al cierre de 2010 contaba con un patrimonio aproximado de 785 millones de euros, 13.412 partícipes y 1.527 beneficiarios.

4.2. COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

4.2.1. Comunicación interna

La actuación del Área de Recursos Humanos 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.

El responsable de Gestión de Personas de cada zona está a disposición de los empleados para la atención de las necesidades de la plantilla. En esta línea, el equipo de Gestión de Personas ha realizado en este ejercicio 7.639 entrevistas individuales, un 53,59% de la plantilla en el Grupo.

Intranet

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 organización.

El Portal del Empleado

Es un canal esencial para la comunicación con los empleados y sus familias. Está dividido en dos áreas: "Personal" y "Club". El área "Personal" 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 se difunden actividades que realiza el Grupo en este campo, publica artículos y proporciona consejos en materia medioambiental. Esta sección se ha ampliado en 2010 con la incorporación del apartado "*Somos diversidad*", constituyéndose en un espacio dinámico de sensibilización y colaboración con los empleados en materia de RSC.

La revista *Más Popular*

La revista corporativa se hace llegar a toda la plantilla del Grupo en España, Portugal y Estados Unidos con una periodicidad trimestral. Editada en papel y disponible en versión digital desde 2009, *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.



04. LAS PERSONAS EN EL GRUPO

El boletín electrónico *Canal Popular*

Boletín informativo que se distribuye a través de correo electrónico a los empleados en España y que proporciona información de interés sobre la organización. Este boletín se divide en cuatro secciones: “Actual”, “Negocio”, “Personas” y “RSC”. Además incluye un buzón de sugerencias específico y un apartado denominado “Agenda”, que está destinado a publicar citas importantes para los empleados.

El Buzón del Empleado y el Buzón de Sugerencias

Estos canales de comunicación permiten a los empleados transmitir sus inquietudes así como resolver sus dudas. Las consultas gestionadas a través del 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.

Durante 2010, se han recibido 192 sugerencias en el Buzón del Empleado, 352 en 2009. Respecto al Buzón de Sugerencias, se recibieron 575 consultas frente a las 680 del año anterior.

Los Blogs de innovación

Se trata de 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.

Club del Popular

Es un espacio en Internet dirigido a un colectivo de más de 6.000 personas formado por los empleados jubilados y prejubilados del Grupo. Este canal de comunicación incluye igualmente una sección específica de RSC cuyo cometido es informativo y participativo.

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 -99,76%- , a excepción de la Alta Dirección, 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.

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. 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.

En el mes de diciembre tuvo lugar el proceso electoral para la renovación por un nuevo período de cuatro años de los representantes de los trabajadores. Como resultado del mismo, fueron elegidos de forma directa 489 representantes sindicales. Es destacable resaltar el alto grado de participación registrado, con un dato del 76% del total de los empleados. El reparto por sindicatos ha sido el siguiente: CC.OO. (44%), UGT (27%), SEGRUPO (12%), CGT (9,5%), AMYC (2%), LAB (2%), FITC (2%), ELA (1%) y CIG (0,5%).

La Oficina de Relaciones Sindicales

La Dirección del Grupo mantiene contacto continuo y permanente con la representación sindical que se canaliza a través de la Oficina de Relaciones Sindicales, mesa permanente de información, negociación y contacto en ambas direcciones.

Los representantes sindicales pueden plantear cualquier aspecto de índole laboral o relacionado con la evolución del Grupo a través de esta oficina. Se fomenta así un diálogo abierto que permite informar a tiempo y gestionar adecuadamente las posibles diferencias. Cualquier modificación de las condiciones de trabajo de carácter colectivo que tuviera la consideración de sustancial, debería ir precedida de un período de consultas con los representantes

ALTA PARTICIPACIÓN
en la elección
de representantes
SINDICALES:
76% de los empleados

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.

Con motivo de la alianza estratégica entre Banco Popular Español, S.A. y Crédit Mutuel CIC, para el desarrollo de una nueva plataforma bancaria en España, a partir del mes de junio de 2010, se inició un proceso de conversaciones con todos los sindicatos de Banco Popular que culminaron con la firma de un acuerdo suscrito por el 97% del total de la representación sindical. El acuerdo recoge las condiciones y garantías laborales de los empleados que han pasado a formar parte de la nueva Entidad. Es destacable el alto grado de consenso con el que se ha alcanzado el acuerdo y la valoración positiva expresada en el mismo por ambas partes respecto al proceso de participación y diálogo mantenido para su consecución.

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. El 96,71% de la plantilla del Grupo se encuentra representada por estos comités.

4.3. SEGURIDAD Y SALUD

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.

El "Plan de Prevención 2007-2011" tiene como objeto integrar todas las actuaciones relativas a la prevención de riesgos laborales dentro de un marco definido por la política preventiva del Grupo. Esta política fue aprobada en la Dirección General de julio 2009, completándose con la creación de un *Manual de Gestión de la Prevención*, que incluye procedimientos de trabajo e instrucciones operativas en prevención de riesgos laborales.

Por otro lado, TotalBank ofrece a los empleados un programa integral de beneficios que se compone de seguros de Salud, Dental, Vida e Incapacidad. Como parte de su esfuerzo por mejorar la salud y promover la prevención de enfermedades, ofrece un programa de vacunación preventiva de la gripe, sin coste alguno. Adicionalmente, reembolsa el pago incurrido por las empleadas en la realización de mamografías, coincidiendo con la campaña nacional de sensibilización de la prevención del cáncer de mama.

4.3.1. Evaluaciones de riesgos

Durante el ejercicio 2010, se han efectuado 407 evaluaciones de riesgo, frente a las 253 del año anterior. 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.

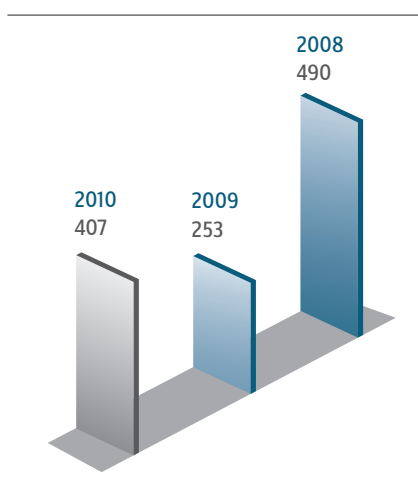
4.3.2. Emergencias

Para que los empleados se habitúen a utilizar las salidas de emergencia y aprendan a mantener una conducta que, en caso de ser necesario, les permita la evacuación ordenada y rápida de sus centros de trabajo, se han realizado simulacros en edificios del Grupo.

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, 1.533 empleados han recibido esta formación.

FIGURA 11. Evaluaciones de riesgos realizadas en el Grupo Banco Popular - 2008/2010



Periódicamente, se imparten cursos de actualización para los miembros del equipo de emergencia en los edificios del Grupo (351 empleados), así como cursos específicos en materia de primeros auxilios (264 empleados). La formación en riesgos laborales se completa desde 2009 mediante una cápsula on-line incluida en Formanova.

4.3.4. Vigilancia de la salud y accidentalidad laboral

El Grupo lleva a cabo diferentes actuaciones dirigidas a la vigilancia de la salud y la prevención de la accidentalidad laboral. En 2010, Banco Popular firmó la adhesión a la *Carta Europea de la Seguridad Vial*, una plataforma integrada por más de 1.700 instituciones, empresas, asociaciones y autoridades públicas de toda Europa, que tiene por objeto disminuir la siniestralidad en las carreteras europeas. Asimismo, se ha llevado a cabo una jornada de sensibilización sobre conducción eficiente y seguridad vial que ha tenido por objeto trasladar los beneficios de la eco-conducción, tanto para la seguridad del conductor como para el medio ambiente.

PREVENCIÓN DE ACCIDENTES LABORALES VIALES

En 2010, se ha puesto a disposición de los empleados una cápsula formativa relativa a la "Prevención de accidentes laborales viales", que ha sido seguida por 844 alumnos.

Su objetivo es sensibilizar y orientar en la prevención de la accidentalidad laboral vial, además de abordar un problema de gran trascendencia, tanto a nivel profesional como personal: el accidente de tráfico.

A través de esta metodología se proporciona un amplio repertorio de conocimientos de carácter práctico que permitirán abordar con mayor seguridad el fenómeno de la conducción. Se pretende, por tanto, potenciar las habilidades de cada uno de los empleados de cara a su seguridad y a la de las personas que les rodean.



TABLA 19. Reconocimientos médicos realizados en el Grupo Banco Popular - 2008/2010

	2010	2009	2008
Iniciales	358	109	693
Periódicos	7.665	6.620	8.331
TOTAL	8.023	6.727	9.024

El Servicio de Prevención tramita las peticiones de material ergonómico por parte de los empleados. Este año se han atendido 559 solicitudes.

TABLA 20. Accidentes en el Grupo Banco Popular - 2008/2010

	2010	2009	2008
Sin Baja	148	160	110
Con Baja	99	109	118
TOTAL	247	269	228

TABLA 21. Jornadas perdidas debido a accidentes de trabajo en el Grupo Banco Popular - 2008/2010

	2010		2009		2008	
	Jornadas perdidas	Nº accidentes	Jornadas perdidas	Nº accidentes	Jornadas perdidas	Nº accidentes
Centro	664	35	628	27	969	38
Desplazamiento	202	13	614	14	409	16
<i>In itinere</i>	1.697	51	1.758	68	1.296	64
TOTAL	2.563	99	3.000	109	2.674	118

4.3.5. Absentismo por enfermedad común y otras situaciones

Durante 2010 hubo un total de 582 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 22. Volumen y tipología de absentismo del Grupo Banco Popular - 2008/2010

TIPOLOGÍA DEL ABSENTISMO	2010	2009	2008
Bajas totales	3.076	3.591	3.446
Nuevas bajas	2.766	3.321	3.150
Altas	2.792	3.347	3.169
Jornadas totales perdidas	114.493	108.563	122.243
Bajas superiores a un mes	952	907	1.014
Incidencia ¹	22,28	24,41	23,07
Índice de absentismo ²	36,87	38,74	34,53
Gravedad ³	9,22	7,98	8,95
Duración media ⁴	28,97	32,90	35,55
% de bajas de larga duración	30,95	25,26	29,43

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

² Jornadas trabajadas por cada jornada de trabajo perdida.

³ Jornadas perdidas por cada baja.

⁴ Jornadas perdidas por enfermedad para cada alta.

Según el criterio establecido por el GRI (*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 3,06% de horas perdidas por cada hora trabajada. Adicionalmente, los índices de accidentes de trabajo y días perdidos son el 0,07% y el 4,44% respectivamente.

TABLA 23. Comparativa del número de bajas del Grupo Banco Popular - 2009/2010

NÚMERO DE BAJAS			ALTAS			JORNADAS		
2010	2009	%	2010	2009	%	2010	2009	%
3.076	3.591	(14,34)	2.792	3.347	(16,58)	114.493	108.563	5,46



05

Relación con proveedores

El Grupo mantiene el compromiso de promover y difundir una actuación responsable en la cadena de suministro, en línea con lo manifestado en su Código de Conducta de Proveedores.

ASPECTOS SIGNIFICATIVOS	
Modelo de gestión de compras	Garantiza la igualdad de oportunidades, la accesibilidad y la transparencia en la gestión de la cadena de suministro.
Código de Conducta de Proveedores	Define los criterios de selección y actuación que el Grupo aplica de acuerdo con su cultura corporativa, así como una definición de los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.
Sistema de homologación	La Ficha de Evaluación analiza la actuación de los proveedores desde el punto de vista económico, social y medioambiental.

DATOS RELEVANTES	
Volumen de Compras	297 millones de euros gestionados desde la Oficina de Compras.
Perfil de los proveedores	6.477 son proveedores locales con domicilio fiscal en España y 65 no residentes.
Volumen de facturación correspondiente a proveedores locales	292,6 millones de euros, que suponen el 98,5% de la facturación total.

