



**2011**  
informe de  
responsabilidad  
social corporativa









# Índice

<b>CARTA DEL PRESIDENTE</b> .....	4
<b>1 GRUPO BANCO POPULAR</b> .....	6
1.1. Visión general .....	7
1.2. Estructura .....	9
1.3. Accionistas .....	10
1.4. Sistemas de cumplimiento y control .....	12
<b>2 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA</b> .....	14
2.1. RSC en Grupo Banco Popular .....	15
2.2. Logros y retos .....	18
2.3. Posicionamiento ante las iniciativas de RSC .....	19
<b>3 ORIENTACIÓN AL CLIENTE</b> .....	20
3.1. El cliente, eje del modelo de negocio .....	21
3.2. Atención al cliente .....	23
3.3. Protección y seguridad de las operaciones .....	27
3.4. Desarrollo responsable de la actividad .....	28
3.5. Productos con especial beneficio social .....	30
<b>4 LAS PERSONAS EN EL GRUPO</b> .....	34
4.1. Gestión de recursos humanos en Grupo Banco Popular .....	35
4.2. Selección y contratación .....	35
4.3. Gestión de personas .....	38
4.4. Formación .....	44
4.5. Comunicación y participación .....	46
4.6. Seguridad y salud .....	47

<b>5</b>	<b>RELACIÓN CON PROVEEDORES</b>	<b>50</b>
	5.1. Perfil de proveedores y volumen de compras	51
	5.2. Gestión de proveedores	52
	5.3. Participación en foros empresariales	53
<b>6</b>	<b>COMPROMISO CON LA SOCIEDAD</b>	<b>54</b>
	6.1. Impacto en la economía	55
	6.2. Inversión social	56
<b>7</b>	<b>GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL</b>	<b>62</b>
	7.1. Gestión ambiental global en Grupo Banco Popular	63
	7.2. Plan de eficiencia energética y reducción del impacto ambiental	63
	7.3. Financiación de proyectos de impacto ambiental positivo	67
	7.4. Formación y sensibilización medioambiental de los empleados	68
	7.5. Cumplimiento de la legislación medioambiental y de los compromisos voluntariamente asumidos por el Grupo	69
<b>8</b>	<b>ACERCA DEL INFORME</b>	<b>70</b>
	8.1. Alcance del Informe de RSC	71
	8.2. Principios y orientaciones del Informe de RSC	71
	8.3. Índice de contenidos GRI	73
	8.4. Informe de verificación	82
	8.5. GRI - nivel de calificación	89





## CARTA DEL PRESIDENTE

Tengo el placer de presentar el Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2011 de Banco Popular. En él se recogen los esfuerzos realizados, las iniciativas emprendidas y los resultados alcanzados durante el pasado ejercicio, seguramente uno de los más complicados a los que nos hemos enfrentado en décadas. Un año en el que hemos sabido mantener nuestro modelo de banca, que sigue siendo exitoso incluso en un entorno más difícil, y adaptar nuestra estrategia a la nueva situación del mercado y a las necesidades de reestructuración del sistema financiero español.

Durante la elaboración de este Informe hemos tenido ocasión de revisar, en profundidad y con perspectiva, nuestras actuaciones y sus efectos en los diversos grupos de interés con los que nos relacionamos, así como en el propio Banco. Los resultados de nuestra actividad reflejan el compromiso y la capacidad de Banco Popular para hacer frente a los desafíos del momento, en su apuesta clara y decidida por un modelo de negocio que aúna el comportamiento socialmente responsable con el crecimiento rentable.

La responsabilidad social es, desde los comienzos de la actividad del Banco, una parte esencial de nuestra identidad. Tenemos el firme convencimiento de que el futuro de Banco Popular pasa por seguir siendo fieles a los valores y a la cultura empresarial que nos define. Nuestro modelo de negocio, en un año tan convulso y repleto de adversidades como ha sido 2011, ha demostrado ser un modelo correcto. Somos un banco comercial, cuya actividad se asienta sobre la base de atender a familias y empresas con un servicio de alta calidad, rentabilidad y eficiencia. Un modelo que permite la generación de márgenes de explotación sólidos y recurrentes en todas las fases del ciclo económico. En definitiva, una cultura de negocio que permite al Banco ser altamente competitivo potenciando el desarrollo sostenible de su actividad.

Durante 2011 Banco Popular ha llevado a cabo una serie de operaciones orientadas a la consecución de un desarrollo favorable del negocio, de las personas y del entorno. Destacan en este sentido el refuerzo de la alianza estratégica con Allianz y la oferta pública de adquisición de Banco Pastor, entidad con la que compartimos cultura y orientación comercial. Estamos preparados para el cambio cuando éste se presenta como el más adecuado para afrontar el futuro.

Desde la perspectiva medioambiental, el Banco ha continuado con su firme compromiso de proteger y conservar el entorno a través del desarrollo de distintas iniciativas de eficiencia energética, reducción de emisiones y gestión de residuos.

En el ámbito social, apoyamos las iniciativas de organizaciones de la sociedad civil, entidades públicas e instituciones académicas y facilitamos el desarrollo de programas dirigidos a la generación de valor social. Entre estas iniciativas corresponde reconocer el compromiso cívico de aquellos empleados que han dedicado parte de su tiempo a participar en un buen número de acciones de voluntariado.

*“Los resultados de nuestra actividad reflejan el compromiso y la capacidad de Banco Popular para hacer frente a los desafíos del momento, en su apuesta clara y decidida por un modelo de negocio que aúna el comportamiento socialmente responsable con el crecimiento rentable”.*

El conjunto de avances logrados no hubiese sido posible sin la profesionalidad, la responsabilidad y el apoyo de cada una de las mujeres y hombres del Grupo, a los que manifiesto mi agradecimiento por su esfuerzo y dedicación diarios, convencido de que tenemos la mejor plantilla de banca comercial de España.

El año 2012 se prevé muy duro para la economía europea y especialmente severo para la española. Entre tanta incertidumbre e inmersos como estamos en la reestructuración del sector financiero, es el momento de plantear no sólo reformas estructurales como las que están en camino, sino también políticas encaminadas a favorecer el crecimiento. Banco Popular, por responsabilidad con sus accionistas, clientes y empleados, seguirá pendiente de todas aquellas oportunidades que surjan sin poner en riesgo nuestro modelo ni nuestra independencia. Estamos seguros de que todos juntos continuaremos trabajando cada día para desarrollar los proyectos que nos permitan seguir creciendo y fortalecernos.

El Informe, como en años anteriores, ha sido elaborado siguiendo los criterios marcados por Global Reporting Initiative para las entidades financieras y ha estado sometido a la evaluación de auditores externos. Espero que su lectura ayude a una mejor comprensión de la cultura y valores que rigen nuestra actividad. Las iniciativas y acciones que se exponen en este documento son el reflejo de la apuesta decidida de Banco Popular por un crecimiento que va más allá del aspecto meramente económico: un crecimiento integral y socialmente responsable.

*“El conjunto de avances logrados no hubiese sido posible sin la profesionalidad, la responsabilidad y el apoyo de cada una de las mujeres y hombres del Grupo, a los que manifiesto mi agradecimiento por su esfuerzo y dedicación diarios, convencido de que tenemos la mejor plantilla de banca comercial de España”.*



Ángel Ron  
Presidente



# 01

## Grupo Banco Popular

Solvencia, liquidez y un modelo de negocio basado en la fortaleza comercial son los pilares fundamentales que el Grupo ha reforzado a lo largo de su trayectoria.

### 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.

### INICIATIVAS RELEVANTES 2011

Evolución del negocio	El Grupo se consolida como una de las entidades financieras más solventes del mercado español y una de las más eficientes y mejor gestionadas de Europa.
Accionistas	Más de 149.600 accionistas, un 1,15% más que en 2010. Un 62,91% de <i>Free Float</i> .
Resultados económicos	- Activos totales gestionados: 143.389 millones de euros. - Créditos a la clientela: 98.873 millones de euros. - Resultado antes de impuestos: 444 millones de euros. - Ratio de eficiencia 42,15%, la mejor de la banca española.
Estructura	- Adquisición de Banco Pastor que se hará efectiva en el primer trimestre de 2012. - Lanzamiento de Targobank como nueva plataforma bancaria creada conjuntamente con Crédit Mutuel. - Constitución de Allianz Popular Holding participada al 40% por Banco Popular y al 60% por Allianz.

### RETO 2012

Creación y consolidación del Club del Accionista con acceso a ofertas financieras y no financieras de interés.



## 1.1. VISIÓN GENERAL

### 1.1.1. 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.

FIGURA 1. Cultura corporativa y principios de actuación de Grupo Banco Popular



### 1.1.2. Estrategia y Política de Gestión

El modelo de negocio del Grupo, orientado a la banca comercial y minorista y enfocado a la rentabilidad, se concentra en la Península Ibérica. Centrado en este modelo de banca tradicional, en 2011, el Grupo se ha visto beneficiado por la gestión de márgenes, su eficiencia, la fortaleza de capital y una situación solvente 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. Principales variables financieras

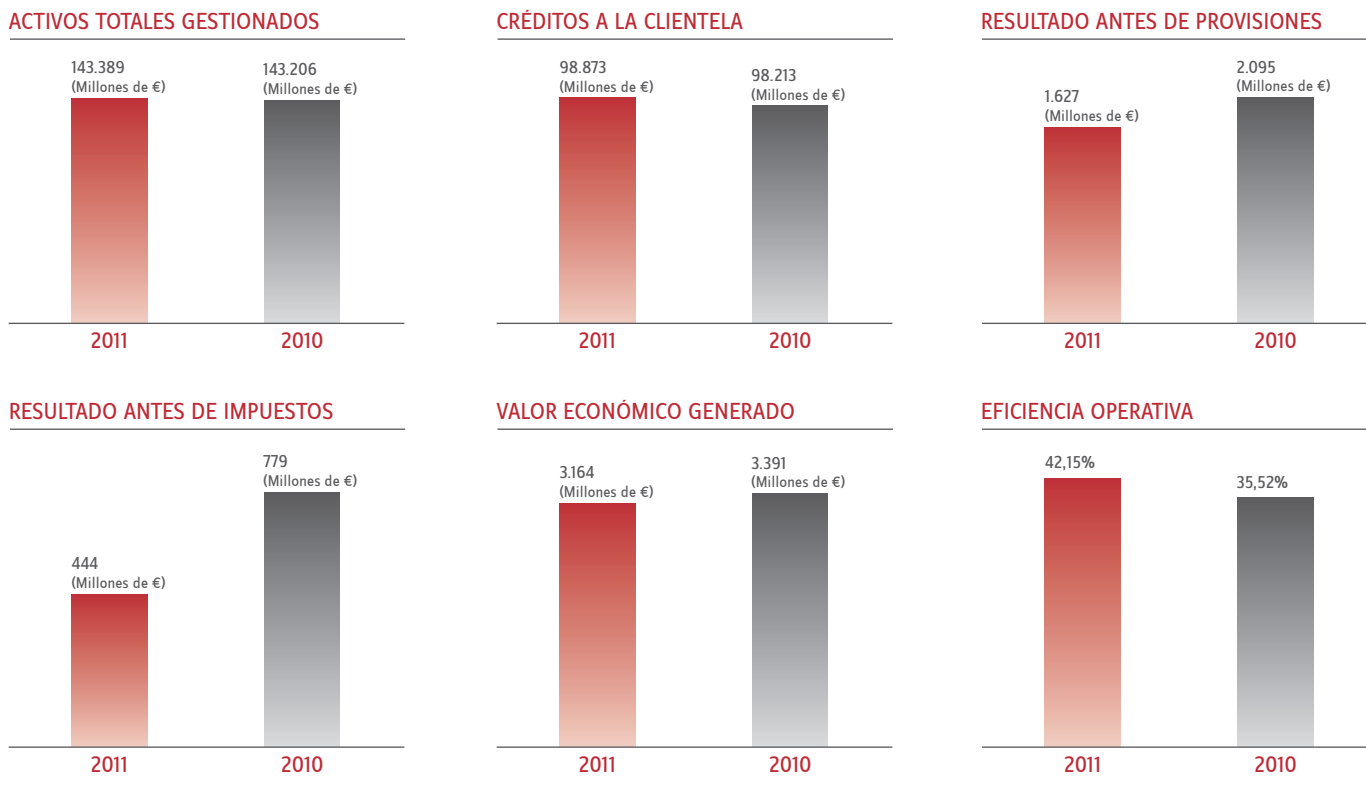
Banco Popular, ante la situación de crisis acaecida durante 2011, ha reforzado aún más sus pilares fundamentales de solvencia, liquidez y modelo de negocio basado en la fortaleza comercial. En solvencia, el Grupo es uno de los líderes de la banca española y en liquidez se mantiene una situación holgada con respecto al sector. Se ha reforzado, además, el modelo de negocio comercial con la atracción de más de 237.000 nuevos clientes particulares y 59.000 empresas.

Banco Popular ha demostrado su capacidad de generación de ingresos, constituyendo provisiones por importe de 1.690 millones euros en 2011. Además, se ha consolidado como una de las entidades españolas más solventes, pasando a tener una ratio de *core capital* del 6,47% en 2007 al 10,04% actual. Una gestión prudente de la liquidez ha posibilitado que el Banco haya sido pionero en la creación de una segunda línea de liquidez que le permite tener cubiertos sus vencimientos hasta 2015. Por otro lado, la ratio de eficiencia del 42% permite al Banco liderar este *ranking* entre las entidades domésticas en España, que mantienen una media del 48%, siendo así una de las entidades más eficientes y mejor gestionadas de Europa.

Tras efectuar las citadas provisiones, el beneficio neto atribuido de Grupo Banco Popular se sitúa en los 479 millones de euros, un 18,7% menos que el ejercicio anterior.

Los **PILARES BÁSICOS** del negocio son la solvencia, la liquidez y la fortaleza comercial

FIGURA 2. Principales variables financieras - 2010/2011 (\*)



(\*) Debido a la operación con Allianz, la información del 2010 ha sido reclasificada con el fin de facilitar su comparabilidad.

### 1.1.4. Principales premios y reconocimientos

- Banco Popular mantiene su presencia en el índice FTSE4GOOD, uno de los índices de sostenibilidad de referencia para aquellos inversores que desean identificar empresas con prácticas de negocio responsables.
- Banco Popular, galardonado por FEDEPE por su política de empresa a favor de la igualdad. El objetivo de los Premios FEDEPE es reconocer a aquellas mujeres que han destacado profesionalmente en su desempeño laboral, directivo y empresarial, así como a las empresas que hayan favorecido e impulsado el papel de la mujer en el ámbito laboral.
- Premios Expansión & Empleo a la Innovación en los Recursos Humanos. Banco Popular ha sido reconocido por el "Programa Impulsando Talento" que tiene por objetivo formar una cantera de futuros directivos de áreas especializadas.
- Renovación del sello Madrid Excelente. Banco Popular renueva la marca de garantía Madrid Excelente, sello de calidad impulsado por la Comunidad de Madrid que se otorga a las organizaciones que apuestan por la calidad, la innovación y la excelencia en su gestión y contribuyen al aumento de la competitividad.
- Depósito Gasol, Premio al Mejor Producto Bancario de 2010 de la revista *Inversión y Finanzas*. Banco Popular ha recibido el Premio al Mejor Producto Bancario por el Depósito Gasol. El galardón fue recibido por el Director General de Negocio, Ángel Rivera. Los premios son votados por los propios lectores, después de haber sido propuestos por la redacción, lo que da mayor relevancia al reconocimiento.
- Popular Gestión, Premio a la Mejor Gestora Mediana de España. El galardón reconoce la consistencia en la gestión de toda la gama de fondos de Popular Gestión durante los últimos cuatro años y acredita a Popular Gestión como la mejor gestora mediana española por la prestigiosa firma de análisis independiente a nivel mundial, Fundclass.
- bancopopular-e obtiene por segundo año consecutivo el sello CeroCO<sub>2</sub>, promovido por las organizaciones sin ánimo de lucro Fundación Ecología y Desarrollo y Acciónatura. Bancopopular-e ha vuelto a obtener el sello CeroCO<sub>2</sub> al haber cumplido con el compromiso de reducción de emisiones adquirido en 2010.