RETO 2011
Desarrollo del <i>Portal de Proveedores</i> en Internet como principal canal de gestión de compras y de comunicación con las empresas colaboradoras.

5.1. PERFIL DE PROVEEDORES Y VOLUMEN DE COMPRAS

En 2010, 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 297 millones de euros; 4,4 millones corresponden a proveedores no residentes y 292,6 millones a proveedores locales, entendiendo por éstos los que tienen su domicilio fiscal en España. Así, la práctica totalidad de los proveedores contratados son de origen local y les corresponde el 98,5% del importe total destinado a compras. El número de proveedores nacionales ha ascendido a 6.477, más de la mitad de los cuales se concentra en las provincias de Madrid, Barcelona, Palma de Mallorca, Sevilla y Alicante.

Hay 65 proveedores no residentes, aproximadamente un 1% del total. El 85,5% de su facturación se concentra en 10 empresas y supone 3,7 millones de euros destinados principalmente a compras de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones.

Los pagos efectuados a los 10 primeros proveedores locales, atendiendo al volumen de facturación, alcanzaron durante 2010 la cifra de 84,3 millones de euros, un 28,7% de los 292,6 millones abonados a la totalidad de los proveedores residentes.

99%

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

5.2. GESTIÓN DE PROVEEDORES

5.2.1 Código de Conducta y Ficha de Evaluación

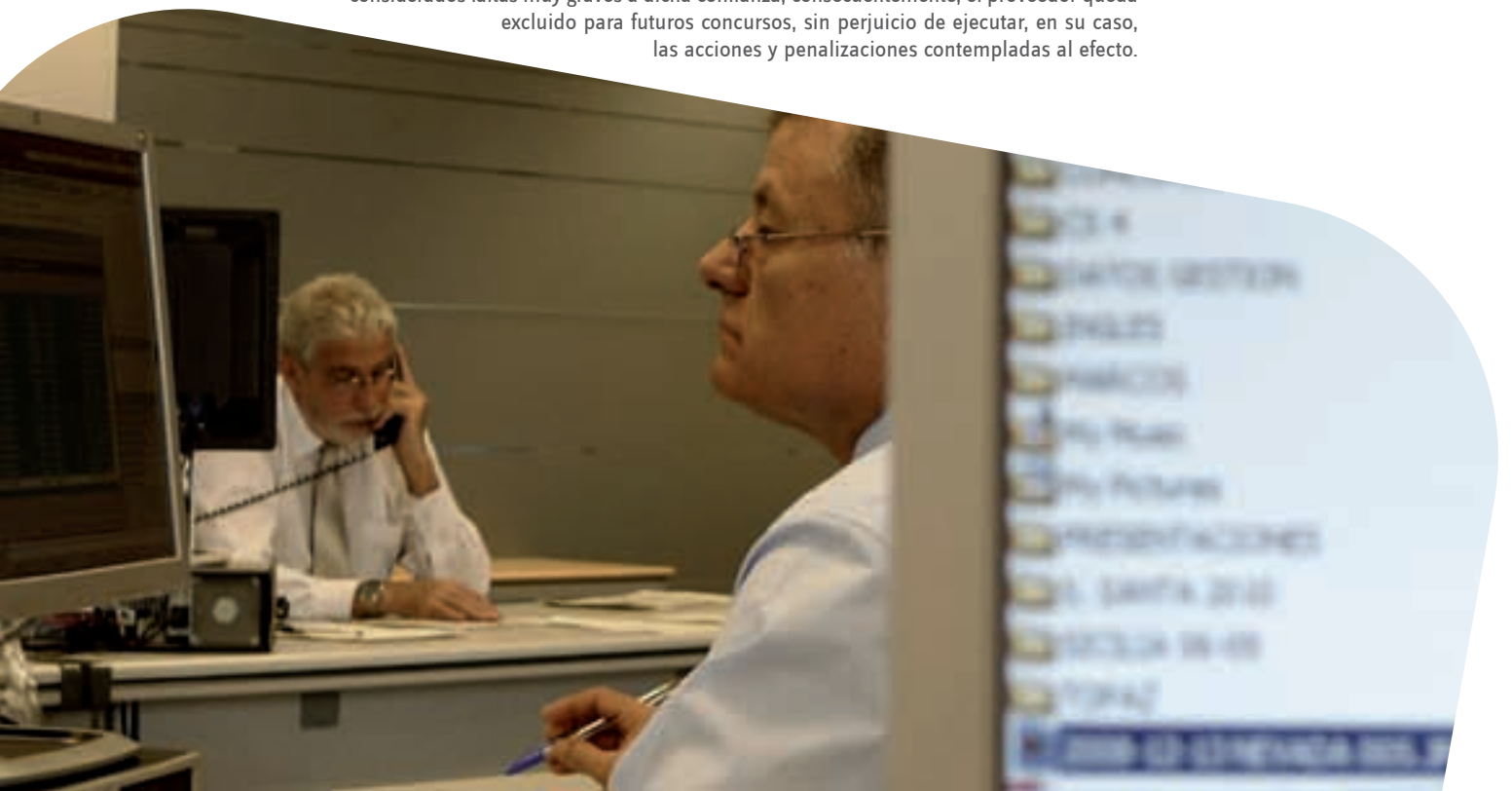
El modelo de gestión de compras del Grupo garantiza la igualdad de oportunidades, la accesibilidad y la transparencia acordes con los principios de actuación establecidos en el Código de Conducta de Proveedores.

El Código, de obligado cumplimiento, recoge los criterios de selección y actuación que el Grupo aplica de acuerdo con su cultura corporativa, así como una definición de los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Para su homologación los proveedores han de cumplimentar una Ficha de Evaluación, en la que se recogen aspectos de carácter económico y de gestión e información relativa a medidas medioambientales, laborales e indicadores de desempeño social. El Grupo ha solicitado la cumplimentación de la ficha al 100% de los nuevos proveedores, que en 2010 han sido 36. Durante este ejercicio 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.

La selección para garantizar la máxima profesionalidad, independencia e imparcialidad, se basa en criterios objetivos y la relación posterior en la confianza y el respeto mutuo. No obstante, el incumplimiento reiterado de los plazos y condiciones de entrega o la calidad deficiente de los productos y servicios prestados 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.

El Grupo traslada su COMPROMISO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL a la cadena de suministro



5.2.2 Canales de consulta y diálogo

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

Anualmente se realiza una encuesta de satisfacción de carácter voluntario a los principales proveedores con el objetivo de 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.

Los proveedores mantienen un alto grado de SATISFACCIÓN con el SISTEMA DE COMPRAS

TABLA 24. Valoración del Grupo Banco Popular en la encuesta de satisfacción de proveedores - 2008/2010

ASPECTO VALORADO	Valoración de 0 a 4		
	2010	2009	2008
Servicios	3,14	3,65	3,20
Pago	3,21	3,63	3,30
Trato	3,55	3,65	3,26
VALORACIÓN MEDIA	3,30	3,64	3,25

Como puede observarse, si bien la valoración de los proveedores ha disminuido, se mantiene en niveles elevados de satisfacción.

5.3. PARTICIPACIÓN EN FOROS EMPRESARIALES

Banco Popular es socio de AERCE (Asociación española de profesionales de compras, contratación y aprovisionamientos) y miembro del Ateneo de Compras de esta asociación. Se trata de un foro especializado constituido por los directores de grandes empresas que, además de actuar como interlocutor ante las Instituciones del Estado y organizaciones políticas y empresariales, elabora análisis de tendencias, estudios y recomendaciones para la comunidad empresarial.

En mayo de 2010, el director de Compras de Banco Popular participó en el encuentro "Las políticas de RC en la cadena de compras", en el que expuso las directrices de sostenibilidad social y ambiental y el control ético de proveedores que se aplican en la gestión de la cadena de suministro del Grupo.



con  ayuda

*Programa de
Voluntariado Corporativo*

06

Compromiso con la sociedad

Banco Popular destaca por su fuerte compromiso e implicación en su entorno económico y social. Ya sea en su actividad principal o en las acciones de carácter social, los criterios de transparencia, discreción y responsabilidad se transmiten a todos los proyectos que se llevan a cabo.

ASPECTOS SIGNIFICATIVOS

Aportación a la economía	El Banco Popular tiene un peso destacado en la creación de valor económico a escala nacional. El valor añadido creado en 2010 asciende a 3.100 millones de euros.
Líneas estratégicas de la acción social	El Grupo dedica parte de sus beneficios a proyectos de exclusivo carácter social, destacando su apoyo a la formación y educación de estudiantes con expedientes brillantes y recursos económicos limitados.
Fundación Banco Popular	Canaliza y ordena la acción social del Banco. Sin gastos de gestión ni operativos, destina la totalidad de los recursos a proyectos viables que contribuyan al progreso económico y social de los beneficiarios.

INICIATIVAS RELEVANTES

Programa de Voluntariado Corporativo	El portal “con tu ayuda” surge como respuesta a las inquietudes solidarias de los empleados y sirve de punto de encuentro, a la vez que informa y ofrece oportunidades de voluntariado.
Plan global de Discapacidad	Plan para la integración social, económica y laboral de personas con discapacidad a partir de la normalización, la sensibilización, la formación técnica, la integración laboral y la accesibilidad.
Programa de créditos a la Excelencia Académica	Concesión de ayudas y facilidades para que universitarios con talento no dejen de desarrollarlo por falta de recursos.

RETO 2011

“Programa de Voluntariado Corporativo”: incrementar las oportunidades de voluntariado promovidas directamente por el Banco.

6.1. IMPACTO EN LA ECONOMÍA

El Grupo Banco Popular es el tercer grupo bancario español por volumen de negocio, por lo que tiene un peso destacado en la creación de valor económico a escala nacional y contribuye de forma relevante a la generación del PIB con su actividad empresarial. Por otra parte, a pesar del notable deterioro del mercado de trabajo como consecuencia de la crisis económica, no sólo se ha garantizado la estabilidad en el empleo, sino que además se han creado 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 a la economía consiste en determinar el valor añadido generado en el ejercicio 2009-2010 para compararlo con el PIB de la economía nacional en el mismo período. El valor añadido que se ha creado, aplicando el método llamado de rentas, es la suma de las remuneraciones pagadas a los factores primarios de producción. Estos conceptos son:

1. En primer término las rentas del trabajo (costes de personal, contribuciones a fondos de pensiones).
2. Las rentas pagadas al capital (dividendos).
3. Las aportaciones a instituciones sin fines de lucro (donativos).

A estos pagos externos, se suma 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, se deducen las rentas pagadas en otros países (costes de personal, dividendos percibidos por accionistas no residentes e impuestos).

El importe que resulta tras la deducción de estas partidas 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 2009-2010 se ha hecho a partir de los datos de la Contabilidad Nacional Trimestral, publicados el 11 de febrero de 2011 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 2009 es la correspondiente al avance ofrecido por la Actualización del Programa de Estabilidad 2009-2013.

El valor añadido creado por el Grupo en 2010 asciende a 3.100 millones de euros. De este total:

- Las rentas del trabajo se elevan a 784 millones de euros.
- Las rentas de capital ascienden a 180 millones de euros.
- Los donativos han supuesto 13,6 millones de euros.

A continuación, el excedente suma 1.787 millones de euros, un 24,8% menos que en el ejercicio 2009, cifra resultante de 424 millones de euros de beneficio no distribuido y 1.363 millones de euros de provisiones y amortizaciones. Este excedente es inferior a los 2.376 millones de euros del año 2009 debido a la menor dotación de provisiones, que obedece a la gestión eficaz de la morosidad realizada por el Grupo.

En 2010, los impuestos representan 335 millones de euros que en su mayor parte -277 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 2.881 millones de euros.

De acuerdo con la Contabilidad Nacional Trimestral, el PIB español a precios de mercado 2010 asciende a 1.059.319 millones de euros, lo que significa una disminución interanual del 0,1%. Según la Contabilidad Nacional, el correspondiente a 2009 en términos comparables con el anterior (CNE base 2000) fue 1.060.379 millones de euros.

La cifra del valor
añadido creado por el
Grupo en España:
2.881
millones de euros,
una
APORTACIÓN DEL
0,272% AL PIB

Como resumen de todo lo anterior, el valor añadido creado en 2010 por el Grupo Banco Popular en España, que asciende a 2.881 millones de euros, representa una aportación del 0,272% al PIB.

6.1.2. Aportación del Grupo al crecimiento del empleo

Durante el 2010, una vez finalizada la reestructuración de la red comercial como consecuencia de la fusión de los bancos filiales y de acuerdo con el protocolo de mantenimiento del empleo firmado con los sindicatos en 2008, el Grupo ha seguido creando empleo. Estos puestos se han destinado a cubrir posiciones tanto en la red comercial como en áreas especializadas.

A lo largo del año han participado más de 1.200 personas en los procesos de selección, más de 600 han sido seleccionadas y un total de 387 han sido contratadas, frente a las 227 seleccionadas y 85 contratadas en 2009. Al cierre del ejercicio 2010, el Grupo da empleo a 14.252 personas, de las que 12.414 trabajan en España, 1.439 en Portugal y 399 en Estados Unidos.

6.1.3. Impactos económicos indirectos

Los principales impactos que el desarrollo de la actividad del Grupo produce en el entorno son de carácter económico, contribuyendo, a través de las transacciones financieras con los diferentes grupos de interés, a la generación de riqueza y al desarrollo sostenible. Si bien la cuantificación de los impactos indirectos es más compleja que la de los directos, existen otras vías a través de las cuales el Banco Popular influye en el progreso y crecimiento de diferentes sectores económicos y sociales o contribuye a la protección y conservación del medio ambiente:

El Banco también contribuye de forma indirecta a la generación de RIQUEZA y al DESARROLLO sostenible

- La financiación de inversiones que, como infraestructuras o energía renovable, impulsan la actividad económica y benefician el desarrollo de la sociedad y de sus miembros.
- 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.
- Apoyo a programas sociales, principalmente en el ámbito de la educación y la formación, que fomentan la integración laboral de colectivos en riesgos de exclusión.



TABLA 25. Valor añadido generado por el Grupo Banco Popular¹ - 2010 (miles de euros, salvo indicación en contrario)

	2010		2009		2008		Var % 2009-2010
Remuneración del trabajo (a)	784.116	25,29%	792.053	21,99%	818.142	22,71%	-1,00%
Sueldos y salarios	593.455		601.843		617.781		-1,39%
Cuotas de la Seguridad Social	136.682		138.821		142.379		-1,54%
Aportación a fondo de pensiones	28.780		26.748		31.817		7,60%
a fondo externo	22.457		20.503		25.045		9,53%
a fondo interno	6.323		6.245		6.772		1,25%
Otros gastos de personal	25.199		24.641		26.165		2,26%
Remuneración del Capital (b)	180.488	5,82%	311.641	8,65%	435.030	12,08%	-42,08%
Dividendos de Banco Popular	168.750		299.959		410.812		
Dividendos de minoritarios acc. ordinarias	11.738		11.682		24.218		
Donativos a instituciones sin fines de lucro (c)	13.576	0,44%	15.631	0,43%	19.326	0,54%	-12,55%
Beneficio retenido (d)	423.966	13,68%	468.706	13,01%	675.670	18,76%	-9,55%
Beneficio neto	604.454		780.347		1.110.700		-22,54%
Menos: Dividendos	-180.488		-311.641		-435.030		
Provisiones y amortizaciones (e)	1.363.463	43,98%	1.907.210	52,94%	1.215.946	33,75%	-28,51%
Pérdida por deterioro de activos:	1.275.458		1.752.394		1.086.359		-27,22%
· Inversión crediticia	1.106.268		1.520.037		905.174		-27,22%
· Otros activos	169.190		232.357		181.185		-27,19%
Dotaciones a provisiones (neto):	-43.325		-13.478		28.801		221,45%
· Riesgos Contingentes	-48.579		-39.921		5.050		21,69%
· Fondo de Pensiones	-1.398		18.486		18.965		-107,56%
· Otras	6.652		7.957		4.786		-16,40%
Amortizaciones	131.330		168.294		100.786		-21,96%
· Inmovilizado material	69.042		77.365		80.371		-10,76%
· Inmovilizado inmaterial	27.288		26.721		20.415		2,12%
· Fondo de comercio	35.000		64.208		-		
Excedente (d+e)	1.787.429	57,65%	2.375.916	65,95%	1.891.616	52,51%	-24,77%
Impuestos (f)	334.607	10,79%	339.287	9,42%	438.263	12,17%	-15,65%
Impuesto sobre sociedades	276.519		292.559		390.343		-22,03%
Impuesto sobre el valor añadido (soportado)	36.874		30.460		37.215		21,06%
Otros Impuestos	21.214		16.268		10.705		30,40%
Valor añadido (a+b+c+d+e+f)	3.100.216	100%	3.834.528	100%	3.602.377	100%	-20,41%
Del que: Valor añadido en España	2.880.850		3.531.075		3.067.627	85,16%	-19,59%
Pro memoria:							
PIB a precios corrientes (base 2000) millones €	1.059.318		1.060.379		1.099.978		-1,00%
Participación en el PIB (base 2000)	0,272%		0,333%		0,279%		-18,78%

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

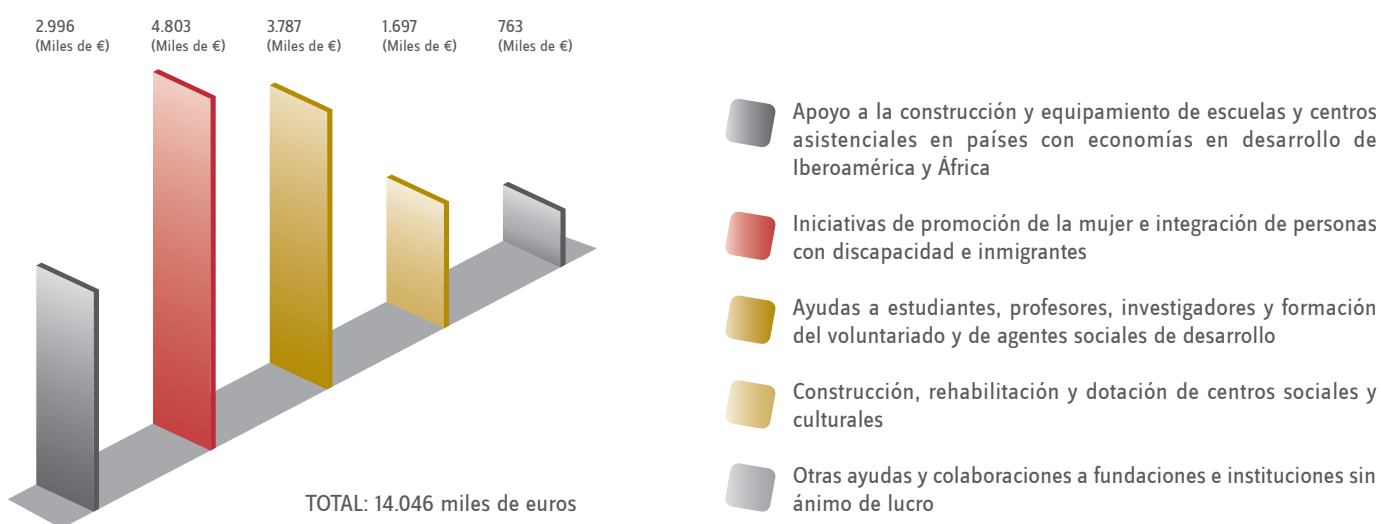
(*) Año 2009: INE - Contabilidad Nacional (CNE base 2000). Año 2010: Estimación avance de la Contabilidad Nacional Trimestral 11/2/2011.

6.2. INVERSIÓN SOCIAL

Las adversas condiciones del entorno económico no han impedido al Grupo Banco Popular seguir cumpliendo su objetivo de promover iniciativas a favor de la formación, la integración de personas desfavorecidas y la cooperación al desarrollo de países económicamente deprimidos. El Banco no desea renunciar a estos objetivos y considera que la desfavorable etapa de la actividad económica, con elevadas tasas de desempleo y de carencias sociales, ha de ser una ocasión de reflexión serena y constructiva para acometer políticas de acción social más intensas y eficaces.

Durante el ejercicio 2010 se han destinado a la acción social 14 millones de euros, sin contar otras ayudas como las contribuciones en especie o el coste atribuido a las financiaciones preferentes.

FIGURA 12. Programas de Acción Social del Grupo Banco Popular - 2010



6.2.1. Fundación Banco Popular

La acción social del Banco se canaliza y ordena principalmente a través de la Fundación Banco Popular. Esta Fundación, de acuerdo con la forma en que el Grupo entiende que debe llevar a cabo su acción social, actúa a petición de los interesados, como entidad de último recurso y sin publicidad. La Fundación selecciona proyectos económicamente viables y sostenibles en el tiempo que no requieran de la ayuda sistemática y continuada, preferentemente mediante ayudas reintegrables, sin intereses y con las garantías adecuadas a la naturaleza del proyecto.

Las dotaciones que percibe son gestionadas de forma autónoma y, dado que no soporta ningún gasto de gestión ni operativo, destina la totalidad de los recursos a satisfacer las necesidades sociales.

De acuerdo con el Convenio firmado en 2008 entre el Banco y la Fundación, son líneas de acción social prioritarias las siguientes:

- Impulso al progreso educativo, cultural y socioasistencial de las personas y colectivos con más carencias económicas y en riesgo de exclusión en los países con economías en desarrollo. Apoyo de programas de acceso al microcrédito, así como otras iniciativas para mejorar las condiciones educativas, sociales y sanitarias.
- 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 que facilitan la inserción laboral.
- Atención a personas con discapacidad y proyectos asistenciales, de formación del voluntariado y de agentes sociales.

EDUCACIÓN Y FORMACIÓN, ESENCIALES PARA EL DESARROLLO

Banco Popular presta especial atención a la educación y la formación de las personas como aspecto esencial para el progreso de la sociedad. En unos casos, ofreciendo oportunidades a aquellos que no las tienen, en otros, apostando por el talento y, a través de distintas modalidades de ayuda económica, recompensando el esfuerzo personal.

Miguel Ángel, de Burgos, es un ejemplo próximo de los 3.208 beneficiarios que en 2010 han podido contar con este tipo de ayuda.

Ingeniero de telecomunicaciones recién titulado, a pesar de contar con un buen expediente académico, la economía familiar le dificultaba poder completar su formación en el extranjero.