## 1.2. ESTRUCTURA

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 para la recepción de sugerencias y consultas de los grupos de interés del Banco es el buzón de correo: [rsc@bancopopular.es](mailto: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 28% tienen menos de 55 años, el 50% entre 56 y 70 y el 22% restante más de 71 años. Más del 67% son hombres, un 11% son mujeres y un 22% personas jurídicas. Asimismo, el 11% son de nacionalidad extranjera.

La dirección del negocio corresponde a la Dirección General, compuesta por 4 directores generales, 3 directores generales adjuntos y 1 subdirector general, correspondientes a las siguientes áreas:

- Gabinete de Presidencia
- Secretaría General Técnica
- Corporativa y Finanzas
- Negocio
- Riesgos, Intervención e Integración
- Morosidad
- Control y Auditoría
- Recursos técnicos

La Dirección General se reúne mensualmente en el Comité de Dirección y es presidido de manera rotativa por cada uno de los miembros que lo componen.

### BANCO POPULAR Y BANCO PASTOR: UNA INTEGRACIÓN BENEFICIOSA PARA AMBAS PARTES

En octubre de 2011, Banco Popular presentó una oferta de adquisición por el 100% de Banco Pastor. Para Banco Popular, la adquisición se enmarca dentro de la estrategia de crecimiento y de creación de valor para sus accionistas, clientes y empleados. Banco Pastor, por su parte, mantendrá su marca como banco regional en el mercado gallego.

Se trata de una operación que generará sinergias para dos entidades que comparten una cultura que sitúa al cliente en el centro de su actividad y un modelo de negocio complementario con fuerte foco en las PYMEs.

En 2011, la operación no ha producido ningún efecto ni desde el punto de vista organizacional ni contable, estando previsto que la integración se haga efectiva en el primer trimestre de 2012.



### 1.2.1. Bancos filiales y sociedades operativas

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). Por otra parte, en base al acuerdo suscrito en 2010, Banco Popular y Crédit Mutuel crearon la plataforma bancaria Targobank repartida al 50%.

### BANCO POPULAR Y ALLIANZ CREAN ALLIANZ POPULAR HOLDING

La nueva compañía integra los negocios de seguros y pensiones actuales así como la gestión de fondos de inversión.

Allianz Popular Holding integra las empresas que ya compartían en su momento Banco Popular y Allianz (Eurovida y Europensiones), a las que se añade Popular Gestión.

La compañía está participada en un 40% por Banco Popular y en un 60% por Allianz.



En 2011 Banco Popular y Crédit Mutuel han lanzado su **NUEVA MARCA COMERCIAL: Targobank**

Además, el Grupo cuenta con otras sociedades filiales y mantiene participaciones en otras que complementan el negocio financiero.

FIGURA 3. Estructura de Grupo Banco Popular por entidades - 2011



#### Centros off-shore

Desde que en 2004 la Comisión Ejecutiva del Banco estableciera la política en relación con los establecimientos *off-shore*, se mantiene el compromiso de reducir paulatinamente su actividad como paso previo al cese de la misma en aquellos casos en los que fuera viable. A cierre del ejercicio 2011, el número de establecimientos *off-shore* no ha variado con respecto a 2010.

### 1.3. ACCIONISTAS

El número de accionistas del Grupo ha alcanzado la cifra de 149.618, frente a los 147.943 accionistas del ejercicio 2010, lo que implica un crecimiento del 1,15% respecto al año anterior.

FIGURA 4. Composición del accionariado de Banco Popular Español - 2011



### BANCO POPULAR FORTALECE SU RELACIÓN CON ACCIONISTAS EN MATERIA DE RSC

El Grupo ha definido el desarrollo de las siguientes actuaciones en materia de RSC con el fin de avanzar en la gestión de las expectativas de su base de accionistas:

- “Planes Impulso”. Consisten en la financiación de programas de formación articulados por entidades sociales que tengan como fin la integración laboral de las personas con discapacidad. En su primera edición, que dará comienzo en 2012, los “Planes Impulso” se desarrollarán en colaboración con la Fundación Síndrome de Down de Madrid e irán dirigidos de manera exclusiva a los accionistas del Banco y sus familiares directos.
- “Proyectos Impulso”. Tienen por objetivo la financiación de proyectos sociales, articulados por entidades del tercer sector, que actúen a favor de la integración laboral de personas con discapacidad y que cuenten con el respaldo de un accionista del Banco. La primera edición de los “Proyectos Impulso” dará comienzo en 2012.

Adicionalmente, en 2011 se ha difundido entre los accionistas el “Programa de Voluntariado Corporativo” del Banco. El objetivo ha sido invitarles a registrarse como voluntarios en el portal *con tu ayuda* y a participar en las oportunidades de voluntariado desarrolladas por el Banco y entidades del tercer sector.



#### 1.3.1. Accionistas minoristas

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.

Además, a través de la lista de distribución de la Oficina, el accionista puede estar informado puntualmente del pago de dividendos, Juntas de Accionistas, presentaciones de resultados y otros datos relevantes sobre el Grupo y la acción de Banco Popular.

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

Durante 2011, las preguntas más frecuentes de los accionistas se han referido a los dividendos, a la integración con Banco Pastor, a las ampliaciones de capital y a la emisión de obligaciones convertibles.

Además, se ha impulsado el “Programa Banco Popular: un dividendo a su medida” ofreciendo a los accionistas, en dos de los pagos de dividendos, la posibilidad de elegir entre recibir el importe en efectivo o acciones nuevas. El 74% del capital social del Banco optó por recibir nuevas acciones, lo que pone de manifiesto la fortaleza de la base accionarial.

Como novedad, y en línea con nuestra política de acercamiento al accionista, el Banco ha estado presente en las dos principales ferias bursátiles: Bolsalia en Madrid y Borsadiner en Barcelona, donde se reforzó la relación con inversores minoristas, atendiendo sus inquietudes y recibiendo sus sugerencias.

#### 1.3.2. 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, *road shows* y reuniones, tanto nacionales como internacionales. En 2011, se ha participado en 10 conferencias y 7 *road shows* en ciudades españolas, europeas y americanas. Además se han mantenido numerosas reuniones con más de 400 inversores y la treintena de analistas que cubren la acción de Popular.

## 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.

Grupo Banco Popular colabora permanentemente con las autoridades supervisoras en el cumplimiento de sus funciones, especialmente en lo que respecta a su compromiso por la transparencia en la información al mercado. Durante el ejercicio 2011, no se han recibido multas significativas derivadas del incumplimiento de la normativa reguladora de la libre competencia y prácticas monopolísticas, ni 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. Las funciones de cada uno de ellos, se describen detalladamente en el *Informe Anual* y el *Informe de Gobierno Corporativo*.

FIGURA 5. Principales órganos de gobierno y control - 2011





### 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, no habiendo sido sancionado el Banco por estas conductas en 2011. 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.

#### 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. En la intranet, los empleados disponen, además, de un área 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 también 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

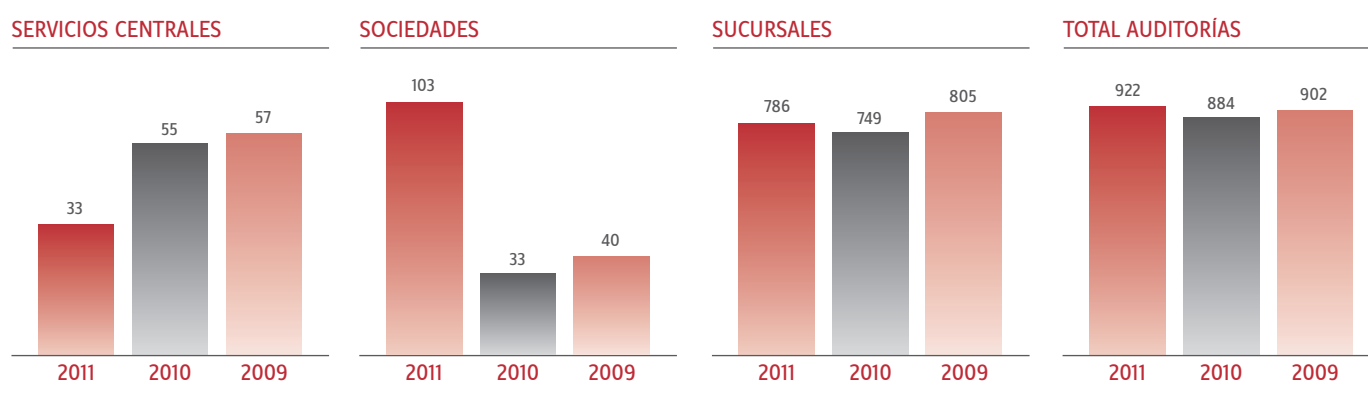
Las políticas y procedimientos establecidos por el Grupo para el seguimiento y control del riesgo se recogen con detalle en el *Informe Anual* y el *Informe de Gobierno Corporativo*. Entre estas medidas destacan la implantación de herramientas para responder a las exigencias derivadas de la implantación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

En 2011, el 37,68% del total de sucursales y el 20,97% del total de sociedades han sido auditadas; 846 de un total de 2.245 y 13 de un total de 62, respectivamente.

922

Se han llevado a cabo 922 auditorías internas durante 2011

FIGURA 6. Tipología y número de auditorías internas - 2009/2011 (\*)



(\*) En la metodología de cálculo de las auditorías realizadas en 2011, se han considerado Banco Popular Portugal y TotalBank como "Sociedades"

Adicionalmente, se han llevado a cabo 15 auditorías de riesgos y 8 auditorías informáticas, con las que el Banco ha supervisado aspectos como, los modelos internos de riesgo de crédito y operacional, la gestión del ciclo de vida de infraestructuras y sistemas informáticos, así como la protección de los activos de información, entre otros.



# 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.

### LA RSC EN GRUPO BANCO POPULAR

Estrategia	La Responsabilidad Social Corporativa es un elemento transversal en el desarrollo de la actividad del Grupo.
Estructura orgánica	La Oficina de RSC, encargada 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 2011

Lanzamiento e implantación del "Plan Transversal de Formación en RSC 2011-2013".

Elaboración y aprobación del *Código de Conducta* de Grupo Banco Popular.

Nuevo posicionamiento del bancopopular-e como entidad comprometida con su entorno social y medioambiental.

Incremento de las iniciativas de sensibilización y comunicación en materia de RSC.

### RETO 2012

Ampliación del alcance del "Plan Global de Discapacidad" a los principales grupos de interés.

## 2.1. RSC EN 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, se encarga de dirigir la estrategia en esta materia, además de atender la creciente demanda de información proveniente tanto de agentes externos como de los propios empleados.

La RSC se establece como un

**ELEMENTO TRANSVERSAL**

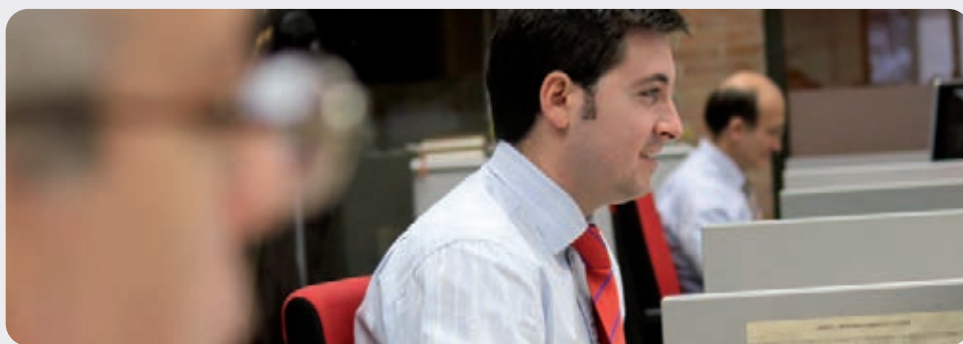
que permite potenciar el crecimiento económico y sostenible del negocio

#### ELABORACIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA DE GRUPO BANCO POPULAR

Durante 2011, se ha aprobado la elaboración del *Código de Conducta*, que recoge el catálogo de normas de conducta, tanto en las relaciones internas como con respecto a terceros, que han de regir la actuación de todos los empleados del Grupo.

Junto con el Código, se ha acordado implementar un nuevo canal de denuncias como sistema que permita a administradores, personal de Alta Dirección y empleados en general, poner en conocimiento de la Unidad de Vigilancia, de manera confidencial, las infracciones del *Código de Conducta*, de los Principios de Actuación, irregularidades de naturaleza financiera y contable o, en general, cualquier actuación fraudulenta cometida por cualquier persona o entidad sujeta a su cumplimiento.

El Código no sustituye al anterior *Libro de Estilo* del Grupo, sino que lo complementa y es congruente con su contenido. En dicho documento, se exponen las normas y los criterios éticos que han configurado el Grupo a lo largo de los años.



### 2.1.2. Grupos de interés: identificación, selección y gestión

Grupo Banco Popular define sus grupos de interés como todas aquellas personas naturales o jurídicas que, de alguna manera, influyen o se ven influenciadas por las actividades que desempeña el Banco y que contribuyen a su progreso. Bajo este criterio se han identificado y seleccionado los diferentes grupos de interés.

Además, uno de los aspectos clave de la actuación del Grupo en materia de RSC es la gestión de las expectativas de sus grupos de interés. Por ello, en base a las características específicas de cada colectivo, se establecen diversos objetivos y se definen las diferentes actuaciones que el Grupo desarrolla para dar respuesta a las demandas de cada uno de ellos.

A continuación, se muestran las diferentes tipologías de grupos de interés que el Banco ha identificado y seleccionado como prioritarios, así como los objetivos y principales actuaciones que se han definido para dar respuesta a sus expectativas.

TABLA 1. Grupos de interés: objetivos y principales actuaciones

GRUPOS DE INTERÉS	TIPOLOGÍA	OBJETIVOS	PRINCIPALES ACTUACIONES
Accionistas e inversores	Accionistas minoristas	Facilitar la participación de los accionistas en las decisiones relevantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Más de 40 conferencias financieras y encuentros con inversores y analistas.</li> <li>"Planes Impulso".</li> <li>"Proyectos Impulso".</li> </ul>
	Accionistas institucionales	<p>Garantizar la rapidez de información de los acontecimientos que puedan afectar a la valoración de la acción.</p> <p>Fortalecer la relación establecida con los accionistas mediante una oferta de valor no financiera vinculada a la RSC.</p>	
Clientes	Particulares	Prestar un servicio próximo y personalizado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Modelo de calidad comercial.</li> </ul>
	Empresas	<p>Apoyar el desarrollo de las PYMEs.</p> <p>Ofrecer productos y servicios adecuados a sus necesidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Líneas de financiación preferente para empresas: <ul style="list-style-type: none"> <li>- ICO</li> <li>- ICEX</li> <li>- BEI</li> </ul> </li> <li>Colaboración con bancos internacionales de desarrollo: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Banco Asiático</li> <li>- BERD</li> <li>- CFI (Banco Mundial)</li> </ul> </li> </ul>
		Apoyar la expansión internacional.	
	Trabajadores extranjeros	Contribuir a la inserción socioeconómica de colectivos que presentan necesidades específicas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Programa Trabex"</li> </ul>
	Colectivos con baja bancarización		<ul style="list-style-type: none"> <li>309 oficinas en ámbitos rurales o con baja densidad de población.</li> </ul>
Personas con capacidades diferentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accesibilidad web.</li> <li>Adaptación física de centros de trabajo.</li> <li>Servicio de atención telefónica para personas con discapacidad auditiva: Tesor.</li> </ul>		
Empleados	En activo	<p>Contribuir a su capacitación mediante la formación y su desarrollo profesional.</p> <p>Atraer y mantener el talento.</p> <p>Conciliar vida laboral y personal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Código de Conducta de empleados.</i></li> <li>"Plan Transversal de Formación en RSC 2011- 2013".</li> <li>"Programa Impulsando Talento".</li> <li>"Programa Somos Diversidad".</li> <li>"Plan Concilia".</li> </ul>
	Prejubilados y jubilados	<p>Beneficiar al colectivo de ex-empleados del Banco con condiciones preferentes vinculadas a la vida en activo.</p> <p>Mantener el vínculo con el Banco de un colectivo de gran trascendencia para la entidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Club Popular</li> </ul>
Proveedores	Proveedores residentes	Garantizar la igualdad de oportunidades, la accesibilidad y la transparencia en la gestión de la cadena de suministro.	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Código de Conducta de proveedores.</i></li> <li>Sistema de homologación.</li> <li>Modelo de gestión de compras.</li> </ul>
	Proveedores no residentes	Promover y difundir una actuación responsable con proveedores.	