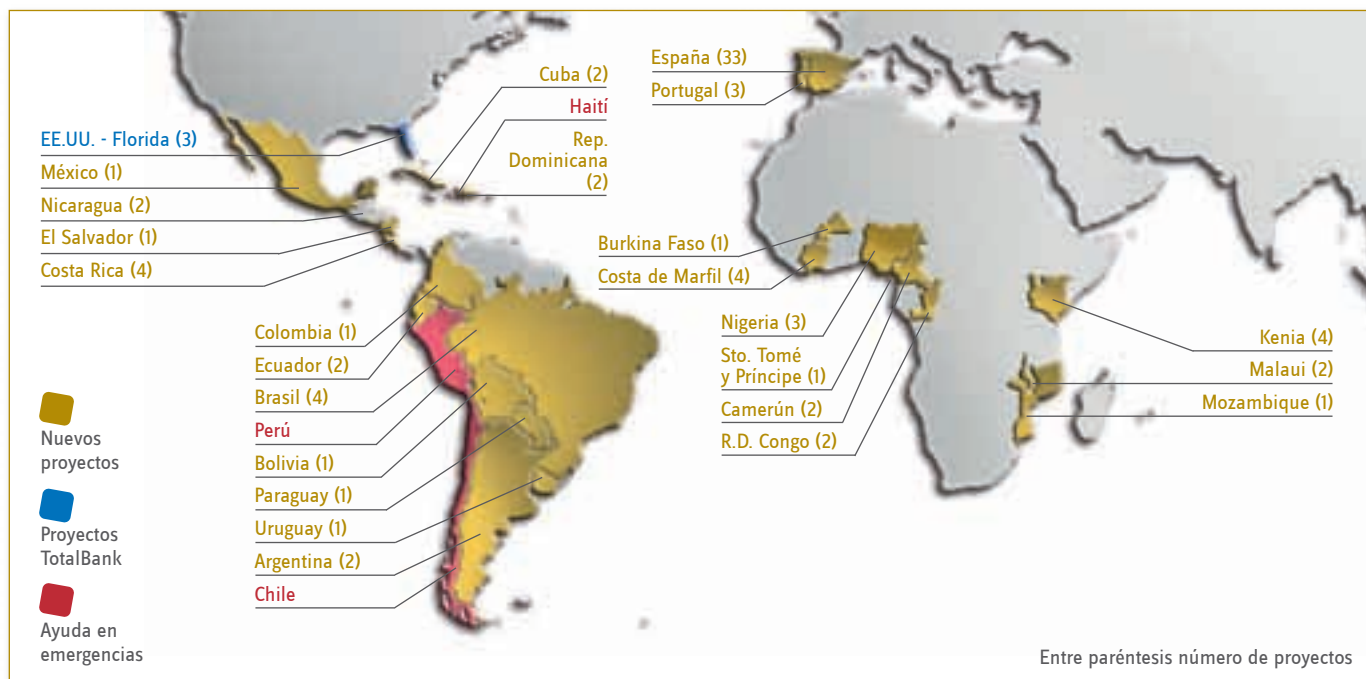
El esfuerzo compartido entre sus padres, él mismo y la Fundación le han permitido estudiar en la Universidad de Tulsa (Oklahoma, Estados Unidos). Los objetivos logrados trascienden del plano académico. Consiguió excelentes calificaciones, compartió aula con estudiantes de todo el mundo y las experiencias y conocimientos adquiridos le han permitido empezar a trabajar inmediatamente. Actualmente, desarrolla desde Madrid proyectos internacionales de consultoría tecnológica, en los que es muy importante el dominio del inglés y el trabajo en equipo, cualidades que, gracias a su estancia en Tulsa, pudo desarrollar.



6.2.2. Proyectos más significativos

A través de la Fundación Banco Popular, en 2010 se han acometido 80 proyectos de diversa envergadura, 47 de los cuales se han desarrollado en el extranjero -África y América concentran la mayor parte de los programas de cooperación y desarrollo- y 33 en España. Por su parte, TotalBank apoyó en el Estado de Florida (EE.UU.) 3 proyectos que tuvieron como beneficiarios a personas mayores (programa de protección y asistencia), estudiantes (programa de educación financiera) y madres jóvenes (educación financiera).

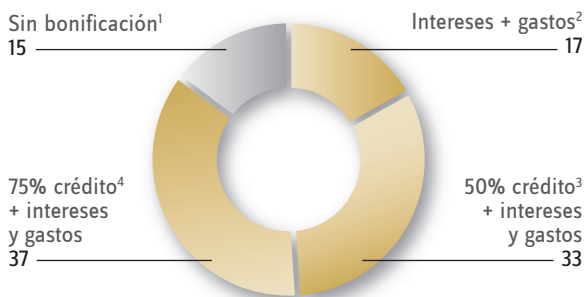
FIGURA 13. Distribución geográfica de la Acción Social - 2010



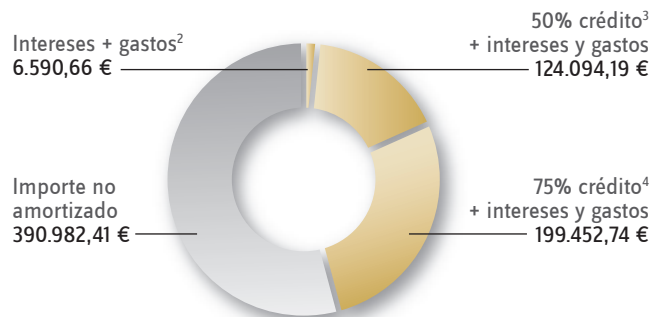
Los recursos invertidos se han destinado, principalmente, a facilitar el acceso a la educación y la formación de las personas. El número de beneficiarios de estas ayudas económicas, que se prestan bajo diversas modalidades (becas, ayudas reintegrables, préstamos blandos, etc) fue de 3.208 personas. En este ámbito destaca el "Programa de créditos a la Excelencia Académica" para universitarios, puesto en marcha en 2009 por Banco Popular, su Fundación y una universidad española. El convenio suscrito contempla la posibilidad de que sea la Fundación quien amortice los intereses, gastos e incluso hasta el 75% del importe del crédito concedido por el Banco, a aquellos estudiantes que obtengan unas calificaciones excelentes. En el curso académico 2009/10, 87 de los 102 estudiantes que se acogieron a esta modalidad de crédito vieron recompensado económicamente su esfuerzo tal y como se muestra en la figura 14. En el presente curso 2010/2011, se han formalizado 108 préstamos cuyo límite global alcanzó la cifra de 882.000 euros.

FIGURA 14. Programa de créditos a la Excelencia - Curso 2009/10

DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIARIOS POR TIPO DE BONIFICACIÓN OBTENIDA



DISTRIBUCIÓN DEL IMPORTE AMORTIZADO POR LA FUNDACIÓN BANCO POPULAR



Alumnos acogidos al programa: 102

Importe créditos concedidos por el Banco: 721.120 €
Importe amortizado por la Fundación: 330.138 €

¹ No aprueban todas las asignaturas y quedan fuera del programa.
² Aprueban todas las asignaturas.
³ Obtienen la calificación media exigida.
⁴ Obtienen la máxima calificación media exigida.

En otro ámbito, por su significación y alcance, cabe destacar algunos de los nuevos proyectos desarrollados en 2010:

Aula de refuerzo escolar (Barcelona, España)

Destinado a la integración de inmigrantes en Barcelona y su entorno. El programa fortalece sus competencias académicas y lingüísticas, así como su formación reglada, mediante un itinerario individualizado, con clases de castellano y catalán y con un espacio asistido para el estudio del que no disponen en casa. Los beneficiarios han sido 500 jóvenes de entre 14 y 20 años que presentaban dificultades de aprendizaje y que carecen de un entorno familiar estable que les apoye en su proceso escolar.

Fomento de la investigación biomédica (España)

La Fundación Banco Popular financia este programa que persigue incrementar la masa crítica de investigadores en España. Está dirigido a estudiantes de Medicina, Biología, Química y Biotecnología con expedientes académicos brillantes y con vocación investigadora que, bien durante el curso académico o durante el período vacacional, quieran completar su formación mediante prácticas remuneradas en los más prestigiosos centros y laboratorios de investigación oncológica de España. Las ayudas comprenden una dotación económica por las prácticas, más otra cantidad si residen lejos del centro de investigación.

Programa de atención a mayores y dependientes (Argentina y Uruguay)

Este proyecto se dirige a españoles residentes en esos países que presentan grados de dependencia leve a moderada. Se trata de mejorar su calidad de vida y bienestar, el de sus familias y el de su entorno comunitario mediante la asistencia domiciliaria, al menos dos veces por semana. Son beneficiarios de atención sanitaria, acciones de formación y de rehabilitación para aquellos que presentan dificultades en la realización de sus actividades domésticas y habituales. De esta forma se facilita su autonomía, se protege o restablece su bienestar físico, psíquico o social y se mantiene la estructura familiar. El programa ha generado, además, la inserción laboral de mujeres españolas mayores de 40 años como asistentes domiciliarias.

1,7
1,7 millones de euros concedidos en créditos a la Excelencia Académica en los cursos 2009/10-2010/11

Hogar escuela para la mujer (Koupéla, Burkina Faso)

Se proporciona a las mujeres jóvenes un lugar seguro que les ofrece unas condiciones favorables para su formación académica y humana con el fin de asegurarles un desarrollo integral. Actualmente, el hogar acoge a 54 chicas huérfanas desde edades tempranas hasta que puedan valerse por ellas mismas. En estos años de aprendizaje se pretende fomentar el espíritu de iniciativa y emprendedor a través de actividades tanto intelectuales como manuales.

Otros proyectos que han recibido ayudas de la Fundación Banco Popular durante 2010:

- Programa de prevención de comportamientos de riesgo en adolescentes, Portugal.
- Prevención y detección de situaciones de riesgo de la infancia, España.
- Formación en cooperación al desarrollo, España.
- Escolarización de niños y niñas sin recursos, Costa de Marfil.
- Programa de educación y alimentación para la comunidad Samburu, Kenia.
- Financiación de micro-empresas urbanas y rurales, Paraguay y Kenia.
- Programa de Formación Profesional para la mujer, Costa Rica.

BANCO POPULAR AYUDA A HAITÍ

Nada más tener noticia del violento terremoto que sacudió la región occidental de Haití en enero de 2010, Banco Popular se sumó a la llamada de emergencia realizada por la comunidad internacional, prestando su ayuda a los más necesitados.

Se aportaron más de 187.000 euros que, a través de las principales Organizaciones Humanitarias, se destinaron en una primera fase a cubrir las necesidades básicas y posteriormente a diferentes proyectos de reconstrucción y equipamiento de infraestructuras.

Igualmente, se hizo un llamamiento solidario a clientes y empleados, difundiendo en la web corporativa y en la intranet información sobre la catástrofe y facilitando el procedimiento para la realización de donativos. Además, la sección de "Ayuda a Emergencias" dedicó un apartado especial a la catástrofe en el que se recogían todas las cuentas abiertas para la recepción de donativos, que como siempre en estos casos fueron tramitados libres de gastos y comisiones.



6.2.3. Discapacidad

En línea con el compromiso recogido en el Informe de RSC del ejercicio anterior, durante 2010 el Banco puso en marcha un plan global en materia de discapacidad. Desde una perspectiva que ha supuesto la implicación directa de diferentes áreas y departamentos del Grupo, se definieron distintas líneas de actuación cuya meta común es la integración social, económica y laboral de las personas con discapacidad:

- **Normalización y sensibilización**

El Banco entiende que la apuesta efectiva por la discapacidad requiere del fortalecimiento de una cultura sensible con las personas que, por su condición diferente, se enfrentan a barreras sociales y laborales. Así, desde el área de Recursos Humanos y las oficinas de Comunicación Interna y RSC se diseñó un plan de comunicación para tal efecto. Dicho plan cumplía con varias finalidades:

- Concienciar a los empleados sobre la relevancia de este compromiso.
- Implicar a todos los empleados en la consecución de los objetivos.
- Informarles de las iniciativas y progresos obtenidos.

Para ello se utilizaron los canales habituales pero además, como se explica en el capítulo 4 de este Informe, se ha creado la sección “*Somos diversidad*” dentro del *Portal del Empleado*.

- **Formación técnica**

Fundación Konecta y la Asociación de Paraplégicos y Personas con Gran Discapacidad Física de la Comunidad de Madrid (ASPAYM-Madrid) impartieron dos jornadas formativas a los mandos intermedios y equipos de Recursos Humanos, en las que se ofrecieron conocimientos teóricos y herramientas prácticas en materia de empleo de personas con discapacidad. Las jornadas estuvieron dirigidas a generar entre los asistentes una disposición y sensibilización mayor hacia su contratación.

Estas acciones formativas se extenderán a otras áreas y departamentos durante el ejercicio 2011.

- **Integración laboral**

La contratación directa de personas con discapacidad es el principal objetivo de este plan. Para ello, además del “Convenio Inserta” de la Fundación ONCE firmado en 2008 y renovado en enero de 2011, se han firmado acuerdos con la Fundación Síndrome de Down, Fundación Konecta y Fundación Adecco. Por otra parte, Banco Popular ha participado como promotor en la “IV Feria de Empleo para personas con discapacidad” de la Comunidad de Madrid.

Igualmente se impulsa la creación de empleo mediante la contratación de bienes y servicios con centros especiales de empleo. En 2010 se han incorporado 5 nuevos centros de estas características como proveedores del Grupo.



- **Accesibilidad**

La supresión de barreras arquitectónicas, tecnológicas y de la comunicación es otra de las líneas principales de actuación. A las actuaciones para mejorar la accesibilidad de las oficinas y sucursales se añade el diagnóstico de las principales aplicaciones informáticas del Grupo que realizó Technosite en 2010, con motivo de la participación en el "II Observatorio de Accesibilidad" de la Fundación Konecta. El estudio identificó los obstáculos y estableció un conjunto de recomendaciones en las que actualmente trabaja el departamento de Recursos Técnicos.

A cierre del ejercicio 2010, la web www.bancopopular.es, que desde 2008 satisface los principales requisitos de accesibilidad se encuentra en proceso de mejora en materia de accesibilidad para renovar la certificación de la web corporativa. Consecuentemente, una vez subsanados, se renovará la certificación.

6.2.4. Voluntariado corporativo

En abril de 2010 se puso en marcha "con tu ayuda", el "Programa de Voluntariado Corporativo" a través del cual se facilita la movilización del espíritu solidario, el tiempo libre y la energía de la red social del Grupo en beneficio de la sostenibilidad del entorno. La iniciativa surgió como respuesta a la inquietud detectada en la plantilla de tener una mayor implicación social en causas solidarias.

Con la apertura de "con tu ayuda", portal web que es gestionado conjuntamente con la Fundación Hazlo posible, el Banco respalda el espíritu solidario, fomenta el voluntariado y facilita un foro de encuentro que permite compartir experiencias y divulgar noticias sobre la actualidad del Tercer Sector. El nuevo portal no sólo es un punto de encuentro e intercambio sobre actividades solidarias, sino que además ofrece la posibilidad de pasar a la acción a través de más de 900 oportunidades de voluntariado en toda España. Sirve igualmente de canal de difusión de los proyectos que Banco Popular realiza en apoyo de esas organizaciones no lucrativas.



Las oportunidades promovidas por el Grupo se centraron en tres líneas de actividad:

- Apoyo a personas con discapacidad.
- Actividades deportivas con fines solidarios.
- Voluntariado educativo.

El compromiso del Banco Popular con la promoción del voluntariado se extiende también a su participación en foros y reuniones de intercambio de experiencias y buenas prácticas con otras empresas.

Los principales
PROYECTOS
se ejecutan en España,
África e Iberoamérica

Datos portal 2010

Páginas
visitadas:
38.583

Visitantes
únicos:
3.371

Empleados
registrados:
201

Oportunidades
publicadas de
ONG:
3.702

Oportunidades
de BPE:
1/mes

6.2.5. 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 se prestan a través de los propios recursos y la colaboración de voluntarios.

- **Ayudas en especie**
Donación de productos procedentes de campañas comerciales, material informático y mobiliario a entidades que prestan ayuda a colectivos desfavorecidos, así como la asistencia técnica para el desarrollo y mantenimiento de sus páginas web.
- **Campañas**
Recaudación de fondos para financiar las actividades y programas de Cáritas, Cruz Roja, Aldeas Infantiles y UNICEF, entre otras organizaciones.
- **www.ayudaemergencias.org**
Web que recoge las cuentas solidarias abiertas por una veintena de organizaciones a través de la que los particulares pueden realizar transferencias libres de gastos.
- **Sensibilización**
Difusión de información sobre entidades del Tercer Sector mediante la cesión gratuita de espacios en diferentes canales de comunicación del Grupo.

"POR SER NIÑAS"

En 2010, Fundación PLAN España y Banco Popular se han unido para colaborar en "Por Ser Niñas", una campaña que busca acabar con la discriminación que sufren millones de niñas en todo el mundo y mostrar que la inversión en ellas multiplica el desarrollo de sus comunidades.

"Por Ser Niñas" defiende la necesidad de realizar una inversión específica en niñas y mujeres jóvenes por el potencial que tiene este colectivo en entornos económicamente deprimidos. La campaña muestra que invertir en ellas es una importante herramienta de desarrollo: según los informes de PLAN, "un año extra de educación secundaria en una niña puede aumentar sus ingresos entre un 10 y un 20% anual, lo que repercute también en el bienestar de su familia y su comunidad".

En el marco de este acuerdo de colaboración, el Banco Popular se convierte en la entidad financiera de referencia de la campaña apostando firmemente por la educación de niñas y mujeres en seis países de América, África y Asia. Además, la donación que ha supuesto la compra de las pulseras "Por Ser Niñas" enviadas a toda la plantilla con la revista *Más Popular*, permitirá financiar becas escolares a jóvenes entre 16 y 19 años sin recursos económicos necesarios para continuar sus estudios de bachillerato y universidad en África, Asia e Iberoamérica. Por otro lado, el Banco se ha comprometido a la difusión de los objetivos de la campaña entre sus clientes y empresas colaboradoras de manera que el mensaje de "Por Ser Niñas" (www.porseminas.org) llegue a la mayor cantidad de población posible.



La recaudación de
FONDOS
y nuestro entorno
solidario
AYUDAN
a muchas personas
dentro y fuera de
España



07

Gestión medioambiental

El Grupo Banco Popular integra el compromiso ambiental en su gestión. Este compromiso se plasma tanto en acciones que ayudan a reducir el impacto de su actividad y la de sus grupos de interés, como en el apoyo a iniciativas y proyectos sostenibles.

ASPECTOS SIGNIFICATIVOS

Política	La "Declaración de Política Medioambiental" establece las directrices en esta materia, reflejadas en las iniciativas de funcionamiento y en la consideración de criterios ambientales en su actividad financiadora.
Estructura	Anualmente, el Comité de Medio Ambiente establece los objetivos ambientales y colabora con otros departamentos para su consecución.

INICIATIVAS RELEVANTES

Huella de carbono	El Banco ha medido sus emisiones de CO ₂ con el fin de reducir el impacto ambiental de sus operaciones y de la cadena de suministro.
Energía 100% renovable	El consumo de energía verde en 2.114 puntos del Grupo supone la reducción de 23,5 miles de toneladas de CO ₂ .
Gestión de residuos	Sistema integrado para la gestión de residuos que tiene por objetivo la mejora de su clasificación, recuperación, almacenamiento y reutilización.

RETO 2011

Sistema de gestión energética: ampliación del plan de control centralizado de la red de sucursales para la reducción del consumo energético.

En este capítulo se recogen las principales iniciativas que Banco Popular ha puesto en práctica en relación con el medio ambiente, siguiendo las directrices fijadas en su "Declaración de Política Medioambiental" -disponible en la página web corporativa- y el estricto cumplimiento de la legislación medioambiental vigente. La supervisión es llevada a cabo por el Consejo de Administración a través de su Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses. En 2010, el Grupo no ha recibido ninguna multa o sanción por incumplimiento de la normativa medioambiental.

Estas iniciativas incluyen las tendentes a la minimización y segregación de los residuos, las dirigidas al ahorro y al uso sostenible de los recursos, así como a la eficiencia y ahorro energético. Todas estas actividades han sido difundidas a través de diferentes canales con el objetivo de incrementar la formación, sensibilización y motivación medioambiental de los empleados y otros grupos de interés.

La Comisión Ejecutiva acordó, en relación a la intención de voto del Grupo sobre cuestiones medioambientales, que todas las decisiones que se adopten tanto en el ámbito interno como en el de las sociedades participadas y filiales, se tomarán de acuerdo con las directrices de la "Declaración de Política Medioambiental".

Por otra parte, en la firma de las operaciones financiadas bajo modalidad *Project Finance* se tienen en cuenta ciertos requisitos con carácter previo a la firma del contrato, entre los que se incluyen los relativos a temas medioambientales. Adicionalmente, se acuerda entre los bancos financiadores y la empresa financiada que exista un control sobre los proyectos por parte de los asesores técnicos durante las fases de construcción y explotación que recoja el estado de los mismos y su relación con el entorno.

PREMIOS POR OPERACIONES

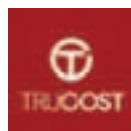
PROJECT FINANCE:
"EUROMONEY" y
"North American
Transport Deal
of the Year"



HECHOS RELEVANTES

Entre los hechos con implicaciones medioambientales en el ejercicio, destacan los siguientes:

- Banco Popular entre las "1000 compañías más sostenibles del mundo". Por su estrategia medioambiental ha sido incluido en el ranking "Global 1000 Sustainable Performance Leader" de la firma americana CRD Analytics.
- bancopopular-e obtiene el sello CeroCO₂. Este distintivo certifica que el banco *on-line* ha calculado y compensado todas sus emisiones de gases de efecto invernadero, asumiendo además el compromiso de reducirlas.
- El Grupo ha calculado la huella de carbono derivada de su actividad en 2009 y primer semestre de 2010 a través de un estudio realizado con Trucost con el apoyo de Climate Strategy. Para su ejecución se han tenido en cuenta las emisiones directas, indirectas y las inducidas por alguno de sus grupos de interés.
- Además se siguen apoyando otras iniciativas de ámbito internacional como *Carbon Disclosure Project (CDP)*, de la que Banco Popular es entidad signataria y *CDP Water Disclosure*. Igualmente, el Banco ha participado en campañas mundiales de sensibilización como "La Hora del Planeta" o el "Día Mundial del Medio Ambiente".



7.1. PROYECTOS DE FINANCIACIÓN CON COMPONENTE 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.

En 2010 destaca la financiación de una tercera parte de la planta termosolar "La Florida" (Badajoz) que, con sus 550 mil metros cuadrados de área de captación, es la mayor central del mundo. En este ejercicio también se han firmado dos acuerdos, con BP Solar y con el Ayuntamiento de Noáin-Valle de Elorz (Navarra), para la financiación de instalaciones de energía solar fotovoltaica.

TABLA 26. Distribución de la financiación de proyectos de impacto medioambiental - 2001/2010

	Número de plantas	Número de proyectos	Año	Inversión Grupo (€)
Sector Eólico	108	31	2001-2010	193.472.922
Sector Residuos	1	1	2001	4.433.860
Sector Biomasa	18	9	2001-2010	33.338.397
Sector Solar	117	14	2007-2010	328.522.769
TOTAL	244	55		559.767.949

"*Solução Energia Renováveis*" de Banco Popular Portugal es una línea de financiación flexible dirigida a PYMEs y particulares que tiene como objetivo aportar soluciones financieras para instalaciones sostenibles. Al cierre del ejercicio, se habían financiado 27 instalaciones por un importe total de 862.000 euros.

7.2. INICIATIVAS DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO INTERNO

7.2.1. Planificación y gestión de infraestructuras

La consideración de criterios ambientales en la realización de obra nueva, reforma de instalaciones y su mantenimiento es indispensable para minimizar el impacto de la actividad del Grupo en el entorno. Igualmente se mantiene un exigente control de los materiales y equipos instalados en las oficinas, que han de cumplir los requisitos legales aplicables al diseño, fabricación y comercialización, así como contar con la certificación EPD (*Environmental Product Declaration*).

CERTIFICACIÓN LEED PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA NUEVA SEDE CORPORATIVA

El proyecto de obtención de la certificación LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*) que otorga el Consejo Americano de la Construcción Verde (USGBC), se está convirtiendo día a día en una realidad más tangible. Las obras de construcción del Edificio Abelias, la nueva sede corporativa, se desarrollan de forma muy satisfactoria y con ellas se van cumpliendo los requisitos exigidos para obtener la reputada certificación.

Para ello, por un lado, se ha dotado a la obra de un plan adecuado de gestión de residuos en el que se ha contratado a gestores autorizados para su retirada y posterior tratamiento. Por otro, se han establecido criterios de compra para fomentar el uso de productos que sean reciclados, biodegradables o retornables y que optimicen las materias primas, disminuyan el consumo de recursos naturales y minimicen su repercusión en el entorno.