GRUPOS DE INTERÉS	TIPOLOGÍA	OBJETIVOS	PRINCIPALES ACTUACIONES
Sociedad	Entorno socioeconómico español	Crear valor económico y mantenimiento del empleo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valor económico distribuido: 1.293 millones de €.</li> <li>• Apoyo financiero a sectores económicos clave.</li> </ul>
	Inmigrantes Personas con capacidades diferentes Colectivos en riesgo de exclusión	Favorecer la integración social y económica de colectivos con necesidades específicas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 13,6 millones de euros destinados a Inversión Social.</li> <li>• Proyectos de integración socioeconómica para inmigrantes.</li> <li>• Programas de trabajo a favor de la discapacidad con entidades expertas del tercer sector.</li> <li>• Construcción y rehabilitación de centros sociales y culturales.</li> </ul>
	Comunidades en economías emergentes	Apoyar la cooperación al desarrollo en países económicamente deprimidos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Microcréditos para personas emprendedoras sin recursos.</li> <li>• Construcción y equipamientos de centros sanitarios y formativos.</li> <li>• Ayudas para la formación y capacitación profesional.</li> <li>• Promoción socioeducativa de la mujer.</li> </ul>
	Medio ambiente	Preservar el medio ambiente y el cuidado del entorno.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política Medioambiental.</li> <li>• "Cero emisiones" en bancopopular-e.</li> </ul>
	Tercer sector	Participar en foros y asociaciones vinculadas con el negocio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SpainSIF</li> <li>• Asociación Española de Banca</li> <li>• Fundación de Estudios de Economía Aplicada</li> <li>• Asociación Española de Calidad</li> <li>• AENOR</li> <li>• Observatorio de INVERCO</li> <li>• AERCE</li> </ul>
		Colaborar con agentes promotores de actividades de desarrollo socioeconómico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pacto Mundial.</li> <li>• Entidades especializadas del tercer sector.</li> <li>• Fundación Príncipe de Asturias.</li> </ul>

TABLA 2. Grupos de interés: canales de comunicación y frecuencia de la misma

CANALES DE COMUNICACIÓN	ACCIONISTAS E INVERSORES	CLIENTES	EMPLEADOS	PROVEEDORES	SOCIEDAD
	<b>COMUNICACIÓN PERIÓDICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Junta General Accionistas</li> <li>• <i>Road show</i></li> <li>• Informes trimestrales y anuales</li> <li>• Reuniones con inversores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicados comerciales</li> <li>• Comunicados contractuales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convenciones y reuniones con empleados</li> <li>• Revista corporativa <i>Más Popular</i></li> <li>• e-Boletín <i>Canal Popular</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas de satisfacción</li> </ul>
<b>COMUNICACIÓN PERMANENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina del Accionista</li> <li>• Página web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red de oficinas</li> <li>• Defensor del cliente</li> <li>• Servicio de atención al cliente</li> <li>• Página web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intranet</li> <li>• <i>Portal del empleado</i></li> <li>• Buzón de sugerencias y del empleado</li> <li>• Blogs de innovación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fichas de evaluación</li> <li>• Foros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal de voluntariado corporativo <i>con tu ayuda</i></li> <li>• Buzón de RSC</li> <li>• Página web</li> </ul>

## 2.2. LOGROS Y RETOS

A continuación se presenta el grado de avance de los retos establecidos para 2011, así como los retos planteados para el año 2012.

### 2.2.1. Revisión de los retos de 2011

RETOS 2011	AVANCE CONSEGUIDO
Lanzamiento del "Plan Estratégico de RSC 2012-2014".	El "Plan Estratégico" se ha diseñado en 2011, estando pendiente su definición y alcance a la fecha de publicación del presente Informe debido a los cambios estructurales acontecidos durante este ejercicio.
Incremento de la oferta de productos con especial beneficio social con el objetivo de favorecer la bancarización de colectivos en riesgo de exclusión.	Se ha fomentado especialmente la promoción de productos de inversión que tienen como beneficiarios a personas pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión.
Desarrollo del proyecto "Somos Diversidad" para impulsar la multiculturalidad dentro del Grupo.	El apartado de "Apoyo a la discapacidad", integrado en el proyecto "Somos Diversidad", ha ampliado significativamente sus contenidos gracias al "Programa Diferentes Capacidades". Esta iniciativa pretende, principalmente, establecer el apoyo a la contratación directa de empleados con discapacidad.
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.	Los contenidos formativos de RSC se han incluido este año en el "Plan Transversal de Formación en RSC 2011-2013". Este Plan cumple con un doble objetivo: formar a los empleados en materia de RSC y sensibilizarles sobre las implicaciones del desarrollo de la actividad del Banco en su entorno social y ambiental.
Diseño del <i>Portal de Proveedores</i> como canal principal de gestión de compras y de comunicación con las empresas colaboradoras.	El desarrollo del <i>Portal de Proveedores</i> ha quedado pospuesto debido a los cambios estructurales acontecidos durante este ejercicio.
Incremento de las oportunidades de voluntariado promovidas directamente por el Banco a través del "Programa de Voluntariado Corporativo".	Se ha desarrollado una oportunidad de voluntariado al mes, dentro de diversos ámbitos de actuación. Han destacado de manera notable las acciones de apoyo a la discapacidad y los cursos de formación impartidos por empleados del Grupo.
Ampliación del plan de control centralizado del sistema de gestión energética de la red de sucursales para la reducción del consumo energético.	La reducción del consumo energético que se ha conseguido mediante la implantación de este sistema supone el 20% del consumo actual del Grupo en España.

### 2.2.2. Presentación de los retos de 2012

RETOS 2012
Creación y consolidación del Club del Accionista con acceso a ofertas financieras y no financieras de interés.
Ampliación del alcance del "Plan Global de Discapacidad" a los principales grupos de interés.
Refuerzo de la cultura de calidad en la organización para alcanzar un mayor nivel de satisfacción del cliente actual y potencial.
Integración de criterios de Inversión Socialmente Responsable en el plan de pensiones de los empleados del Banco Popular.
Evaluación del riesgo de la cadena de suministro de Banco Popular Español.
Fomento del acceso a la educación de calidad y a la capacitación técnica, tanto en España como en países emergentes.
Implantar sistemas de inmótica en 29 oficinas comerciales.



**E-COMPROMETIDO: BANCOPOPULAR-E REFUERZA SU COMPROMISO EN MATERIA DE RSC**

Durante 2011, bancopopular-e ha reforzado el compromiso de escuchar a sus clientes y mejorar las formas de comunicación. Junto con el lanzamiento de su nueva web y blog corporativo, la entidad ha entrado en la red social *Twitter* bajo el lema "evolucionamos para ti".



Además, se ha iniciado una campaña de comunicación que pretende potenciar e impulsar las acciones que se están llevando a cabo en materia de RSC dentro de esta entidad en particular. Bajo el nombre de "e-comprometido" se irán presentando las acciones que el bancopopular-e emprenderá en el futuro, junto con una pequeña descripción de cada acción en cuestión.

De este modo, se comunicará el compromiso de bancopopular-e con el entorno, que ha sido especialmente relevante desde 2009. Un buen ejemplo de estas acciones es la obtención del sello "CeroCO<sub>2</sub>" por el cálculo de sus emisiones de CO<sub>2</sub>, su compensación y el compromiso de reducción.

**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, cabe destacar 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 2011 el Grupo ha seguido informando 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.

Durante 2011, el Banco ha seguido consolidando su presencia en SpainSIF, principal foro de encuentro de la Inversión Socialmente Responsable en España, a través de la participación activa en las Comisiones de Estudios y Promoción. En este ejercicio el Grupo Banco Popular se ha mantenido como firmante del *Carbon Disclosure Project* y del *CDP Water Disclosure*, iniciativas internacionales que analizan el modo en que las principales empresas valoran los riesgos y oportunidades que su actividad tiene para el cambio climático y 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)
- Asociación Española para la Calidad (AECE)
- Foro Inserta Responsable (Fundación ONCE)
- AENOR



APOYAMOS  
EL PACTO MUNDIAL



# 03

## Orientación al cliente

Grupo Banco Popular mantiene el compromiso de ofrecer un servicio de calidad que dé respuesta a las necesidades de los clientes y que permita alcanzar el máximo nivel de satisfacción.

GRUPO BANCO POPULAR ANTE SUS CLIENTES	
Modelo de negocio orientado al cliente	El Grupo desarrolla un modelo comercial orientado al cliente que permite responder a las transformaciones del entorno, manteniendo la competitividad y eficiencia características del Banco.
Relación con clientes	Basada en la excelencia, la cercanía y la eficiencia, tratando de conocer en profundidad sus necesidades para ofrecerles un servicio adecuado en cada momento.
Relevancia de las PYMEs	Banco Popular es una de las entidades financieras más orientadas a la prestación de servicios para PYMEs, las cuales suponen un 13,03% de la cartera de clientes.

INICIATIVAS RELEVANTES 2011
Implantación del modelo de calidad comercial, por el que se valora el servicio prestado en la red de sucursales tanto a clientes actuales como potenciales.
Incremento de los servicios prestados por Banca Multicanal y compromiso con la accesibilidad web.
Aprobación del procedimiento para la evaluación de criterios sociales y ambientales en el circuito de aprobación del riesgo de crédito.

RETO 2012
Refuerzo de la cultura de calidad en la organización para alcanzar un mayor nivel de satisfacción del cliente actual y potencial.

### 3.1. EL CLIENTE, EJE DEL MODELO DE NEGOCIO

#### Compromiso con la excelencia

El cliente es el pilar central de la actividad del Banco. Por ello, se mantiene el compromiso de ofrecer un servicio de calidad que responda a sus necesidades y permita alcanzar el máximo nivel de satisfacción. La excelencia en el servicio, la cercanía y la eficiencia son aspectos prioritarios en la relación con los clientes que ayudan a mantener su confianza.

En 2011 Banco Popular captó más de 297.000 nuevos clientes, de los cuales más de 59.000 son PYMEs, un segmento en el que mantiene una posición de liderazgo en el mercado.

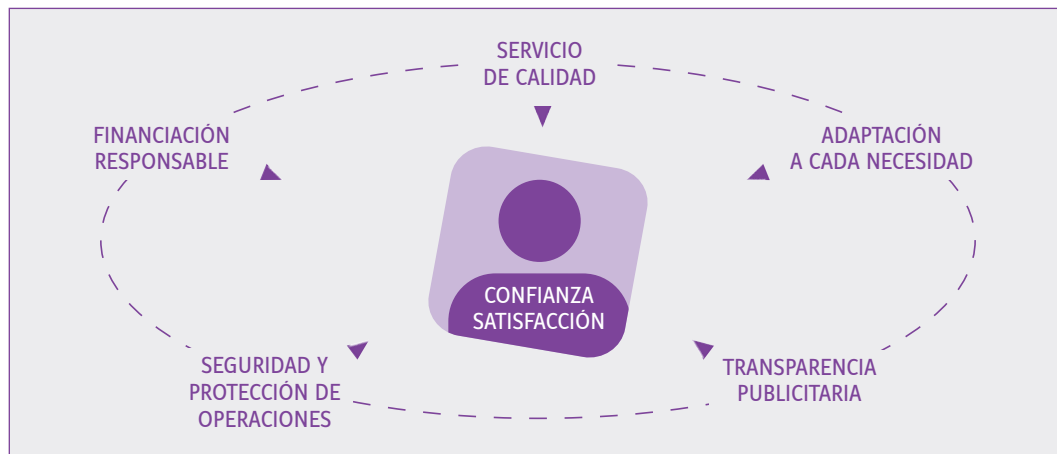
Aspectos prioritarios en la relación con los clientes:  
 - EXCELENCIA  
 - CERCANÍA  
 - EFICIENCIA

TABLA 3. Segmentación de clientes de Grupo Banco Popular en España - 2011

TIPOLOGÍA JURÍDICA		SEGMENTACIÓN POR TRATAMIENTO BANCARIO	
Personas físicas 6.397.008	Particulares	Banca masiva	4.534.382
		Banca de particulares	1.007.490
		Banca personal	340.810
		Usuarios de servicios no bancarios	327
	Empresas	Autónomos	425.347
		Comercios	88.652
Personas jurídicas 581.640	Empresas	Microempresas	245.294
		Pequeñas empresas	125.598
		Medianas empresas	24.113
		Grandes empresas	7.203
		Entidades no mercantiles	72.063
		Empresas no segmentadas	107.369
		<b>TOTAL</b>	<b>6.978.648</b>

Para mantener la confianza de los clientes también es importante gestionar de manera eficiente aspectos clave como la protección de datos, la transparencia publicitaria o la financiación responsable. Así, desde la concepción de todos los productos o servicios hasta su comercialización y postventa, se contemplan los requisitos normativos y administrativos que redundan en la protección de la salud y seguridad de los clientes, no habiendo existido incidentes ni sanciones derivados del incumplimiento legal o de códigos voluntarios durante el ejercicio 2011.

FIGURA 7. El cliente como eje del modelo de negocio



## CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DEL CICLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE GRUPO BANCO POPULAR

Concepción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de productos y servicios atendiendo a la política y estrategia comercial de forma que garantice:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- El cumplimiento de los objetivos estratégicos fijados, atendiendo a criterios de viabilidad económica, jurídica y operativa.</li> <li>- La diferenciación de la oferta comercial de productos y servicios, en función de la segmentación de clientes.</li> <li>- El seguimiento estricto de la normativa en vigor, además de por los sistemas de control, gestión y transparencia del Grupo, con el fin de que el desarrollo de productos y servicios se realice de forma que el cliente pueda disponer de una información veraz y justa.</li> </ul> </li> </ul>
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adecuación de la comercialización al ciclo vital del cliente, a su perfil financiero y a su capacidad para asumir riesgos (MiFID).</li> <li>• Campañas sometidas a órganos reguladores externos (Autocontrol), códigos de conducta (Código Inverco) y política comercial propios del Grupo:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Protección de los derechos y seguridad del cliente.</li> <li>- Respeto a la ética publicitaria.</li> <li>- Utilidad de la publicidad para sus destinatarios.</li> </ul> </li> </ul>
Postventa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subordinación de las gestiones comerciales a los sistemas de control, gestión y transparencia del Grupo.</li> <li>• Análisis y seguimiento de los datos recogidos en el Servicio de Atención al Cliente y en el Área de Calidad Comercial que mejore la seguridad y la satisfacción del cliente.</li> <li>• Análisis y seguimiento de la calidad de los productos y servicios de cara a una posible redefinición que mejore sus prestaciones.</li> </ul>

## Financiación de partidos políticos, sindicatos y asociaciones afines

Grupo Banco Popular atiende las peticiones de financiación realizadas por los partidos políticos, sindicatos y asociaciones afines, mostrando independencia ante las ideologías de los solicitantes y prestando un servicio totalmente objetivo. Hasta el 31 de diciembre de 2011 se han realizado 156 operaciones por un importe superior a 99 millones de euros, según el siguiente detalle:

TABLA 4. Financiación a partidos, sindicatos, asociaciones afines - 2009/2011

FINANCIACIONES OTORGADAS (datos en miles de euros)	2011		2010		2009	
	Nº operaciones concedidas	Importe	Nº operaciones concedidas	Importe	Nº operaciones concedidas	Importe
Partidos políticos	80	77.468	20	13.455	46	42.309
Sindicatos	69	19.556	105	26.246	180	29.285
Asociaciones afines	7	2.371	7	908	10	754
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>99.395</b>	<b>132</b>	<b>40.609</b>	<b>236</b>	<b>72.348</b>

La variación de los créditos otorgados a los partidos políticos durante 2011 frente a los otorgados en 2010 es debido a las operaciones solicitadas por los diferentes partidos políticos por los dos procesos electorales celebrados durante el ejercicio.