FINANCIACIÓN de la tercera parte del proyecto "LA FLORIDA", LA MAYOR PLANTA TERMOSOLAR del mundo

Pequeños y grandes gestos:
Ascensores eficientes
AHORRO DE 0,2 T DE CO₂
Energía renovable
AHORRO DE 36.919 T DE CO₂

En 2010 se inició la implantación de sistemas inmóticos en la red de sucursales que permiten el control centralizado de las instalaciones, el uso racional de la climatización y la iluminación. De esta forma se consigue aumentar el confort de todos los usuarios, reducir el consumo en un 20% y mejorar la eficiencia energética. Al cierre del ejercicio son 10 las sucursales que ya cuentan con este sistema, si bien su implantación en la red comercial alcanzará en su primera fase 119 oficinas.

Además, desde la oficina de Inmuebles se han puesto en práctica otras actuaciones que garantizan un menor consumo como por ejemplo: el ajuste de potencia de eléctrica de las oficinas, la implantación de detectores de presencia, la instalación de pantallas de iluminación autorregulables y la sustitución de equipos (ascensores, máquinas de refrigeración) por otros más eficientes.

El Banco ha recibido electricidad de origen 100% renovable de la compañía Iberdrola. El total de energía verde suministrado a 2.114 puntos -1.605 en 2009- ha sido de 314.179 gigajulios, lo que supone una reducción de más de 23.562 toneladas de CO₂.

7.2.2. Acciones de concienciación y difusión

Con el fin de incrementar la sensibilización y educación ambiental de sus grupos de interés, el Grupo lleva a efecto distintas iniciativas a través de los canales de comunicación habilitados con este fin. Además de las de carácter permanente, ya recogidas en informes anteriores, destacan en 2010:

- **Conducción sostenible.** Empleados de diferentes áreas recibieron formación teórico-práctica especializada en el curso Eco Conducción que, impartido por Prevensis, promueve una conducción segura, eficaz y respetuosa con el medio ambiente.
- **“Échale una mano al medio ambiente”.** Campaña creada para el fomento entre los empleados del reciclaje de papel, coincidiendo con la instalación de ecopapeleras y nuevos contenedores de recogida de residuos selectivos en diferentes instalaciones del Grupo.
- **Direcciones electrónicas.** En el mes de abril se inició una campaña dirigida a la red comercial para la captación de la dirección de correo electrónico de clientes con el fin de reducir el envío de comunicaciones en papel.
- **“El valor de cada gota”.** Más de dos tercios del agua consumida por el Grupo proviene de su uso por parte de los empleados, por lo que se fomenta un uso responsable. En 2010, el Banco se incorporó a esta campaña promovida por el Canal de Isabel II (Madrid).
- **Acciones de difusión.** El Banco animó a la participación en iniciativas como la “Semana Europea de la Movilidad” o “La Hora del Planeta”; en esta última la colaboración del Grupo se concretó con el apagado de los tres edificios principales y la valla publicitaria de bancopopular-e en Madrid, así como otras instalaciones en Sevilla y Vigo.
- La revista *Más Popular*, el boletín *Canal Popular* y el portal “*con tu ayuda*” ofrecen información sobre actividades, noticias y acciones de voluntariado de carácter medioambiental.



7.2.3. Almacenamiento y transporte de elementos peligrosos

La actividad financiera no conlleva el almacenamiento ni el transporte de elementos peligrosos. Si bien, la actividad implica el uso de determinados equipos o sustancias perjudiciales para el entorno. Este apartado, por tanto, se refiere exclusivamente a las medidas adoptadas para eliminarlos.

De acuerdo con la normativa vigente, en 2010, se sustituyeron los dos últimos transformadores de alta tensión refrigerados por aceite de piraleno que seguían en funcionamiento en instalaciones del Banco. Su tratamiento ha sido realizado por gestores autorizados.

Por último, los residuos biológicos sanitarios generados por los Servicios Médicos del Grupo ubicados en Madrid, Barcelona y Valencia, se han puesto en manos de empresas especializadas y homologadas con el fin de que reciban el tratamiento adecuado.

7.3. CONSUMO Y REDUCCIÓN DE MATERIAS PRIMAS Y ENERGÍA

7.3.1. Consumo de materias primas y energía

TABLA 27. Consumo del Grupo respecto a los principales indicadores de sostenibilidad - 2008/2010

	2010	2009	2008
MATERIAS PRIMAS			
Consumo de papel (toneladas)	1.341	847	1.076
Consumo de sobres (unidades)	100.072.564	106.027.783	119.387.904
Correspondencia interna (unidades)	798.800	5.766.275	907.975
Ahorro de sobres estimado por uso de correo integrado (toneladas)	675	600	698
Consumo de tóner originales (unidades)	5.732	6.987	14.128
Consumo de cartuchos de tóner reciclados (unidades)	17.537	15.725	11.836
Agua - Procedente de la red de abastecimiento general (euros)	561.603	547.577	544.765
RECICLAJE			
Papel: destrucción de archivo y documentación sensible (toneladas)	1.195	1.467	1.073
Reciclaje de tóners usados (unidades)	32.814 (a)	18.012	15.276
CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA			
Electricidad (gigajulios)	329.749	282.151	345.857
Gasóleo (gigajulios)	3.948	4.600 (b)	5.059
CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA POR FUENTES PRIMARIAS (gigajulios) (b)			
Fuel	7.037	3.446	17.942
Gas Natural	274.474	142.147	165.702
Carbón	121.653	62.889	87.601
Nuclear	194.042	100.795	106.599
Renovable	280.507	429.025	520.327
Cogeneración	93.502	48.244	44.328
Cogeneración de alta eficiencia	23.124	68.058	106.598
Otras	11.059	6.031	5.277
EMISIÓN DE CO₂ POR CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA (toneladas)	1.458	11.889	24.264

(a) En 2010 el sistema de recogida aporta los datos en kilogramos.

(b) Se ha procedido a la actualización y homogeneización de estos datos según los nuevos criterios de estimación y cálculo revisados.



PAPEL	
Papel blanco	Desde 2009 se consume con certificación ecológica y en 2010, además, con certificación PEFC (<i>Pan-European Forest Certification</i>) - que utiliza materia prima procedente de bosques sostenibles. Se solicita a los proveedores los certificados ISO 9000 y 14001.
Papel y cajas de embalaje reciclados	El 73,76% del papel utilizado es reciclado y con la certificación alemana Ángel Azul. Las cajas son de cartón 100% reciclado.
Sobres de correspondencia y papel de ordenador	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo ECF (<i>Elementary Chlorine Free</i>) libres de cloro. • En 2010, se han adquirido 386.000 sobres FSC (<i>Forest Stewardship Council</i>) bajo el sello Carbono Neutro según norma ISO 14064-1 (compensa emisiones de CO₂ con compra de créditos de reforestación).

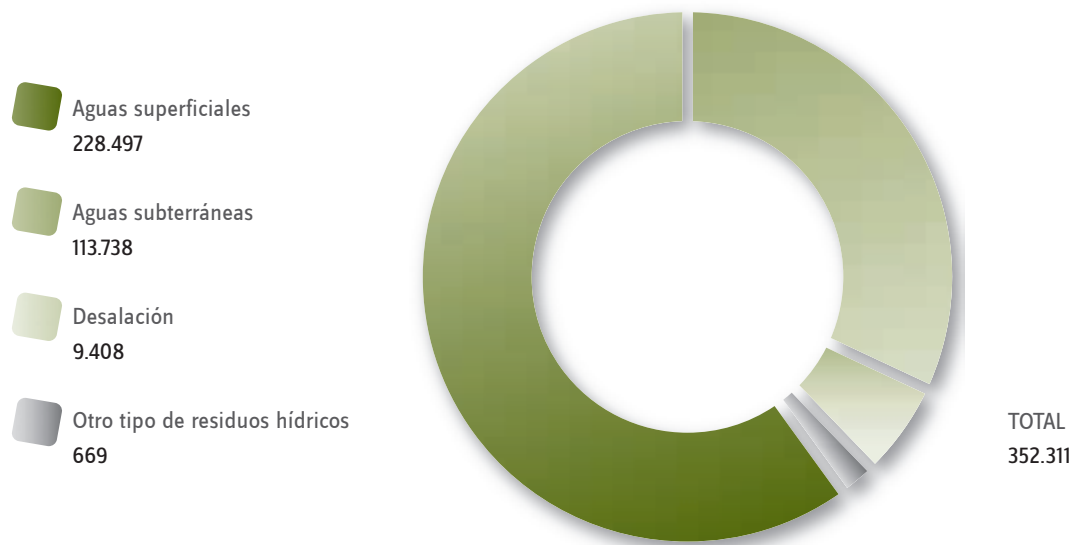
El Banco contribuye a la REFORESTACIÓN con la adquisición de sobres FSC



PLÁSTICOS	
Sobres de plástico oxobiodegradables 100% reciclables	Derivados del uso de: - transporte de fondos - documentación - encartuchado de monedas
Adquisiciones en 2010	1.900.075 unidades (100% de las adquisiciones)

FIGURA 15. Consumo de agua del Grupo Banco Popular - 2010

CAPTACIÓN DE AGUAS POR FUENTES EN M³ (*)



(*) Datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística.

7.3.2. Reducción del consumo de materias primas y energía

En 2010 el Grupo ha continuado con el estudio e implementación de medidas orientadas a la optimización de los recursos y a la reducción de los consumos. Además de promover entre distintos grupos de interés el comportamiento responsable con el medio ambiente, la utilización de energía 100% verde y la adhesión a campañas de ahorro institucionales, destacan la "Política de Renovación Tecnológica" dirigida a la adquisición de equipamiento que cumple con los estándares de ahorro energético más exigentes o el plan piloto en la red comercial para el control centralizado de las instalaciones eléctricas y de climatización.



Comunicaciones impresas

Las diferentes acciones desarrolladas a lo largo de 2010 han permitido alcanzar un considerable ahorro de papel, cuyo consumo se debe principalmente a la comunicación de operaciones.

El "Plan de Correo Integrado", puesto en marcha en 2008 y que reduce el número de envíos a clientes al integrar varios documentos en un sobre, ha supuesto un ahorro de 119.114.650 unidades y más de 675 toneladas de papel con respecto a 2009, lo que se traduce en una reducción de 4,05 toneladas en las emisiones de CO₂.

Se han utilizado 798.000 sobres para las comunicaciones de carácter interno; al tratarse de sobres multiuso se ha generado un ahorro de 18.207.300 sobres, lo que supone un ahorro de 19.006.100 sobres.

En 2010 se han consumido 171 millones de hojas de papel para fotocopiadora, blanco y reciclado. El cambio a formato digital del resumen de prensa ha supuesto un ahorro aproximado de 1,5 millones de hojas al año y de 0,5 toneladas de CO₂.

Además, gracias al uso de papel blanco con certificación ecológica y con certificación PEFC (*Pan-European Forest Certification*) desde 2010, se ha conseguido una reducción de 1,07 toneladas de CO₂.

Durante este ejercicio se han adquirido 386.000 sobres FSC (Forest Stewardship Council) bajo el sello Carbono Neutro según norma ISO 14064-1. Esta medida supone una reducción estimada de 0,53 toneladas de CO₂.

Energía

La Oficina de Seguridad e Inmuebles trabaja en la consecución de mejores instalaciones y más eficientes que contribuyan a la reducción del consumo energético, principalmente electricidad.

Además del sistema de inmótica para sucursales que permitirá un ahorro aproximado del 20% sobre el consumo actual, Inmuebles ha puesto en marcha otras actuaciones durante el ejercicio:

- Asesoramiento externo especializado para la gestión del suministro eléctrico.
- Implantación en oficinas nuevas y reformadas de sistemas automáticos de iluminación, como los detectores de presencia o las pantallas de iluminación autorregulables.
- Instalación en edificios y oficinas de vinilos reflectantes que reducen la transmisión de calor y el exceso de luminosidad.

Uso de papel reciclado
+ ahorro de consumo
de papel =
3,8 T MENOS DE
EMISIONES CO₂
respecto a 2009

7.4. GESTIÓN DE RESIDUOS Y PROGRAMAS DE RECICLAJE

Los procedimientos establecidos por Banco Popular para la gestión de los residuos producidos por su actividad contemplan su recogida, transporte, procesamiento, tratamiento y reciclaje a la vez que establecen medidas para prevenir su generación.

En 2010 se han introducido mejoras muy significativas para avanzar en la consecución de un sistema de gestión eficaz e integral de todos los residuos, entre las que destacan:

- **Residuos peligrosos.** Elaboración por parte de una empresa especializada del diagnóstico de la situación actual, del análisis y evaluación de las características de las instalaciones del Grupo destinadas a su almacenamiento y de diferentes informes -uno para cada tipo de residuo- en el que se establecen las medidas para la mejora de la clasificación, almacenamiento y gestión. Además, en 2011, el análisis se extenderá a los residuos procedentes de la retirada de cajeros automáticos.
- **Instalación de contenedores.** Para facilitar la recogida selectiva de residuos orgánicos, de papel y envases en zonas de *vending*, así como contenedores de pilas y depósitos para papel y cartón en sustitución de las papeleras individuales.

Durante este ejercicio, el gestor autorizado para la recogida selectiva de papel y cartón en el Grupo ha retirado la cantidad de 1.196 toneladas, lo que supone una reducción de las emisiones de CO₂ en 7,17 toneladas.

El sistema establecido para la destrucción y reciclado del papel clasificado como confidencial se realiza a través de una empresa homologada que certifica su retirada y destrucción, garantizando la trazabilidad y la irrecuperabilidad del documento.

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 622 kilogramos de pilas y baterías.



TABLA 28. Reciclaje de residuos ejercicio - 2010

RESIDUO	Cantidad recuperada para reciclaje en kg
Papel	1.195.660
Tóner y tintas de impresión	32.814
Pilas y baterías	622
Monitores	3.580
CPUs, rack, servidores	5.540
Residuos ofimática	17.180
DVD, USBs, CDs	4.280
Sellos de caucho	800
Plásticos	1.764
Chatarra	1.528

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.

El Banco y los empleados colaboran desde 2007 con Cruz Roja y Fundación Entreculturas en "Dona tu móvil" campaña solidaria que da una nueva utilidad a los teléfonos móviles obsoletos. Al beneficio medioambiental se une la obtención de fondos para proyectos sociales de las organizaciones citadas. Al cierre del ejercicio 2010 se habían enviado 1.960 terminales que supusieron un donativo de 3.066 euros.





Adquisición de
VEHÍCULOS HÍBRIDOS
que reducen las
emisiones de CO₂

7.5. EMISIONES

El total de emisiones directas e indirectas ha ascendido durante 2010 a 4.820 toneladas de CO₂, lo que supone una reducción de 10.529 toneladas con respecto al año anterior.

TABLA 29. Emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero generadas por Grupo Banco Popular - 2010

EMISIONES DIRECTAS	CONSUMO	EMISIONES
Combustible - Gasóleo	108.376 l	290 t CO ₂
Desplazamientos de vehículos propiedad del Grupo	2.661.851 km consumo medio: diesel 7,1 l/100 km - 69% de la flota gasolina 9,5 l/100 km - 31% de la flota	710 t CO ₂
Consumo - Electricidad	91.591.041 kw/h 95,27% energía verde (87.271.950 kw)	1.168 t CO ₂
TOTAL		2.168 t CO₂
EMISIONES INDIRECTAS	CONSUMO	EMISIONES
Desplazamientos al centro de trabajo (transporte público y vehículos de empleados)	(*)	1.728 t CO ₂
Viajes de trabajo (distancia de vuelos)	8.276.370 km	924 t CO ₂
TOTAL		2.652 t CO₂

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

En 2009 se estableció como objetivo el incremento de 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 2010 ascendía a 201.683, frente a los 51.011 minutos de 2009. Los viajes de trabajo a los que las videoconferencias y teleconferencias han suplido hubieran provocado la emisión a la atmósfera 287 toneladas de CO₂ equivalente.

En cuanto a los desplazamientos en avión, durante 2010 se recorrieron un total de 8,3 millones de kilómetros (5,5 millones en territorio nacional y 2,8 en territorio internacional), lo que ha supuesto unas emisiones de 923 toneladas de CO₂. Esta cifra implica una reducción de 267 toneladas de CO₂ con respecto a 2009, año en el que las emisiones alcanzaron 1.190 toneladas de CO₂.

Ahorro de
10.529 T
de CO₂ en 2010

7.6. PARTICIPACIÓN ACTIVA A FAVOR DEL MEDIO AMBIENTE

La certificación CeroCO₂ obtenida por bancopopular-e supone el compromiso de reducir sus emisiones anuales de GEI (gases de efecto invernadero) mediante la financiación de proyectos en países en vías de desarrollo que reduzcan o capten una cantidad equivalente de CO₂ a través de la implantación de energías renovables, tecnologías de ahorro y eficiencia energética, entre otros. En 2010, el proyecto elegido ha sido el de “Conservación de la Amazonía en Madre de Dios, Perú”, cuyo objetivo es el de contribuir a reducir la pérdida de biodiversidad por impactos como la deforestación y la colonización desordenada. Además se contribuye, desde el punto de vista social, al desarrollo sostenible de productores rurales y comunidades indígenas que viven en la zona financiando proyectos de producción ecológica.

Banco Popular Portugal, en virtud del convenio firmado el pasado ejercicio con la Agencia Portuguesa de Energía, Home Energy y Era inmobiliaria, ha plantado 5.000 árboles en el Concejo de Peniche, uno por cada casa que, financiada por su red de sucursales y gestionada a través de la inmobiliaria citada, incorpore el certificado de eficiencia energética otorgado por la Agencia Portuguesa de Energía.

El Banco ha participado como jurado en la XII edición de los “Premios Garrigues Medio Ambiente”, galardón que distingue a las estrategias ecológicas de más éxito. Esta distinción la obtuvo el Popular en 2009 por el conjunto de iniciativas dirigidas a la concienciación y sensibilización ambiental de sus empleados.


Por otra parte, el Grupo Banco Popular continúa colaborando en el proyecto “Ecoescuelas” del Ayuntamiento de Villanueva del Pardillo (Madrid), un programa que difunde el conocimiento y respeto del medio ambiente entre la comunidad escolar.

1a

bancopopular-e
1ª entidad financiera
en España en
obtener el sello
CeroCO₂





 POPULAR

08

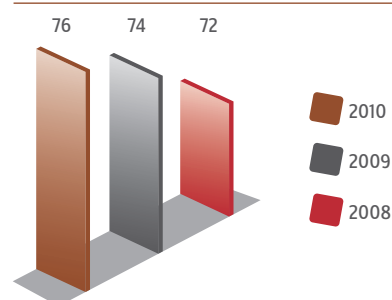
Acerca del Informe

Auditado por una firma independiente desde 2005, supone un ejercicio de transparencia anual sobre los impactos, actuaciones y compromisos del Grupo en relación al desarrollo sostenible de su actividad.

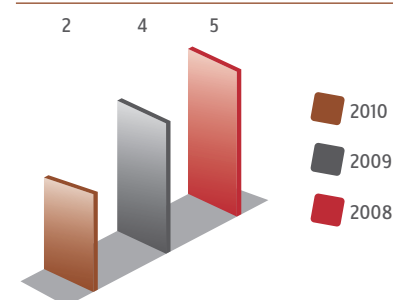
ASPECTOS SIGNIFICATIVOS	
Contenido del Informe	El Informe del Grupo en materia de sostenibilidad sigue el estándar G3 de GRI, junto con el suplemento financiero.
Principios tomados en cuenta para la elaboración del Informe	<ul style="list-style-type: none"> - Materialidad - Participación de los grupos de interés - Sostenibilidad - Exhaustividad - Equilibrio - Periodicidad - Claridad - Precisión y Fiabilidad
Nivel de calificación	El <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI) concede al Informe de RSC 2010 la calificación "A+", la más alta que otorga esta institución internacional.

RESULTADO DE LA VERIFICACIÓN

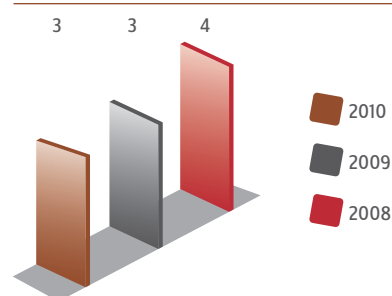
Indicadores con calificación
TOTAL



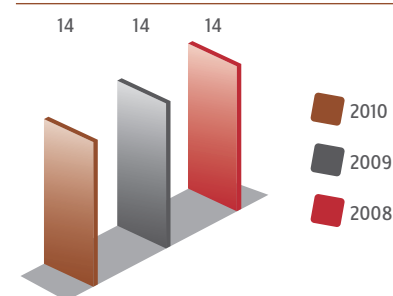
Indicadores con calificación
PARCIAL



Indicadores con calificación
NO DISPONIBLE



Indicadores con calificación
NO APLICA



8.1. 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 2010, 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 2009, se han incorporado nuevos indicadores del GRI que hacen hincapié en los aspectos más específicos del negocio financiero relacionados con la sostenibilidad.

En 2010, Banco Popular y Crédit Mutuel suscribieron un acuerdo para crear una nueva plataforma bancaria repartida al 50%. Los datos relevantes de esta entidad que están relacionados con las variables más significativas, han quedado reflejados en el presente Informe.

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

8.2. PRINCIPIOS Y ORIENTACIONES DE RSC

El contenido del Informe se adecúa 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 16 y se reflejan en el presente Informe.





FIGURA 16. Principios del *Global Reporting Initiative* (GRI) y su reflejo en el Informe del Grupo Banco Popular

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

8.3. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

8.3.1. Perfil

Perfil		Páginas
1	Estrategia y análisis	
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.	21, 66-68
2	Perfil de la organización	
2.1.	Nombre de la organización.	90
2.2.	Principales marcas, productos y/o servicios.	14-15, 35-41
2.3.	Estructura operativa de la organización.	14-15
2.4.	Localización de la sede principal de la organización.	IA (4)
2.5.	Número de países en los que opera la organización.	12
2.6.	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	14-15, 90, IA (4)
2.7.	Mercados servidos.	14-15
2.8.	Dimensión de la organización informante.	12, 14-15, 44-45
2.9.	Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad.	90
2.10.	Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	7
3	Parámetro de la memoria	
	<i>Perfil de la memoria</i>	
3.1.	Período cubierto por la información contenida en la memoria.	90
3.2.	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	90
3.3.	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	90
3.4.	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	14, 112
	<i>Alcance y cobertura de la memoria</i>	
3.5.	Proceso de definición del contenido de la memoria.	91
3.6.	Cobertura de la memoria.	90
3.7.	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	90
3.8.	La base para cubrir información en el caso de negocios conjuntos (<i>joint ventures</i>), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre períodos y/o organizaciones.	90
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.	90
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.	90

Perfil		Páginas
3.11.	Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	90
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.	90
4	Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	
	<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.	14-15, 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.	20
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.	15, 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.	12, 66-68, 78
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.	15-17, 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.	23, 68-87
4.13.	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	9
	<i>Participación de los grupos de interés</i>	
4.14.	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	8-9
4.15.	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	8-9, 14
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.	8-9, 14
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.	8-9