## 3.2. ATENCIÓN AL CLIENTE

La principal vía de interacción con los clientes se produce en la red de sucursales, donde el diálogo y la cercanía son aspectos fundamentales para establecer una relación eficiente, duradera y personalizada. Asimismo, el Grupo pone a disposición de los clientes los servicios de Banca Multicanal donde la transparencia y la responsabilidad son las bases de la relación.

### 3.2.1. Red comercial

A 31 de diciembre de 2011, el Grupo cuenta con 2.027 sucursales distribuidas en el territorio nacional, 219 oficinas en Portugal y 16 en Estados Unidos, a las que se añaden oficinas de representación y despachos de colaboración en otros 5 países.

#### Eliminación de barreras físicas

El Grupo tiene el compromiso de desarrollar su actividad y ofrecer sus productos y servicios en igualdad de oportunidades para favorecer la integración socioeconómica de los colectivos con necesidades específicas.

En este sentido, busca favorecer el acceso de las personas con discapacidad a los servicios financieros a través de la mejora de la accesibilidad física de sus instalaciones. La construcción de los nuevos edificios se realiza conforme a las normas de accesibilidad establecidas y se realizan las adaptaciones oportunas para mejorar el acceso a los edificios en función de las necesidades detectadas. Se ha actualizado la señalización de evacuación para personas con discapacidad en uno de los edificios singulares del Grupo, se han llevado a cabo mejoras en 7 oficinas y se han realizado obras en el 14% de los edificios de Servicios Centrales del Banco para mejorar su accesibilidad.

Asimismo, ofrece a los clientes con problemas de audición un servicio de banca telefónica, denominado "Telesor", que garantiza la misma funcionalidad que las centralitas telefónicas de voz utilizando medios de comunicación basados en texto escrito.

#### Eliminación de barreras financieras: bancarización

El Grupo entiende la bancarización como parte de su contribución a la inserción socioeconómica de colectivos en riesgo de exclusión. Por ello, no se ha variado el número de sucursales respecto a 2010, manteniéndose 435 oficinas en zonas de baja densidad de población, lo que supone aproximadamente un 22% del total de sucursales del Grupo. De este modo, se han evitado los posibles impactos negativos derivados de la limitación al acceso de los servicios bancarios ocasionados por los cierres de sucursales en estas comunidades.

Adicionalmente, el Grupo cuenta con 309 oficinas en el ámbito rural, lo que supone un 16% del total.

TABLA 5. Sucursales en poblaciones de baja densidad - 2011

REGIÓN (en términos de densidad de población)	Número de sucursales	Porcentaje con respecto al total de sucursales
Entre 10.000 y 5.000 hab.	220	11%
Menos de 5.000 hab.	215	11%
<b>TOTAL</b>	<b>435</b>	<b>22%</b>

Asimismo, el Banco cuenta con dilatada experiencia en la atención de las necesidades del colectivo de extranjeros. Una muestra de ello es el "Programa Trabex", por el que se asiste a los trabajadores extranjeros residentes en España, en sus dos vertientes: integración mediante su introducción en el sistema bancario español y facilitación del mantenimiento de los lazos con sus respectivos países.

Respecto a la bancarización en el país de origen de la población inmigrante, destaca el servicio de envío de remesas Trabex por el que se establecen condiciones preferentes en el cobro de las remesas, si se abre una cuenta corriente en alguno de los bancos con los que el Grupo tiene acuerdos. Un 95,12% de los clientes han enviado sus remesas a cuentas corrientes.

Al cierre del ejercicio 2011, el Grupo cuenta con 767.865 clientes extranjeros que generan un volumen de negocio anual de 5.118 millones de euros.

#### SUCURSALES

del Grupo:

- 2.027 en España
- 219 en Portugal
- 16 en EE.UU.



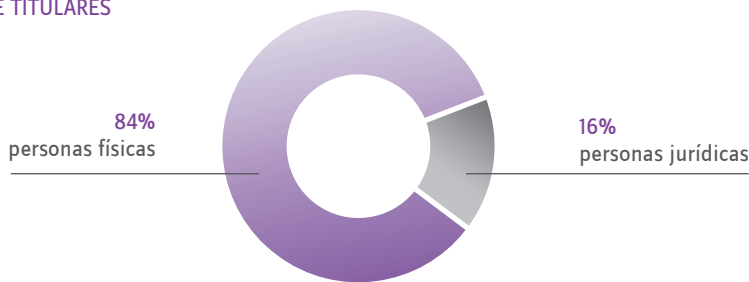
### 3.2.2. Banca Multicanal

Cada vez son más los clientes que recurren a los canales a distancia que proporciona el Banco por su rapidez, seguridad y eficiencia. A través de Banca Multicanal, los clientes pueden realizar y consultar el estado de sus operaciones, vía Internet, telefonía fija y móvil.

Los **CANALES A DISTANCIA** han seguido desarrollándose para hacer más accesibles los servicios del Banco

FIGURA 8. Distribución de clientes de Banca Multicanal de Grupo Banco Popular - 2011

2,70 MILLONES DE TITULARES



#### Canal Internet

En 2011 se han incorporado diferentes funcionalidades, tanto en el área de Particulares como en el área de Empresas, que han permitido dar respuesta a las necesidades de consulta y operación de los clientes además de situar a Banco Popular en el grupo de cabeza de la Banca por Internet en España en diferentes segmentos, tal y como reflejan los estudios de AQMETRIX.

#### BANCO POPULAR SIGUE APOSTANDO POR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

En 2011 el Banco ha realizado un importante avance para adaptarse a las nuevas tecnologías y potenciar los canales de interacción con los clientes.

Destaca la creación de la nueva web corporativa de [bancopopular-e.com](http://bancopopular-e.com), filial *on-line* de Banco Popular, acompañada por un nuevo blog corporativo y presencia en la red social *Twitter*. El objetivo de estas medidas desarrolladas es mejorar la comunicación con clientes bajo las premisas de empatía y eficiencia.

Asimismo, a través del proyecto "Es Popular Joven", el Banco está presente en la red social *Tuenti* para acercarse al público más joven con el patrocinio de contenidos musicales.



- **Garantías de seguridad**

Contando con las medidas de seguridad adecuadas implantadas en el canal (Tarjeta de Coordenadas, DNIE y la firma de operaciones a través de claves de un solo uso enviadas al móvil), a lo largo de 2011 se ha trabajado en incrementar la seguridad de los clientes y su percepción por medio de campañas destinadas al conocimiento de estas medidas.

- **Implantación de nuevas monitorizaciones**

Con el objeto de poder realizar seguimientos de las acciones comerciales de email-marketing, en 2011 Banco Popular ha desarrollado un cuadro de mando basado en Analítica Web que permitirá establecer mejoras a partir de los resultados recogidos.

9,9%

Canal Internet:  
más de 570.00  
clientes activos.  
Un incremento del  
9,9% con respecto  
a 2010



- **Compromiso de accesibilidad web**

Banco Popular Español ha renovado su certificado de accesibilidad hasta 2013, satisfaciendo los requisitos del nivel "Doble-A Technosite + Euracert WCAG 1.0". Asimismo, las nuevas webs de [bancopopular-e](http://bancopopular-e.com) y [Targobank](http://Targobank.com) han sido diseñadas respetando los estándares de accesibilidad definidos por el W3C.

#### Canal Móvil

Con el objetivo de comunicar a los clientes de una manera clara e intuitiva la existencia y el funcionamiento de los diferentes servicios ofrecidos por el Canal Móvil, se ha rediseñado la sección de banca móvil de la web pública del Banco ([www.bancopopular.es](http://www.bancopopular.es)) con la apariencia de una tienda de aplicaciones. De esta manera, se han añadido videos, imágenes y textos descriptivos que hacen más atractivos y sencillos de utilizar todos los servicios ofertados.

El esfuerzo en innovación está siendo valorado dentro del sector, como demuestra la reciente nominación de la aplicación móvil de Aliseda como finalista en los "Premios a los Mejores Casos de Éxito 2011", dentro de la categoría de "Innovación en la movilidad con tus clientes", otorgados por Telefónica (Móvil Forum Conference 2011).

Durante 2011 se ha seguido ampliando la oferta de operativas ofrecidas a los clientes dentro de cada uno de los tres servicios fundamentales de este canal: Avisos SMS, Portales web móviles y Aplicaciones móviles.

- **Servicio de avisos SMS**

En 2011 se ha puesto en funcionamiento el nuevo Aviso de Movimiento de Cuentas, que informa al cliente de manera instantánea de los movimientos que superen un cierto importe, aportando así una seguridad adicional.

- **Banco en el móvil**

El uso por parte de los clientes del portal de banca móvil de Banco Popular ([www.bancopopular.mobi](http://www.bancopopular.mobi)) ha crecido un 367% respecto a 2010. A estos datos contribuye la aparición de nuevas operativas disponibles, como visualización o traspaso de planes de pensiones.

- **Aplicaciones móviles**

El auge actual de estas aplicaciones, tanto para *smartphones* como para *tablets*, es una tendencia tecnológica que para el Banco Popular no ha pasado desapercibida. Atendiendo a las necesidades y demandas de los clientes, a lo largo de 2011 se han publicado 5 nuevas aplicaciones para diferentes plataformas, que en total suman ya más de 77.000 descargas.

Además, en 2011 se ha presentado el nuevo portal de Broker Móvil del Banco ([broker.bancopopular.mobi](http://broker.bancopopular.mobi)) que permite, tanto a clientes como a no clientes, acceder a información bursátil (consultar los principales valores, índices, divisas y noticias financieras) además de facilitarles operar en tiempo real con sus depósitos de valores desde cualquier lugar.

#### Canal Telefónico

Desde su creación, el objetivo del Servicio de Atención Telefónico ha sido el incremento de la satisfacción de los clientes. El pasado ejercicio ha sido un año de consolidación de la cultura de mejora continua en la satisfacción y la experiencia del cliente. Para ello, se han desarrollado diversas acciones como la creación del Servicio específico de Valores y Fondos de Inversión y se ha agilizado el tiempo de respuesta.

Este servicio, además, ayuda a monitorizar la calidad de la atención prestada. De este modo, se han podido identificar los puntos de mejora para incrementar la calidad de servicio, la disponibilidad y el rendimiento, siendo el resultado de las encuestas realizadas el siguiente:

TABLA 6. Resultados de las encuestas telefónicas de calidad - 2011

	INFORMACIÓN GENERAL	BANCA ELECTRÓNICA/ TELEFÓNICA	MEDIOS DE PAGO	bancopopular-e
Índice global de calidad de servicio	9,22	9,28	9,44	9,08
Índice global de satisfacción	9,18	9,14	9,36	8,86

1,7  
Canal Móvil: más de 225.000 clientes que generan 1,7 millones de euros al mes

### 3.2.3. Calidad y satisfacción

El modelo de negocio del Grupo se fundamenta en la excelencia, con el fin de obtener la máxima calidad del servicio y la mayor satisfacción de los clientes.

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

#### Modelo de calidad comercial

En 2011 se ha terminado de implantar el nuevo modelo de calidad comercial del Grupo, que tiene como principal objetivo identificar la percepción que tienen del Banco los clientes actuales y potenciales.

El modelo de calidad comercial permite conocer, valorar y cuantificar la satisfacción de los clientes con el servicio prestado en la red de sucursales, a través de la recogida de diversas variables relacionadas como la profesionalidad de los empleados, el trato recibido, el asesoramiento dado y la gestión de incidencias. Para ello, el Banco ha llevado a cabo en 2011 diferentes actuaciones, entre las que destacan:

- Más de 53.100 encuestas telefónicas para conocer la calidad percibida del cliente tras su paso por la sucursal, obteniéndose una valoración de 8,35.
- Más de 7.800 estudios de *mystery shopping* por los que se evalúa la calidad de servicio prestado por los empleados de la red comercial, que han dado como resultado una valoración de 5,81.
- Diversas encuestas *on-line* para comprobar la conveniencia del producto ofertado.
- Varios *focus group* previos a la comercialización de determinados productos para empresas.

Con el fin de potenciar la implicación de la plantilla con el nuevo modelo, se ha vinculado el desarrollo del mismo a la consecución de los objetivos de los empleados y, por tanto, a su retribución. En 2011 ha supuesto un 3% en el cómputo total de los objetivos y en 2012 se ampliará hasta el 4%.

Además, se ha llevado a cabo una labor de sensibilización consistente en:

- Difusión de diversas cápsulas formativas entre los empleados que recogían pautas de actuación básicas para mejorar la calidad y satisfacción de los clientes.
- Elaboración de unas fichas con información específica sobre los productos más comercializados. Estas fichas permiten a los empleados facilitar una información más clara y transparente a los clientes.

#### 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, mediante un sistema constante de evaluación, control y seguimiento que permite identificar los orígenes y motivos de las mismas y definiendo acciones correctoras específicas.

Durante 2011 se han producido 7,34 quejas o reclamaciones por cada 10.000 clientes -frente a las 7,99 del ejercicio anterior- y 2,32 por cada 100.000 operaciones -frente a las 2,45 de 2010-. Tan sólo una de ellas ha estado relacionada con la vulneración de los Derechos Humanos y fue resuelta de manera favorable a la actuación del Banco.

TABLA 7. Incidencias resueltas por el Servicio de Atención al Cliente - 2009/2011

INCIDENCIAS RESUELTAS	2011	2010	2009
Reclamaciones	4.623	5.170	4.232
Quejas	1.727	1.556	1.823
Consultas	767	955	975
TOTAL	7.117	7.681	7.030

8,35

Valoración media de los clientes por el servicio prestado

### 3.2.4. Transparencia en la información

Banco Popular asume el compromiso de facilitar información transparente y veraz de las características y condiciones de sus productos y servicios. Por ello, la publicidad del Banco cumple rigurosamente con las normativas de los países en los que opera y observa los principios de protección de los derechos del cliente, respeto a la ética publicitaria y la utilidad de la publicidad para sus destinatarios.

Con la publicación de la Orden EHA/1718/2010, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios, se ha suprimido el trámite de autorización previa de las campañas publicitarias por Banco de España. De esta forma, Banco Popular se ha adherido a Autocontrol, asociación sin ánimo de lucro que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitario español y está formada por más de 300 miembros. Con motivo de esta asociación, Banco Popular está haciendo uso del sistema de asesoramiento previo (*copy advice*) como herramienta que contribuye al control preventivo de la corrección de la publicidad. El 100% de las campañas publicitarias sujetas a la nueva Orden y realizadas desde el momento de la adhesión a Autocontrol han pasado por este trámite de aprobación.

Asimismo, y derivado de la Orden EHA/1718/2010, las campañas publicitarias de productos y servicios de inversión no necesitan la autorización previa de la CNMV. En su lugar, Banco Popular establece los procedimientos y controles internos necesarios para garantizar que todas las comunicaciones comerciales son rigurosas y se adecuan a las normas internas y externas aplicables. Para ello, las diferentes piezas publicitarias se crean conforme a los procedimientos establecidos en la política comercial del Banco y se revisan por el departamento de Servicios Jurídicos antes de ser enviadas a Autocontrol, organismo que auditará que los mensajes publicitarios incluidos son claros, suficientes, objetivos y no engañosos.

La "Política de Comunicación Comercial para la actividad publicitaria de los productos y servicios bancarios" responde al interés, tanto del propio Banco Popular como de los distintos reguladores, nacionales e internacionales, por asegurar la veracidad de la publicidad financiera divulgada a través de los medios de difusión.

Además, 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.

Durante 2011, se han producido dos incidentes relacionados con la información ofrecida sobre productos en publicidad, sin que hayan conllevado la imposición de multa o sanción alguna significativa.

Adicionalmente, con motivo de las campañas publicitarias en medios masivos, se ha realizado una investigación de mercado para evaluar el impacto en notoriedad y la percepción de dichas acciones. Se han realizado seis mediciones a lo largo del año que, además de constatar un importante aumento de la notoriedad publicitaria, destacan la percepción del Banco como entidad de confianza y abierta para todos los públicos.

## 3.3. PROTECCIÓN Y SEGURIDAD DE LAS OPERACIONES

### 3.3.1. Protección de Datos

El Grupo dispone de una serie de normas internas de actuación, recogidas en la "Política de Seguridad de los Sistemas de Información", con el fin de proteger eficientemente la información desde un enfoque preventivo, reactivo y dinámico. 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.

Sobre la base de esta política se han adoptado normas y procedimientos para garantizar la seguridad de los 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 dicha Ley.

Por otro lado, la publicidad que, por cualquier medio, realicen las entidades de crédito pertenecientes al Grupo sobre operaciones, productos o servicios financieros donde 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 correspondientes.



El Banco es percibido como una entidad de **CONFIANZA** Y DE BUENA REPUTACIÓN

En el ejercicio 2011, Banco Popular Español ha sido sancionado por la Agencia Española de Protección de Datos con una multa por un importe de 60.101,21 € respectivamente, que ha sido anulada parcialmente, quedando fijada en 40.000 € según sentencia dictada por la Audiencia Nacional.

### 3.3.2. Seguridad del cliente

Con el objetivo de prevenir el fraude y garantizar al cliente la seguridad de las operaciones, el Grupo despliega diversas medidas de seguridad tanto a nivel interno como en colaboración con otras entidades del sector.

#### Medidas de seguridad de tipo interno

El Grupo lleva a cabo una labor de detección y revisión de las incidencias detectadas en las operaciones cursadas a través de Internet con el fin de evitar operaciones fraudulentas. De este modo, en 2011 se han tratado casi 5 millones de transacciones, entre operaciones de *Hal Cash* y transferencias.

La partida más elevada en el fraude soportado durante el ejercicio corresponde a operaciones con tarjetas de crédito. Para reducir su incidencia y reforzar las medidas disponibles, existe 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.

Por otro lado, el Grupo dispone de una herramienta informática que permite cumplir adecuadamente con las obligaciones de detección y comunicación a la CNMV de operaciones sospechosas en los mercados de valores.

#### Medidas de colaboración interbancaria

En relación a las medidas desplegadas por el Banco en colaboración con otras entidades del sector, destaca la participación del Grupo en comisiones y grupos de trabajo de prevención del fraude como:

- El Servicio de Prevención del Fraude (SEPFRA).
- El Centro de Observación del Delito Económico.
- La Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF).
- Fichero de Documentos Extraviados y Robados (DER) para la prevención del fraude por suplantaciones de personalidad.

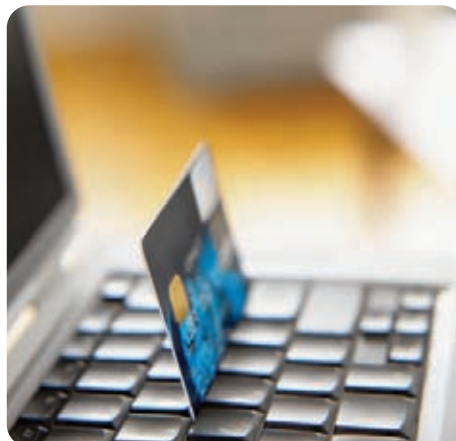
## 3.4. DESARROLLO RESPONSABLE DE LA ACTIVIDAD

El Grupo lleva a cabo su actividad de forma responsable y comprometida con el entorno en el que opera. Su actuación en materia de Responsabilidad Social Corporativa implica desarrollar nuevos modelos de negocio y emprender iniciativas innovadoras que ofrezcan una visión inclusiva de los colectivos más vulnerables de la sociedad.

### Aprobación del procedimiento para la inclusión de criterios ASG en la concesión del crédito

El Grupo ha dado un paso más en su objetivo de llevar a cabo su actividad de forma responsable y conforme a los criterios ASG (ambientales, sociales y de gobierno) estableciendo de manera complementaria un procedimiento para su evaluación en el circuito de aprobación del riesgo de crédito.

Para ello, en los contratos con clientes de Banca Mayorista y Banca Corporativa que supongan una financiación de más de 10 millones de euros, se incluirá una cláusula de carácter vinculante por la que el cliente declara que la operación objeto de la financiación ha tenido en cuenta la evaluación de riesgos sociales y ambientales. Dicha evaluación se verá reflejada en un informe realizado por una tercera parte independiente, en el que además se detallan las medidas preventivas y correctoras a aplicar en caso necesario. Asimismo, la observancia de estos criterios se incluirá dentro del proceso de análisis y control que realizará el Comité de Riesgos en su actividad diaria.



El Grupo opera de forma **COMPROMETIDA, RESPONSABLE e INCLUSIVA** con su entorno

### Inversión Socialmente Responsable

En 2011, el Grupo está presente en los siguientes fondos de inversión que tienen en consideración los criterios de carácter social y medioambiental:

- **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.

Además, Popular Banca Privada ha comenzado a definir un nuevo producto de inversión, el Fondo de Microfinanzas RSC, con el fin de ampliar su cartera de productos responsables:

- **FONDO DE MICROFINANZAS RSC.** Derivado de la colaboración con la Confederación de Organizaciones Empresariales de Castilla y León (CECALE), con quien el Grupo ha desarrollado una línea de financiación para las empresas de la región, se está estudiando la posibilidad de crear una inversión socialmente responsable en microcréditos.

En concreto, el Fondo permitiría que las empresas, y en particular las PYMEs, inviertan en microcréditos. De este modo, se obtendría un triple retorno, ya que además de obtener rentabilidad en sus inversiones, generarían un retorno social dirigido a mejorar las condiciones de vida de los países en vías de desarrollo y ayudaría a las empresas a avanzar en materia de RSC a través de la realización de una Inversión Socialmente Responsable.

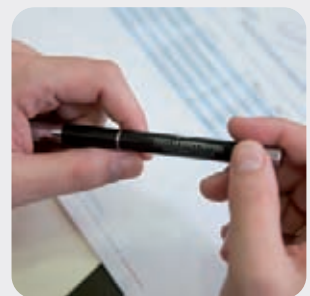
En el marco de colaboración con *Dexia Asset Management*, Popular Banca Privada distribuye la SICAV *Dexia Sustainable*. Con más de 18.000 millones de euros de activos bajo gestión, *Dexia Asset Management* es líder a nivel europeo en Inversión Socialmente Responsable. Cuentan con un equipo dedicado al análisis extrafinanciero de las empresas, que pone en práctica un proceso de inversión que aúna la selección basada en criterios puramente financieros con el estudio de factores de Responsabilidad Social Corporativa.

#### POPULAR GESTIÓN, PREMIO A LA MEJOR GESTORA MEDIANA DE ESPAÑA

Popular Gestión ha sido reconocida como la mejor gestora mediana española por la prestigiosa firma de análisis independiente a nivel mundial, Fundclass. Este galardón reconoce la consistencia en la gestión de toda su gama de fondos durante los últimos cuatro años.

Cabe destacar que Popular Gestión toma en consideración los criterios ISR en su proceso de decisión de inversión.

Los activos gestionados por la gestora del Grupo ascienden a más de 5.846 millones de euros y cuenta con una amplia gama de fondos de inversión.



### Observancia de los Derechos Humanos

El Grupo desarrolla su actividad bancaria de forma responsable con el cumplimiento de los Derechos Humanos aplicando este principio de observancia al 100% de los productos y servicios gestionados. Por ello, no ejerce su actividad en países donde los Derechos Humanos sean objeto de especial preocupación por riesgo a su vulneración. Además, de forma voluntaria y con el ánimo de prevenir posibles incumplimientos, 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, 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.

100%

Aplicación del principio de observancia de los Derechos Humanos en productos y servicios

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 conforme a los diez principios establecidos por esta iniciativa internacional, basados en los Derechos Humanos, laborales y medioambientales y de lucha contra la corrupción.

#### Gestión de la morosidad

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. Así, desde el momento en que se detectan situaciones de dificultad que puedan dar lugar a impagos, se actúa 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.

La ratio de morosidad en 2011 ha sido del 5,99% para la actividad en España. La tasa de cobertura con garantía de la morosidad es del 97,7%.

### 3.5. PRODUCTOS CON ESPECIAL BENEFICIO SOCIAL

El Grupo cuenta con diversos instrumentos financieros cuyo principal objetivo es, además de generar un beneficio económico, la creación adicional de una utilidad de carácter social.

#### 3.5.1. Financiaciones preferentes

##### Convenios ICO

En 2011 el Grupo ha mantenido los acuerdos de colaboración con el Instituto de Crédito Oficial (ICO) para conceder financiación a las empresas y autónomos que lleven a cabo proyectos de desarrollo de su actividad, así como para dotar de liquidez a empresas que están en una situación transitoria de restricción de la misma.

En total se han desarrollado 19 convenios realizándose más de 33.800 operaciones por un importe superior a los 1.800 millones de euros.

Tienen especial relevancia los siguientes convenios por financiar inversiones en sectores que se consideran sostenibles por contribuir al medio ambiente o al desarrollo de la sociedad:

- **INVERSIÓN SOSTENIBLE** (Tramos I y II, Particulares y Comunidades de Propietarios). En 2011, se han producido 8.486 operaciones con un volumen de 628 millones de euros.
- **PLAN AVANZA** (TIC, jóvenes/universitarios y ciudadanía digital), centrado en favorecer el uso de las tecnologías de la información. Se han realizado 1.041 operaciones que han supuesto un importe de 17 millones de euros.
- **FUTURO - E** (Tramos I y II), cuyas inversiones se destinan al sector turístico. En 2011, se han producido 86 operaciones que han alcanzado los 16 millones de euros.

En 2011, más de 26.800 empresas se han visto beneficiadas de estas líneas de financiación, lo que supone el 2,45% del total de empresas clientes del Banco.

#### ACUERDOS ICO

- 19 convenios
- 33.812 operaciones
- 18.010 millones de euros





TABLA 8. Líneas de negocio desglosadas por productos con especial beneficio social – 2011

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	1.810.073.205 €	1,26%
	Programa de Créditos a la Excelencia Académica	Financiación de estudios bajo condiciones especiales.	Estudiantes	2.722.685 €	0,002%
Particulares	Particulares extranjeros	Servicios financieros adecuados a las necesidades específicas del colectivo inmigrante.	Personas físicas o personas jurídicas	368.059.987 €	0,26%
Medios de pago	Visa Mensajeros de la Paz	Tarjetas de crédito Affinity, en las que un porcentaje de su consumo se destina a una ONG.	Personas físicas o personas jurídicas	15.902.661 €	0,25%
	Visa Domund				
	Visa Aldeas Infantiles				
	Visa Misiones Salesianas				

GESTIÓN DE ACTIVOS					
Área	Nombre del producto/servicio	Descripción	Beneficiarios	Valor monetario	% respecto al total del área
Fondos de inversión	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	16.737.000 €	0,27%
	PBP BIOGEN, FI	Fondo de inversión de carácter solidario.	Personas físicas o personas jurídicas	3.688.340 €	0,06%
Planes de pensiones	Plan de Pensiones de Empleo para PYMEs	Plan de pensiones específico para PYMEs.	PYMEs	42.181.951 €	1,30%

ACTIVIDAD ASEGURADORA					
Área	Nombre del producto/servicio	Descripción	Beneficiarios	Valor monetario	% respecto al total del área
Seguros	Euroriesgo Plus	Seguro de vida con cobertura adicional gratuita.	Personas físicas	19.258.000 €	7,75%
	Protección de Pagos	Seguro que garantiza el pago de un préstamo en caso de desempleo o incapacidad temporal.	Personas físicas	3.868.911 €	1,56%
	Plan de Ahorro Juvenil	Ahorro a medio o largo plazo para futuras necesidades del menor de edad.	Personas físicas	23.822.000 €	9,58%

### Financiaci3nes para PYMEs

El modelo de negocio de Banco Popular est3 muy orientado a la prestaci3n de servicios para PYMEs. Como muestra de ello, el 13,03% de la base de clientes lo constituyen esta tipolog3a de empresas.

El Grupo dispone de varias l3neas de financiaci3n preferente para PYMEs a trav3s de la firma de acuerdos de colaboraci3n con diferentes entidades. A continuaci3n se detallan las m3s significativas:

TABLA 9. L3neas de financiaci3n preferente para PYMEs - 2011

ENTIDAD COLABORADORA	OBJETO DE LA COLABORACI3N
Instituto Espa3ol de Comercio Exterior (ICEX)	Impulsar el crecimiento internacional de las PYMEs espa3olas.
Banco Europeo de Inversiones (BEI)	Financiar los proyectos de inversi3n y circulante de empresas y aut3nomos.
Compa3a3a Espa3ola de Seguros de Cr3dito a la Exportaci3n (CESCE)	Prestar cobertura ante los riesgos de impago derivados de las ventas de productos y servicios de las empresas.

Por otro lado, cabe destacar los productos de previsi3n Planes de Pensiones de Empleo para PYMEs y el seguro de vida colectivo Eurorriesgo Plus que favorecen la planificaci3n fiscal de las PYMEs, bajo criterios de alta calidad en el servicio.

#### FINANCIACIONES PARA EMPRENDEDORES

Banco Popular ha colaborado con el Taller de Empleo "Emprendedor de Albacete" dirigido a impartir formaci3n para emprendedores con apoyo de la Junta de Castilla la Mancha, la Uni3n Europea y el Ayuntamiento de Albacete.

Este acuerdo permite a Banco Popular ser la primera opci3n de financiaci3n para los proyectos empresariales innovadores presentados por los emprendedores de Albacete y su provincia.

Los proyectos presentados que superen las pruebas de viabilidad establecidas por el Servicio P3blico de Empleo de la Junta podr3n solicitar una financiaci3n de hasta 20.000 € por proyecto.



#### Plan Estatal de Vivienda

Sigue vigente el acuerdo firmado en 2009 con el Ministerio de Vivienda para la financiaci3n de actuaciones protegidas del "Plan Estatal de Vivienda y Rehabilitaci3n 2009-2012". El objetivo es permitir el acceso de los ciudadanos a viviendas tanto de compra como de alquiler, promover la urbanizaci3n de suelo para viviendas de protecci3n oficial y mejorar el parque de viviendas mediante la rehabilitaci3n. A 31 de diciembre de 2011, se han realizado 145 operaciones por un importe de m3s de 30 millones de euros.

### 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 2011, 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.

### Plan de Ahorro Juvenil

A través de la contratación de este producto destinado a menores de edad, el Banco pretende fomentar la bancarización de los más jóvenes así como inculcar la cultura de ahorro en este colectivo.

### 3.5.2. Colectivos

El Grupo dispone de productos y servicios específicos para determinados colectivos con el objetivo de satisfacer las necesidades financieras de grupos de actividad afín. A continuación se detallan los más relevantes:

#### Particulares y empresas

El Grupo fomenta la firma de acuerdos con el fin de incrementar las relaciones comerciales con sus clientes.

Al cierre del 2011, se han firmado 135 acuerdos con diversas agrupaciones de particulares y 53 acuerdos con empresas, a los que se añaden los que las Direcciones Regionales aplican a los empleados de las empresas clientes del Grupo.

#### Jóvenes y mayores

Banco Popular mantiene un programa dirigido a jóvenes entre 18 y 28 años que ofrece ventajas financieras preferentes, así como otros descuentos en viajes, ocio o estudios.

Asimismo, el programa dirigido a clientes con pensión domiciliada cuya edad sea superior a 50 años ofrece múltiples ventajas financieras y servicios diseñados para mejorar su calidad de vida. Sus miembros pueden beneficiarse, por ejemplo, del anticipo de su pensión 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.