8.3.2. Enfoques de gestión

	Páginas
Dimensión del impacto de productos y servicios	
Políticas con contenidos ambientales y sociales específicos aplicados a las líneas de negocio. FS1	69, 78
Procedimientos para evaluar y seleccionar los riesgos sociales y ambientales en las líneas de negocio. FS2	(a), (b)
Procedimientos para asegurar y controlar el cumplimiento de los requisitos sociales y ambientales por parte de los clientes. FS3	(c)
Procedimientos para la mejora de las competencias del personal orientadas a la gestión de políticas sociales y ambientales. FS4	73
Interacciones con clientes y otros grupos de interés respecto a la gestión de riesgos y oportunidades ambientales y sociales. FS5	37, 62-63, 79
Dimensión económica	
Desempeño económico	66-68
Presencia en el mercado	14-15, 66-68
Impacto económico indirecto	67
Dimensión ambiental	
Materiales	81
Energía	81
Agua	81, 83
Biodiversidad	(d)
Emisiones, vertidos y residuos	84-85
Productos y servicios	79
Cumplimiento normativo	78
Transporte	86
Aspectos generales	78
Dimensión Social	
<i>Prácticas laborales y ética del trabajo</i>	
Empleo	44-45
Relación Empresa/Trabajadores	56-57
Salud y Seguridad en el trabajo	57-59
Formación y Educación	50-51
Diversidad e Igualdad de oportunidades	44-45, 53-54

	Páginas
<i>Derechos Humanos</i>	
Prácticas de inversión y aprovisionamiento	23
No discriminación	23, 44-45, 53-54
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	56-57
Abolición de la Explotación Infantil	23
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	23
Quejas y procedimientos conciliatorios	56-57
Prácticas de Seguridad	57-59
Derechos de los indígenas	23
<i>Sociedad</i>	
Comunidad	69-75
Corrupción	17
Política Pública	23
Comportamiento de Competencia Desleal	15-16
Cumplimiento normativo	15-16
<i>Responsabilidad sobre productos</i>	
Salud y Seguridad del Cliente	26, 32-33
Etiquetado de Productos y Servicios	26, 32
Comunicaciones de Marketing	32
Privacidad del Cliente	32-33
Cumplimiento normativo	15-16
Políticas de comercialización justa de productos y servicios financieros. FS15	32-33



8.3.3. Indicadores de desempeño

P/A	Impacto de Productos y Servicios	Alcance de Verificación	Páginas
	Lista de productos		
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	35-41
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	79
	Auditoría		
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)
	Propiedad Activa		
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	14, 35-41, 79
P	FS11. Porcentaje de activos sujetos a "screening" social y ambiental positivo y/o negativo.	Verificado	34-41
P	FS12. Políticas de voto aplicadas a cuestiones sociales o ambientales, sobre las cuales la organización informante ostenta el derecho de acciones de voto o asesoramiento de voto.	Verificado	78

P/A	Desempeño económico	Alcance de Verificación	Páginas
	Desempeño económico		
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	66-68
P	EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Verificado	79
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	50
	Presencia en el mercado		
A	EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Verificado	53
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	52
	Impactos económicos indirectos		
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	69-73
A	EC9. Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Verificado	67

P/A	Desempeño ambiental	Alcance de Verificación	Páginas
	Materiales		
P	EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	Verificado	81
P	EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Verificado	81-82, 84-85
	Energía		
P	EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Verificado	81
P	EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Verificado	81
A	EN5. Ahorro total de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Verificado	79-80
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	79-80
A	EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y reducciones logradas con dichas iniciativas.	Parcial	83, 86, (e)
	Agua		
P	EN8. Captación total de agua por fuentes.	Verificado	82
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)
	Biodiversidad		
P	EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	N.A.	(g)
P	EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios.	N.A.	(h)
A	EN13. Hábitats protegidos o restaurados.	N.A.	(h)
A	EN14. Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la diversidad.	N.A.	(h)
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.	(h)
	Emisiones, vertidos y residuos		
P	EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Verificado	86
P	EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Verificado	86
A	EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Verificado	82-86
P	EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	N.A.	(i)
P	EN20. NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N.A.	(i)
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	81-85
P	EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	N.A.	(j)

P/A	Desempeño ambiental	Alcance de Verificación	Páginas
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.	(j)
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.	(g)
	Productos y servicios		
P	EN26. Iniciativas para mitigar los impactos medioambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	Verificado	83-84
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.	(j)
	Cumplimiento normativo		
P	EN28. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa medioambiental.	Verificado	78
	Transporte		
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	80-86
	General		
A	EN30. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones medioambientales.	Verificado	79

P/A	Prácticas laborales y ética del trabajo	Alcance de Verificación	Páginas
	Empleo		
P	LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Verificado	47-49
P	LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	Verificado	48
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	54-55
	Relaciones Empresa/Trabajadores		
P	LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	Verificado	56
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
	Salud y Seguridad en el trabajo		
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	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	57-58
P	LA9. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Verificado	57

P/A	Prácticas laborales y ética del trabajo	Alcance de Verificación	Páginas
	Formación y Educación		
P	LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Verificado	50
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	50-51
A	LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Verificado	53
	Diversidad e igualdad de oportunidades		
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	14
P	LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Verificado	45, 53

P/A	Derechos Humanos	Alcance de Verificación	Páginas
	Prácticas de inversión y abastecimiento		
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	34, 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
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.	Verificado	52
	No discriminación		
P	HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Verificado	45
	Libertad de Asociación y convenios colectivos		
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.	Verificado	56-57
	Explotación infantil		
P	HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Verificado	23
	Trabajos Forzados		
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.	Verificado	23
	Prácticas de Seguridad		
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.	Verificado	52
	Derechos de los Indígenas		
A	HR9. Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Verificado	23

P/A	Sociedad	Alcance de Verificación	Páginas
	Comunidad		
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.	Parcial	40, 78, (k)
P	FS13. Acceso a servicios financieros en áreas despobladas/desfavorecidas por tipo de acceso.	Verificado	28-29
P	FS14. Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a la gente con minusvalías o impedimentos.	Verificado	28-29
	Corrupción		
P	SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Verificado	17
P	SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	Verificado	17
P	SO4. Medidas tomadas en respuesta a los síntomas de corrupción.	Verificado	15
	Política Pública		
P	SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	Verificado	23
A	SO6. Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Verificado	28
	Comportamiento de Competencia Desleal		
A	SO7. Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Verificado	15
	Cumplimiento normativo		
P	SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Verificado	15

P/A	Responsabilidad sobre productos	Alcance de Verificación	Páginas
	Salud y Seguridad del Cliente		
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	26
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	26
	Etiquetado de Productos y Servicios		
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	32
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	32-33
A	PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción.	Verificado	26. 30-31

P/A	Responsabilidad sobre productos	Alcance de Verificación	Páginas
P	FS16. Iniciativas para ampliar la cultura financiera, desglosadas por tipos de beneficiarios.	Verificado	46, 49
	Comunicaciones de marketing		
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	32
A	PR7. Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Verificado	32
	Privacidad del cliente		
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	32
	Cumplimiento normativo		
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	32

NOMENCLATURA

P / A:	P: Indicador Principal A: Indicador Adicional	Verificado:	Verificación Total
IA:	Informe Anual	Parcial:	Verificación Parcial
IGC:	Informe de Gobierno Corporativo	N.A.:	No Aplica
		N.D.:	No Disponible

LINKS DE INTERÉS

Informe Anual
Informe de Gobierno Corporativo

NOTAS ACLARATORIAS

(a)	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.
(b)	El Grupo establecerá a medio plazo los procedimientos para la evaluación de estos riesgos y las correspondientes auditorías.
(c)	Se instaurarán a medio plazo sistemas de medición de la satisfacción del cliente con respecto a la totalidad de los productos y servicios ofrecidos.
(d)	El Grupo tiene sus sedes en terrenos urbanos. Debido al carácter estrictamente financiero de su actividad, no afecta significativamente a la biodiversidad.
(e)	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.
(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)	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.
(h)	El carácter financiero de los productos y servicios del Grupo no generan un impacto directo significativo en la biodiversidad.
(i)	El Grupo no emite sustancias destructoras de la capa de ozono, incluidas en los Anexos correspondientes del Protocolo de Montreal.
(j)	La información carece de relevancia dada la actividad financiera del Grupo.
(k)	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.

8.4. INFORME DE VERIFICACIÓN



INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2010 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 2010 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 2010.
- 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.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., Paseo de la Castellana, 43, 28046 Madrid, España
T: +34 915 684 400 F: +34 913 083 566, www.pwc.com/es

R. M. Madrid, Niza 87, 28014, Niza 75, Niza 8, 2207, Niza 8, 2204, Niza 27, Pórtico de la R. D. S. C. con el número 22242 - CIF: B-79 2291222



- 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 2010. 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 2010 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.

Ferran Rodríguez
Socio

17 de febrero de 2011



Anexos al Informe relativo a la verificación externa de los indicadores del Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 de Grupo Banco Popular

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

Indicadores Económicos				
Aspecto	Tipo	G3	Descripción	Conclusión
Desempeño Económico	Principal	EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos operativos, planes de compensación a empleados, donaciones y otras inversiones en comunidades, ganancias retenidas y pagos a accionistas e impuestos.	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 en 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 total de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Total



Indicadores Medioambientales (Cont.)

Energía	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 reducciones logradas con dichas iniciativas.	Parcial
Agua	Principal	EN8	Captación total de agua por fuentes.	Total
	Adicional	EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No aplica
	Adicional	EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No aplica
Biodiversidad	Principal	EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No aplica
	Principal	EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios.	No aplica
	Adicional	EN13	Habitats protegidos o restaurados.	No aplica
	Adicional	EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la diversidad.	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



Indicadores Medioambientales (Cont.)				
Emisiones, vertidos y residuos	Adicional	EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No aplica
	Adicional	EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	No aplica
Productos y servicios	Principal	EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Total
	Principal	EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	No aplica
Cumplimiento normativo	Principal	EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Total
Transporte	Adicional	EN29	Impactos medio 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 medioambientales.	Total
Indicadores Sociales				
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 de jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad temporal.	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 salud y seguridad conjuntos de empresa-empleado, para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad 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



Indicadores Sociales (Cont.)				
Salud y seguridad en el trabajo	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



Indicadores de desempeño en materia de Derechos Humanos (Cont.)				
Trabajo forzado	Principal	HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Total
Prácticas de seguridad	Adicional	HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Total
Derechos de los indígenas	Adicional	HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Total
Indicadores del desempeño 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.	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 anticorrupción de la organización.	Total
	Principal	SO4	Medidas tomadas en respuesta a los síntomas de corrupción.	Total
Políticas públicas	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


Indicadores de desempeño respecto a la responsabilidad sobre productos (Cont.)

Salud y seguridad del cliente	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 dichas incidencias.	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 dichas incidencias.	Total
	Adicional	PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Total
Comunicaciones de Marketing	Principal	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.	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				
Aspcción	Tipo	G2	Descripción	Conclusión
Lista de Productos	Principal	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.	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 sociales.	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.	Total
	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 despobladas/desdesevridas por tipo de acceso.	Total
	Principal	FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros 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 30. GRI - Nivel de Calificación - 2010

	2002 In Accordance	C	C+	B	B+	A	A+
Mandatory Self Declared			Report Externally Assured		Report Externally Assured		✓
Optional Third Party Checked							✓
GRI Checked							✓



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **BANCO POPULAR** ha presentado su memoria "Corporate Social Responsibility Report 2010" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A+.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI.

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

3 de marzo de 2011, Amsterdam

Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative



Se ha añadido el signo "+" al Nivel de Aplicación porque BANCO POPULAR ha solicitado la verificación externa de (parte de) su memoria. GRI acepta el buen juicio de la organización que ha elaborado la memoria en la elección de la entidad verificadora y en la decisión acerca del alcance de la verificación.

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. www.globalreporting.org

Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 21 de febrero de 2011. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.



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

Tel.: +34 915 207 300

Agradecimientos:

Fotografías capítulo 6: Cooperación Internacional ONG, Fundación Konecta, PLAN Internacional y Manos Unidas.

De forma especial, agradecemos la participación de todos los empleados que enviaron fotografías para ilustrar el presente informe a través del concurso de fotográfico "¡Participa en el Informe de RSC!"