Nuevos  
ACUERDOS DE  
COLABORACIÓN  
en 2011:  
150 con particulares  
53 con empresas

### ASOCIACIÓN DE DEPORTISTAS

En mayo de 2011 el Banco firmó un acuerdo de colaboración con la Asociación de Deportistas, por el que aquellos de más alto nivel disfrutarán de condiciones preferentes en sus productos y servicios bancarios.

La cercanía y el servicio al cliente, como señas de identidad del Banco, son valores que la asociación ha tenido en cuenta a la hora de elegir a Banco Popular como el banco de los deportistas.

Banco Popular tiene una larga tradición de colaboración con asociaciones y colectivos profesionales. Siempre de acuerdo con su modelo de negocio, enfocado en los clientes y no en los productos, el Banco a través de sus diversas líneas de negocio, como Popular Banca Privada, ofrece a estos colectivos productos y servicios diseñados a medida y ajustados a sus necesidades específicas.





# 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.

### GRUPO BANCO POPULAR ANTE SUS EMPLEADOS

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 méritos y capacidades, 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"> <li>- Política de retribución vinculada al Sistema de Evaluación del Desempeño.</li> <li>- Promoción interna sustentada en criterios de profesionalidad, mérito y capacidad.</li> <li>- Plan de formación alineado con el negocio y expectativas de los empleados.</li> <li>- Conciliación de la vida personal y laboral: "Plan Concilia" y otros beneficios sociales.</li> </ul>

### INICIATIVAS RELEVANTES 2011

Nuevo "Plan de Retribución Flexible" mediante el cual, de forma voluntaria, el empleado puede destinar parte de su salario a comprar o contratar determinados productos o servicios, consiguiendo con ello una mayor retribución neta anual vía el ahorro fiscal.

"Plan Transversal de Formación en RSC 2011-2013", plan formativo plurianual que incrementa los contenidos de RSC en la formación de empleados.

"Programa Impulsando Talento", plan de desarrollo específico que aporta valor añadido al modelo de promoción interna del Grupo.

Promoción de la diversidad a través del *Manual de Apoyo y Gestión de la Discapacidad* como ejemplo del compromiso de la Dirección del Banco por la integración de la diversidad.

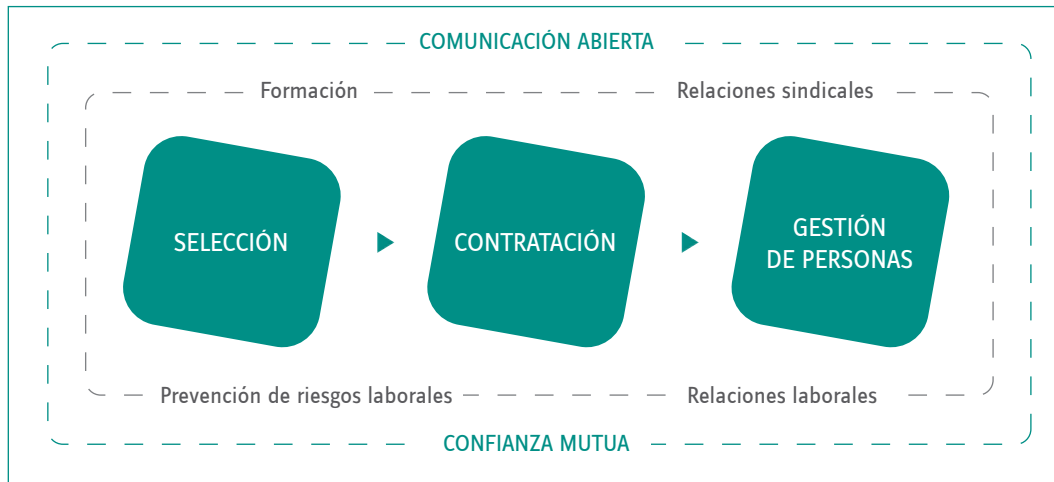
### RETO 2012

Integración de criterios de Inversión Socialmente Responsable en el plan de pensiones de los empleados de Banco Popular.

#### 4.1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN GRUPO BANCO POPULAR

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.

FIGURA 9. Funciones del Área de Recursos Humanos



#### POPULAR EMOTIONS, FOMENTANDO LOS VALORES DEL GRUPO

En vigor desde octubre en Banco Popular Portugal, el "Programa Popular Emotions" tiene como objetivo principal incentivar el desarrollo de competencias estratégicas y la transmisión de los valores del Grupo implicando a todos los empleados de la red comercial portuguesa. El servicio al cliente, el trabajo en equipo, la orientación a resultados y la capacidad de adaptación son algunas de las competencias estratégicas trabajadas durante el programa.

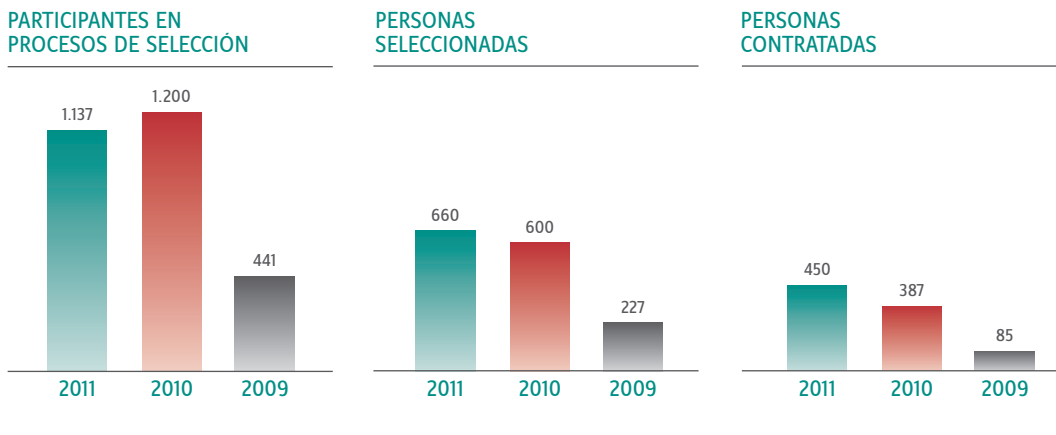
En cuanto a su funcionamiento, al final de cada periodo de evaluación trimestral se distribuyen puntos entre las mejores oficinas por captación de nuevos clientes. Los puntos podrán ser canjeados por cursos para el desarrollo de las aptitudes y habilidades de los empleados, así como por actividades de deporte extremo. Esta iniciativa, presentada en las reuniones de objetivos celebradas en Lisboa y Oporto, tiene previsto una duración de dos años.



#### 4.2. SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

La Oficina de Selección ejerce sus funciones atendiendo a los méritos y capacidades de los candidatos y con el máximo respeto a la no discriminación e igualdad de oportunidades. En este sentido, el Grupo no ha sido objeto, durante el ejercicio 2011, de ningún incidente que haya supuesto un episodio de discriminación hacia ningún empleado, cliente o cualquier persona afectada por las actividades del Grupo.

FIGURA 10. Procesos de selección y resultados de contratación en España- 2009/2011



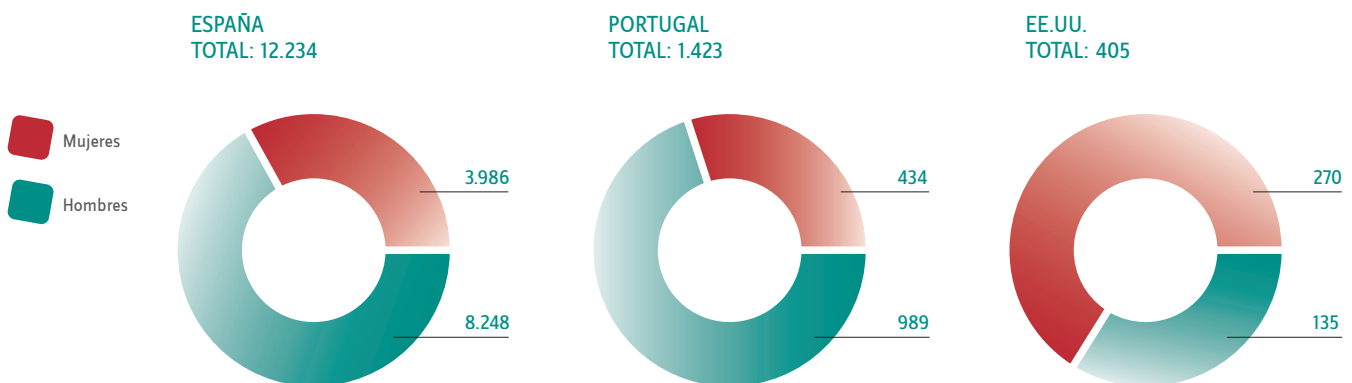
Además, la web corporativa cuenta con un *site* específico en esta materia entre cuyas utilidades destacan la posibilidad de inscribirse en áreas específicas de interés, modificar y actualizar el currículum y darse de alta en las ofertas de empleo/prácticas que mejor se ajusten al perfil del candidato.

Durante 2011, se han llevado a cabo diferentes iniciativas dirigidas a la contratación directa de personas con discapacidad. Entre ellas, destaca la continuidad del "Convenio Inserta" y la publicación en las bolsas de empleo de Fundosa y *disJob*, una página de búsqueda de empleo dirigida a personas con discapacidad. Un año más, el Grupo ha participado, además, 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 300 personas y gestionar un total de 138 currículos.

#### 4.2.1. Perfil y distribución de la plantilla

En 2011, el Grupo alcanzó la cifra de 14.062 empleados, 190 menos con respecto a 2010 en el que la plantilla estaba formada por 14.252 personas. La adaptación de la actividad del Grupo a mercados internacionales y la integración del potencial de las personas de distintas nacionalidades se han convertido en palancas de desarrollo de la multiculturalidad del Grupo. Sin duda, Banco Popular Portugal, TotalBank y Targobank son el mejor reflejo de la integración de la multiculturalidad del Banco, si bien en el Grupo hay empleados de 23 nacionalidades repartidos por las diferentes áreas. Portugal, EE.UU., Ecuador, Marruecos y China son algunos ejemplos de países representados en nuestro Grupo.

FIGURA 11. Distribución de empleados del Grupo por sexo y zona geográfica - 2011





La operación de adquisición del Banco Popular sobre el Banco Pastor no ha producido a 31 de diciembre 2011 ningún efecto en lo que se refiere a la integración de plantillas. Se ha comenzado a realizar un profundo estudio de los recursos humanos de ambas entidades, así como de todos los sistemas tanto retributivos como tecnológicos, a fin de que la integración y homogeneización de las condiciones laborales del personal procedente de ambos bancos comience a realizarse a partir del primer trimestre de 2012. En cuanto a los posibles ajustes entre ambas plantillas, además de la incidencia de las bajas naturales, se realizarán principalmente mediante prejubilaciones.

TABLA 10. Nuevas incorporaciones en Grupo Banco Popular - 2011 (\*)

REGIÓN	SUB-REGIÓN	Menos de 30 años				De 30 a 50 años				Más de 50 años				TOTAL	
		H		M		H		M		H		M		Total	Tasa (%)
		Total	Tasa (%)	Total	Tasa (%)	Total	Tasa (%)	Total	Tasa (%)	Total	Tasa (%)				
España	Norte	45	83	38	86	14	100	4	100	-	-	-	-	101	87,07
	Centro	115	94	108	89	49	96	37	97	-	-	1	-	310	93,09
	Sur	22	100	30	94	8	80	5	100	-	-	-	-	65	94,20
Portugal	Norte	3	75	6	86	-	-	-	-	-	-	-	-	9	81,82
	Sur	6	86	16	100	1	100	6	100	2	100	-	-	31	96,88
EE.UU.	-	14	58	23	55	22	51	20	50	3	50	4	57	86	53,09
<b>TOTAL</b>														<b>602</b>	<b>83,26</b>

(\*) "Tasa" indica el porcentaje de empleados que han superado el período de prueba respecto al total de nuevas incorporaciones.

En 2011, el total de nuevas incorporaciones ha ascendido a 602 personas, de las que 121 no superaron el período de prueba establecido, siendo 42 personas de España, 3 de Portugal y 76 de EE.UU.

TABLA 11. Distribución de empleados de las entidades financieras de Grupo Banco Popular por grupos de edad, sexo y región - 2011

REGIÓN	SUB-REGIÓN	Menos de 30 años		De 30 a 50 años		Más de 50 años		TOTAL		TOTAL
		H	M	H	M	H	M	H	M	
España	Norte	114	187	1.067	776	1.187	53	2.368	1.016	3.384
	Centro	297	384	2.057	1.463	1.532	142	3.886	1.989	5.875
	Sur	136	181	948	645	805	56	1.889	882	2.771
Portugal	Norte	32	67	282	71	26	4	340	142	482
	Sur	45	79	505	156	55	7	605	242	847
EE.UU.	-	26	60	80	126	29	84	135	270	405
<b>TOTAL</b>								<b>9.223</b>	<b>4.541</b>	<b>13.764</b>

TABLA 12. Índice de rotación de los empleados de las entidades financieras de Grupo Banco Popular por grupos de edad, sexo y región - 2011

REGIÓN	SUB-REGIÓN	Menos de 30 años				De 30 a 50 años				Más de 50 años				TOTAL	
		H		M		H		M		H		M		Índice (%)	Nº Bajas
		Índice (%)	Nº Bajas	Índice (%)	Nº Bajas	Índice (%)	Nº Bajas	Índice (%)	Nº Bajas	Índice (%)	Nº Bajas				
España	Norte	1,16	1	1,78	3	0,95	10	0,90	7	1,05	13	1,79	1	1,03	35
	Centro	4,13	9	2,40	8	0,99	20	0,49	7	1,38	22	1,39	2	1,18	68
	Sur	0,85	1	0,63	1	0,63	6	0,31	2	2,21	19	-	-	1,03	29
Portugal	Norte	13,04	6	7,79	6	0,72	2	6,15	4	4,00	1	-	-	3,86	19
	Sur	9,52	6	15,12	13	1,21	6	2,04	3	11,11	6	16,67	1	4,11	35
EE.UU.	-	47,83	11	26,92	14	12,86	9	21,80	29	21,21	7	8	7	19,30	77
<b>TOTAL</b>														<b>1,92</b>	<b>263</b>



TABLA 13. Distribución de empleados de las entidades financieras de Grupo Banco Popular por empresa de contratación, tipo de contrato, sexo y región - 2011

REGIÓN	EMPRESA DE CONTRATACIÓN	Contrato Fijo		Contrato Temporal		TOTAL	
		H	M	H	M	H	M
España	Banco Popular Español	7.562	3.502	82	86	7.644	3.588
	bancopopular-e	41	42	2	3	43	45
	Popular Banca Privada	97	62	1	-	98	62
	Targobank	345	180	13	12	358	192
Portugal	Banco Popular Portugal	924	337	21	47	945	384
EE.UU.	TotalBank	270	135	-	-	270	135
<b>TOTAL</b>		<b>8.652</b>	<b>4.845</b>	<b>145</b>	<b>122</b>	<b>8.797</b>	<b>4.967</b>

TABLA 14. Distribución de empleados de Grupo Banco Popular por colectivos, empresa de contratación y sexo - 2011

EMPRESA DE CONTRATACIÓN	Técnico		Administrativo		Servicios Generales		TOTAL		
	H	M	H	M	H	M	H	M	TOTAL
Banco Popular Español	6.025	2.845	1.595	743	24	-	7.644	3.588	11.232
bancopopular-e	36	32	7	13	-	-	43	45	88
Popular Banca Privada	92	57	5	5	1	-	98	62	160
Targobank	266	144	92	48	-	-	358	192	550
Banco Popular Portugal	791	220	154	164	-	-	945	384	1.329
TotalBank	79	108	56	162	-	-	135	270	405
<b>TOTAL</b>	<b>7.289</b>	<b>3.406</b>	<b>1.909</b>	<b>1.135</b>	<b>25</b>	<b>-</b>	<b>9.223</b>	<b>4.541</b>	<b>13.764</b>

## 4.3. GESTIÓN DE PERSONAS

### 4.3.1. La diversidad en Grupo Banco Popular

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, incluida en el *Portal del Empleado*, persigue dar a conocer el compromiso adquirido con su integración como elemento que hace de los valores, capacidades y diferencias de cada empleado, 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: promover la integración de personas de distintas nacionalidades como motor de desarrollo.



El Banco es empresa firmante 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.

#### MANUAL DE APOYO Y GESTIÓN DE LA DISCAPACIDAD EN EL GRUPO

El Manual muestra el compromiso interno y externo que Grupo Banco Popular ha adquirido con la discapacidad.

Internamente, el Grupo gestiona la discapacidad apostando por la contratación directa y facilitando la integración en igualdad de condiciones de aquellos empleados con algún tipo de discapacidad congénita o sobrevenida.

Externamente, se compromete con la sociedad y con aquellas personas que, debido a una condición de salud advenida o congénita, tienen que hacer frente a dificultades para integrarse en los diferentes ámbitos sociales y, en especial, en el mercado laboral.

Con esta actuación, el Grupo da un paso más en la consolidación de su compromiso con la diversidad y con el talento de los empleados donde los valores, capacidades y diferencias de cada uno sean el principal capital de la empresa.

#### 4.3.2. Igualdad de oportunidades

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, desde 2010 y por tres años, 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 a 36 se les concedió la distinción.

#### BANCO POPULAR, GALARDONADO POR FEDEPE POR SU POLÍTICA DE EMPRESA A FAVOR DE LA IGUALDAD

Banco Popular ha sido distinguido por su Política de Empresa a favor de la Mujer, un reconocimiento otorgado por la Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias (FEDEPE) en la XX edición de sus premios.

El objetivo de los Premios FEDEPE es reconocer a aquellas mujeres que han destacado profesionalmente en su desempeño laboral, directivo y empresarial, así como a las empresas, entidades y medios de comunicación que hayan favorecido e impulsado el papel de la mujer en el ámbito laboral.

Banco Popular ha trabajado durante los últimos seis años en su "Plan de Igualdad", elaborado con la finalidad de garantizar la igualdad real y efectiva entre los hombres y mujeres que integran la Entidad. Esta iniciativa se engloba dentro del "Plan Concilia", una batería de treinta medidas destinadas a facilitar y mejorar la conciliación personal, familiar y laboral de la plantilla.



### 4.3.3. Promoción

Los criterios sobre los que se sustenta la promoción son de carácter profesional y se basan en el mérito y capacidad mostrados por el empleado. La 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 2011, el Banco contaba con un total de ocho directores generales, cuatro directores generales adjuntos, un secretario general técnico y diecisiete 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 15. Distribución de ascensos en las entidades financieras de Grupo Banco Popular en España - 2009/2011

		EMPLEADOS		ASCENSOS	
		Número	%	Número	%
2011	Hombres	8.143	69,69	785	53,40
	Mujeres	3.887	32,31	685	46,60
	TOTAL	12.030	100	1.470	100
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

#### PROGRAMA IMPULSANDO TALENTO, PREMIADO EN LOS PREMIOS EXPANSIÓN & EMPLEO

En noviembre de 2011 Banco Popular fue galardonado con un accésit en la 9ª convocatoria de los Premios Expansión & Empleo a la Innovación en los Recursos Humanos, por el "Programa Impulsando Talento". Este programa nace con el objetivo de formar una cantera de futuros directivos de áreas especializadas que se identifiquen y vinculen tanto con el proyecto de desarrollo de la Entidad, como de sus valores corporativos.

Por ello, va dirigido a recién licenciados universitarios con titulación de postgrado y sin experiencia profesional, procedentes de distintas universidades y escuelas de negocio, con un expediente académico destacado y alto nivel de inglés. Estas personas inician su carrera en el Banco después de un exigente proceso de selección.

La duración del programa es de 24 meses, con cuatro periodos diferenciados de 6 meses cada uno en los que cada participante rota por un área determinada del Grupo, iniciando siempre esta experiencia en la Red Comercial. Desde su comienzo en 2010, este programa ha acogido a un total de 15 empleados.



**Sistema de Evaluación del Desempeño**

Este sistema 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.

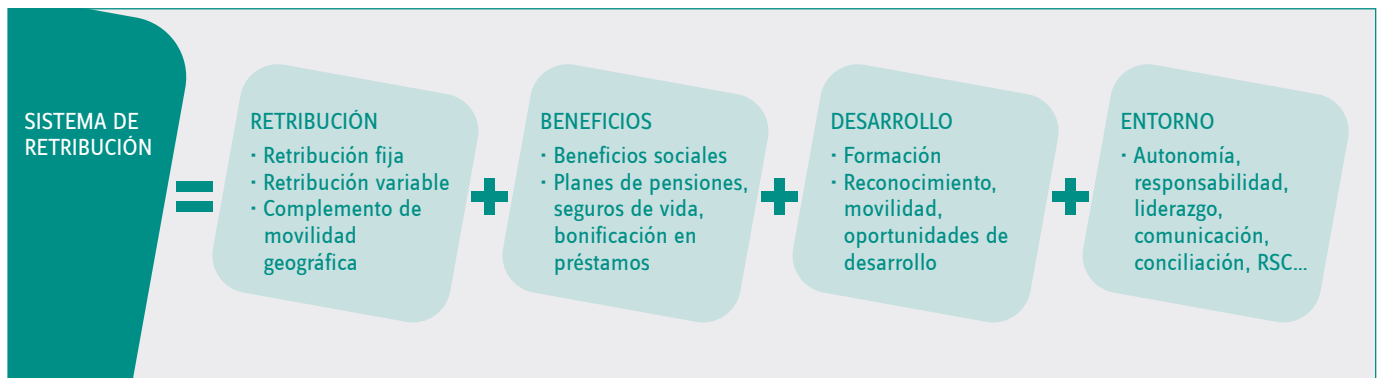
La evaluación consta de una fase abierta en la que, tanto evaluador como evaluado, pueden compartir opiniones sobre la misma. Dicha evaluación servirá de referente para adecuar el comportamiento del empleado con lo que se espera de él, constituyendo así tanto una herramienta de comunicación interna de la organización, como una palanca para la gestión del cambio. Durante 2011 han sido evaluadas 5.754 personas, de las cuales un 66% son hombres y un 34 mujeres, lo que engloba al 48% de la plantilla del Grupo en España.

**47%**  
El 47% de la plantilla del Grupo ha sido evaluado por el Sistema de Evaluación del Desempeño

**4.3.4. Remuneración**

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 Popular Gestión Privada, incide en el concepto de compensación total, que supera claramente al concepto de retribución.

FIGURA 12. Características del Sistema de Retribución



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 1.899,88 euros brutos mensuales; 2,96% más elevado que el salario mínimo interprofesional (641,4 euros mensuales).

TABLA 16. Ratio salario mujer/hombre - 2011

COLECTIVO	Salario Mujer vs. Hombre	Años de antigüedad en la categoría en la empresa	
		Hombre	Mujer
Directores	88,38%	5,16	3,22
Técnicos	80,66%	6,35	3,53
Administrativos	79,66%	11,79	4,53

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.

#### PLAN DE RETRIBUCIÓN FLEXIBLE

La retribución flexible es un sistema mediante el cual el empleado, de forma voluntaria, decide destinar parte de su salario a comprar o contratar determinados productos o servicios, en función de sus necesidades personales y familiares. A partir de 2011, entran dentro de esta categoría la contratación de productos y servicios como guardería, seguro médico y compra de ordenadores.

Todos los empleados en activo con contrato indefinido del Grupo en España podrán beneficiarse de las exenciones fiscales correspondientes, haciendo que aumente el salario neto disponible. La información del "Plan de Retribución Flexible", la descripción de los productos y proveedores de este nuevo sistema, así como el simulador que facilita la adhesión al mismo, se presentan en el *Portal del Empleado*.

Durante el primer período de contratación, desde noviembre de 2011, más de 2.000 empleados se han adherido a este Plan.



#### 4.3.5. 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 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* y la concesión es, en la mayoría de los casos, inmediata debido a la automatización del proceso.

Desde 2005 se han gestionado más de 14.300 peticiones, habiéndose tramitado en este ejercicio 3.328 peticiones cuya inversión ha supuesto aproximadamente 2,7 millones de euros. Las medidas más solicitadas han sido las siguientes:

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

##### PLAN CONCILIA

en 2011: gestión de más de 3.328 peticiones,  
**INVERSIÓN**  
de 2,7 millones de €



FIGURA 13. Principales medidas de conciliación recogidas en el "Plan Concilia"



### 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 externalizados 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 2011.

La existencia de planes de pensiones de empleo en Banco Popular Español, Targobank y bancopopular-e implica la participación de los trabajadores en su gestión, a través de sus respectivas comisiones de control. Europopular Integral es el fondo en el que se encuentran integrados los planes de pensiones de empleo existentes en el Grupo. Al cierre de 2011 contaba con un patrimonio aproximado de 796 millones de euros, 13.020 partícipes y 1.816 beneficiarios.

Por otra parte, durante 2011, la Dirección del Grupo y la representación sindical han alcanzado un acuerdo por el que el Banco aumentará la contribución mínima anual que, como promotor, realiza de manera directa a los partícipes del colectivo B del plan de pensiones. Además, con la finalidad de mejorar el nivel de previsión complementaria del colectivo de empleados, el Banco ampliará los capitales del Seguro Colectivo de Vida a los empleados de Banco Popular Español, bancopopular-e y Popular Banca Privada.

#### 4.4. FORMACIÓN

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

- El modelo de negocio y la cultura corporativa como fundamento de los criterios de su actuación.
- 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 2011 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, complementada con recursos *e-learning* que sirven de apoyo y de canal de consulta permanente.

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 1.430.795,66 euros, frente a 1.227.795 euros del año anterior.

Más de  
170.000 horas de  
**FORMACIÓN**  
en 2011



TABLA 17. Horas de formación de empleados por categoría y sexo - 2011

		Promedio	TOTAL
CATEGORÍA	Técnicos	16	147.308
	Administrativos	10	24.683
SEXO	Hombres	13	98.506
	Mujeres	21	73.485



### PLAN TRANSVERSAL DE FORMACIÓN EN RSC 2011-2013

El "Plan Transversal" se dirige a los empleados del Grupo con el doble objetivo de formarles en materia de RSC y sensibilizarles sobre las implicaciones del desarrollo de la actividad del Banco en su entorno social y ambiental. De esta manera, se pretende que los empleados estén informados acerca del contenido de la Política de RSC del Grupo y participen en el desarrollo de la misma.

Desde 2009 diversas acciones formativas han venido desarrollándose de manera puntual. Este plan formativo nace con la intención de enmarcar todas las iniciativas llevadas a cabo anteriormente, junto con las previstas para el futuro, en un programa sistemático y plurianual que traslade estos contenidos a la mayor parte de la plantilla del Grupo.

Las Oficinas de Formación y Desarrollo y RSC han definido un conjunto de acciones formativas, cuyo contenido resulta de aplicación no sólo a la actividad profesional de los empleados, sino también a su ámbito particular.

#### Acciones formativas clave en materia de RSC

Banco Popular ha desarrollado las siguientes acciones formativas vinculadas a determinadas políticas y procedimientos de la organización que tienen especial relevancia para el desarrollo de la política de RSC en la organización:

- Prevención de Blanqueo de capitales y financiación del terrorismo:
  - Durante 2011 han recibido formación en esta área 5.799 empleados, de los que un 22% eran administrativos y un 78% eran directivos, suponiendo en conjunto un 48% de la plantilla total de Grupo Banco Popular.
  - 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.
- Observancia de los Derechos Humanos:
  - Se han desarrollado acciones formativas para 80 personas -un 0,67% de la plantilla-, alcanzando un total de 191 horas. Además, en 2011 se ha difundido a todos los empleados a través del *Portal de Formación* un vídeo explicativo sobre la Declaración Universal de los Derechos Humanos.
  - 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.
- Gestión de la RSC:
  - En 2011 se ha impartido un curso de formación y sensibilización a 42 gestores de Recursos Humanos sobre la actuación del Grupo en temas de RSC. Dicho curso se vio complementado con una formación específica sobre la gestión de la diversidad en la organización y un taller en el que los participantes debían plasmar en unas camisetas los conocimientos previamente adquiridos, trabajando mano a mano con profesionales con distintas capacidades de un Centro Especial de Empleo.
  - Adicionalmente, se ha impartido un curso de conducción eficiente que tenía por objeto formar a los 19 participantes sobre los beneficios de llevar a cabo una conducción eficiente desde el punto de vista de la seguridad vial y el consumo energético del vehículo.



4.5. COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

4.5.1. 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. Durante este ejercicio, se han realizado 4.306 entrevistas individuales, lo que supone un 30,62% de la plantilla en el Grupo.

**30,62%**  
 Gestión de personas:  
 4.306 entrevistas individuales,  
 un 30,62% de la plantilla

FIGURA 14. Principales canales de comunicación interna de Grupo Banco Popular - 2011

<p><b>CANALES DE COMUNICACIÓN</b></p>	<p><b>El boletín electrónico <i>Canal Popular</i></b>                      Boletín informativo que se distribuye a través del correo electrónico a los empleados en España y que proporciona información de interés sobre la organización. Cuenta, además, con una sección específica de RSC, desde donde se informa de las novedades en esta materia.</p> 
<p><b>Intranet</b>                      Permite el acceso y el conocimiento a toda la información sobre los asuntos más relevantes que afectan a la gestión del Banco como las reuniones de la Dirección General, los comunicados comerciales o el lanzamiento de nuevos productos.</p> 	<p><b>El Buzón del Empleado y el Buzón de Sugerencias</b>                      Las consultas 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 2011, se han recibido 204 sugerencias en el Buzón del Empleado, 192 en 2010. Respecto al Buzón de Sugerencias, se recibieron 521 consultas frente a las 575 del año anterior.</p> 
<p><b>El Portal del Empleado</b>                      Es un canal esencial para la comunicación con los empleados y sus familias. Dividido en dos áreas -“Personal” y “Club”- ofrece información profesional y extraprofesional a la plantilla. El portal cuenta además con una sección específica de RSC, ampliada desde 2010 con la iniciativa “Somos Diversidad”.</p> 	<p><b>Los Blogs de innovación</b>                      Foro de discusión en el que los empleados comparten su experiencia profesional y sus propuestas de mejora, con independencia de las barreras geográficas u organizativas.</p> 
<p><b>La revista <i>Más Popular</i></b>                      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 permite al empleado profundizar en su conocimiento sobre la Entidad.</p> 	<p><b>Club del Popular</b>                      Es un espacio en Internet dirigido a un colectivo de más de 6.000 personas formado por los empleados jubilados y prejubilados del Grupo. Incluye, igualmente, una sección específica de RSC cuyo cometido es informativo y participativo.</p> 

#### 4.5.2. Relaciones sindicales

La libertad de asociación y afiliación es un derecho de cada persona. Grupo Banco Popular, consciente del respeto que debe a sus empleados, facilita los elementos necesarios para que 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 -99,7%-, 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". 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 de los trabajadores, cuya duración no podría ser inferior a quince días, con el objetivo de negociar de buena fe entre las partes y poder alcanzar un acuerdo satisfactorio.

#### La Oficina de Relaciones Sindicales

La Dirección del Grupo mantiene contacto continuo y permanente con la representación sindical, que se canaliza a través de esta Oficina, mesa permanente de información, negociación y contacto en ambas direcciones. Los representantes sindicales pueden plantear ante ella cualquier aspecto de índole laboral o relacionado con la evolución del Grupo. Se fomenta así un diálogo abierto que permite informar a tiempo y gestionar adecuadamente las posibles diferencias.

Banco Popular Español cuenta con 521 delegados sindicales, mientras que en Banco Popular Portugal son 5 los representantes sindicales. En Estados Unidos, los empleados son libres de pertenecer a sindicatos, pero no existe estructura sindical organizada; el tamaño de TotalBank facilita, no obstante, la participación e información de sus empleados.

#### 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 del seguimiento en materia de salud laboral y prevención de riesgos. El 94,33% de la plantilla del Grupo se encuentra representada por estos comités.

### 4.6. SEGURIDAD Y SALUD

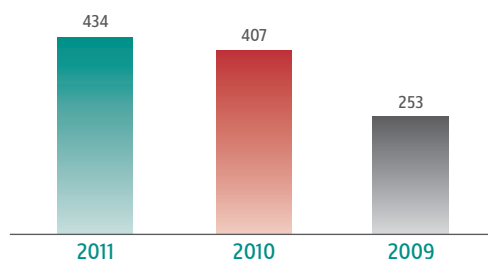
El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales gestiona todos los aspectos relacionados con la identificación de estos riesgos en los centros de trabajo, la formación a empleados, la vigilancia de la salud y la elaboración de planes de emergencia y evacuación.

El "Plan de Prevención 2007-2011" tiene como objeto integrar todas las actuaciones relativas a esta materia dentro de un marco definido por la política preventiva del Grupo. Esta política fue aprobada en la Dirección General de julio de 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.

#### 4.6.1. Evaluaciones de riesgos

Durante el ejercicio 2011, se han efectuado 434 evaluaciones de riesgo, frente a las 407 del año anterior. Los datos recogidos en las evaluaciones se difunden a través del *Portal del Empleado*.

FIGURA 15. Evaluaciones de riesgos realizadas en Grupo Banco Popular - 2009/2011





#### 4.6.2. 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, 537 empleados han recibido esta formación.

Periódicamente, se imparten cursos de actualización para los miembros del equipo de emergencia en los edificios del Grupo, así como cursos específicos en materia de primeros auxilios; en total asisten 690 empleados. La formación en riesgos laborales se completa desde 2009 mediante una cápsula *on-line* incluida en *Formanova*.

#### 4.6.3. 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*, plataforma que tiene por objeto disminuir la siniestralidad en las carreteras europeas. Asimismo, se han llevado a cabo jornadas de sensibilización sobre conducción eficiente y seguridad vial que han tenido por objeto trasladar los beneficios de la ecoconducción, tanto para la seguridad del conductor como para el medio ambiente.

#### BANCO POPULAR, MODELO DE BUENA PRÁCTICA EN MATERIA DE SEGURIDAD VIAL

Banco Popular ha desarrollado un programa de formación para la prevención de la accidentalidad laboral vial *on-line* para todos sus trabajadores en el cual, además, se trabajan transversalmente temas de valores sociales y consejos sobre seguridad vial para desplazamientos particulares.

La Dirección General de Tráfico ha hecho mención a este programa en su *Manual de Buenas Prácticas en la Prevención de Accidentes de Tráfico Laborales* de 2011.



FIGURA 16. Reconocimientos médicos realizados en Grupo Banco Popular - 2009/2011

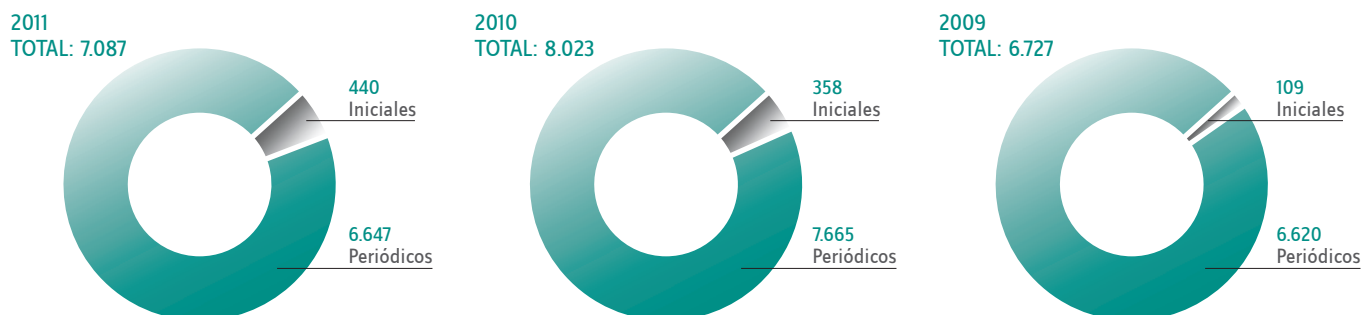


TABLA 18. Accidentes de trabajo de empleados de Grupo Banco Popular en España- 2009 /2011

ABSENTISMO POR ACCIDENTES DE TRABAJO	Hombre			Mujer		
	Norte	Centro	Sur	Norte	Centro	Sur
Accidentes totales	31	63	21	22	42	13
Accidentes sin baja	16	30	14	15	29	4
Accidentes con baja	15	33	7	7	13	9
Jornadas totales perdidas	366	563	109	64	305	186

## 4.6.4. Absentismo por enfermedad común y otras situaciones

TABLA 19. Empleados con derecho a permiso parental - 2011

EMPLEADOS CON DERECHO A PERMISO PARENTAL	Hombre	Mujer
Número de empleados con derecho a permiso parental	309	310
Número de empleados que ejercieron ese derecho	303	310
Número de empleados que, tras ejercerlo, se reincorporaron al trabajo (*)	302	283
Tasa de reincorporación al trabajo tras ejercer ese derecho	99,7%	91,3%
Número de empleados que, un año después de una baja parental, siguen en la organización	275	229
Tasa de retención de empleados que, un año después de una baja parental, siguen en la organización	97,5%	91,6%

(\*) En 2011, de los 28 empleados que tras disfrutar de su derecho a permiso parental no se reincorporaron, 27 de ellos ha sido por acogerse a la medida de conciliación "Excedencia para el cuidado de hijos menores de 3 años".

TABLA 20. Volumen y tipología de absentismo de Grupo Banco Popular en España por sexo y región - 2009/2011

ABSENTISMO POR ENFERMEDAD COMÚN (*)	Hombre				Mujer				TOTAL
	Norte	Centro	Sur	TOTAL	Norte	Centro	Sur	TOTAL	
Bajas totales	501	756	450	1.707	324	658	336	1.318	3.025
Nuevas bajas	462	690	414	1.566	300	618	317	1.235	2.801
Altas	454	697	401	1.552	299	624	309	1.232	2.784
Jornadas laborables totales perdidas	11.944	17.807	10.704	40.455	7.265	12.860	6.595	26.720	67.175
Índice de accidentes	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001
Índice de días perdidos	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01
Índice de absentismo	2,29	2,09	2,53	2,25	3,18	2,92	3,39	3,10	2,52

(\*) No se han producido enfermedades profesionales por lo que dicho índice es cero.





# 05

## Relación con proveedores

El compromiso del Grupo con el desarrollo responsable de su actividad se traslada a la cadena de suministro en línea con lo manifestado en el *Código de Conducta de Proveedores*.

GRUPO BANCO POPULAR ANTE SUS PROVEEDORES	
Modelo de gestión de compras	Garantiza la igualdad de oportunidades, la accesibilidad y la transparencia en la gestión de la cadena de suministro.
<i>Código de Conducta de Proveedores</i>	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 2011	
Volumen de Compras	409,68 millones de euros gestionados desde la Oficina de Compras.
Perfil de los proveedores	4.099 son proveedores locales con domicilio fiscal en España y 39 no residentes.
Volumen de facturación correspondiente a proveedores locales	404 millones de euros, que suponen el 98,62% de la facturación total.

RETO 2012	
Evaluación del riesgo de la cadena de suministro de Banco Popular Español.	

## 5.1. PERFIL DE PROVEEDORES Y VOLUMEN DE COMPRAS

Grupo Banco Popular promueve una relación con su cadena de suministro basada en la transparencia y la confianza mutua, con el fin de garantizar una prestación de servicios eficiente y de calidad.

### Proveedores residentes y no residentes

En 2011, el Grupo contrató productos y servicios 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 409,68 millones de euros.

TABLA 21. Tipología de los proveedores del Grupo - 2011

PROVEEDORES RESIDENTES			
Número	4.099	% sobre el total de proveedores	99,06
Importe facturado (miles de euros)	404.038	% del importe facturado	98,62

### Centros Especiales de Empleo

Grupo Banco Popular promueve la contratación de productos y servicios a Centros Especiales de Empleo, empresas cuya plantilla está formada, al menos por un 70%, por personas con discapacidad certificada.

En 2011, la colaboración con diversos Centros Especiales de Empleo ha permitido al Grupo llevar a cabo, entre otras, las siguientes actuaciones:

- Digitalización de documentos.
- Producción de diverso material promocional.
- Reciclado de tóners.
- Suministro de material de oficina.
- Realización de acciones formativas.
- Coordinación de eventos corporativos.

El Grupo promueve la contratación de productos y servicios a **CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO**





## 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 para todos los proveedores y operaciones realizadas desde el año de su creación, 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 2011 han sido 33.

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. En estos casos, el proveedor quedaría excluido de futuros concursos, sin perjuicio de ejecutar, en su caso, las acciones y penalizaciones contempladas al efecto.

### 5.2.2. Canales de consulta y diálogo

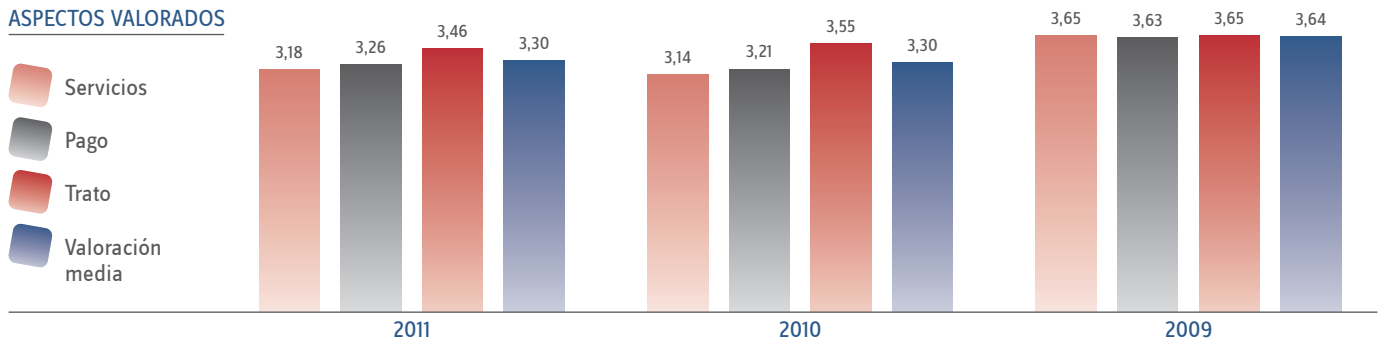
El Grupo dispone de una serie de canales generales de consulta y diálogo con proveedores con el objetivo de mantener una relación fluida y transparente con los mismos.

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.

FIGURA 17. Aspectos más valorados por los proveedores



FIGURA 18. Valoración de Grupo Banco Popular en la encuesta de satisfacción de proveedores - 2009/2011



Como puede observarse, la valoración de los proveedores ha aumentado ligeramente, superando la valoración media de 2010.

#### INICIATIVAS DE MEJORA EN LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Con la finalidad de avanzar en la gestión de la cadena de suministro, en 2011 la Oficina de RSC llevó a cabo un estudio centrado en conocer con mayor detalle la valoración que los proveedores comunicaron en la Encuesta de Proveedores 2010.

Para ello, se identificaron las encuestas que obtuvieron puntuaciones inferiores y se contactó, posteriormente, con cada uno de los responsables de las empresas proveedoras para conocer los motivos de su calificación.

El proceso consultivo realizado y los resultados derivados del estudio han permitido al Grupo conocer más a su base de proveedores y facilitar el diseño de acciones que ayuden a gestionar mejor sus expectativas.

### 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.





# 06

## Compromiso con la sociedad

Banco Popular considera que su éxito va ligado al del entorno en el que opera. Por eso, su modelo de negocio y las estrategias que pone en práctica se orientan al crecimiento y desarrollo conjunto de ambos y promueve otras acciones, de estricto carácter social, con las que quiere contribuir al progreso de la comunidad.

### GRUPO BANCO POPULAR ANTE LA SOCIEDAD

Aportación a la economía	Banco Popular tiene un peso destacado en la creación de valor económico a escala nacional. El valor añadido creado en 2011 asciende a 3.164 millones de euros.
Líneas estratégicas de la acción social	El Banco complementa su actividad principal con otras acciones que, en beneficio de la comunidad, desarrolla en tres grandes áreas: educación y cultura, integración social y asistencial y cooperación al desarrollo.
Fundación Banco Popular	La inversión social del Banco se canaliza y ordena a través de su Fundación. Todos los proyectos en los que participa se llevan a cabo teniendo presente su modelo de responsabilidad social y de acuerdo con los criterios de integridad, transparencia y discreción.

### INICIATIVAS RELEVANTES 2011

Integración laboral de personas con discapacidad. Se han firmado acuerdos con entidades especializadas para favorecer el acceso al empleo de personas con discapacidad mediante la orientación laboral, la generación de ofertas de empleo y la sensibilización del tejido empresarial.

Acceso a la educación y formación de las personas. Más de 3.200 estudiantes se han beneficiado en 2011 de las ayudas y facilidades concedidas para acceder a una educación de calidad y completar su formación.

Voluntariado profesional. Empleados del Grupo han colaborado con diversas instituciones sin ánimo de lucro transmitiendo sus conocimientos técnicos y facilitándoles asesoramiento profesional.

### RETO 2012

Fomento del acceso a la educación de calidad y a la capacitación técnica, tanto en España como en países emergentes.

## 6.1. IMPACTO EN LA ECONOMÍA

Banco Popular, a través del desempeño de su actividad principal, contribuye al desarrollo y crecimiento tanto económico como social de las comunidades donde está presente. Muestra de ello es su contribución a la generación de empleo a pesar de la coyuntura actual, la prestación de servicios bancarios en zonas de baja densidad de población y el impulso de programas que contribuyen al desarrollo de colectivos en riesgo de exclusión. A través de éstas y otras acciones llevadas a cabo en 2011, el Banco ha generado un impacto en la economía que se analiza a continuación.

### 6.1.1. Aportación directa de Banco Popular a la economía

El desarrollo de la actividad de negocio del Banco conlleva la generación de un valor que impacta directamente en el sistema económico en el que opera y que influye en diferentes grupos de interés como son los accionistas, empleados, proveedores, instituciones públicas y sociedad en su conjunto.

En las tablas siguientes se muestra el detalle de dicho valor económico y su desglose para cada uno de los grupos de interés mencionados:

TABLA 22. Cálculo del valor económico generado, distribuido y retenido - 2009/2011

(en miles de euros)	2011	2010 (*)	2009
<b>VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO</b>			
Margen bruto	2.996.634	3.397.622	4.054.170
Resultado baja de activos	506.853	517.889	458.162
Ganancias activos no corrientes	-339.111	-523.893	-200.368
<b>TOTAL VALOR ECONÓMICO GENERADO</b>	<b>3.164.376</b>	<b>3.391.618</b>	<b>4.311.964</b>
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO</b>			
Empleados: gasto personal	778.756	778.266	792.053
Proveedores: gastos generales de administración	394.193	355.647	332.556
Administraciones públicas: impuestos sociedades y tributos	36.668	265.635	340.890
Accionistas: dividendos	70.007	168.750	299.959
Comunidad (sin fundaciones)	116	553	3.518
Compromiso con la sociedad (fundaciones)	13.513	13.493	15.516
<b>TOTAL VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO</b>	<b>1.293.137</b>	<b>1.582.344</b>	<b>1.784.492</b>
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO</b>	<b>1.871.239</b>	<b>1.809.274</b>	<b>2.527.472</b>

(\*) Debido a la operación con Allianz, la información del 2010 ha sido reclasificada con el fin de facilitar su comparabilidad.

TABLA 23. Cálculo del valor económico añadido -detalle por grupos de interés- 2009/2011

(en miles de euros)	2011	2010 (*)	2009
<b>Accionistas</b>			
Dividendos	70.007	168.750	299.959
<b>Empleados</b>			
Gastos de personal	778.756	778.266	792.053
<b>Clientes</b>			
Intereses y cargas asimiladas	2.493.610	1.713.875	2.236.515
<b>Proveedores</b>			
Otros gastos generales de administración	394.193	355.647	332.556
<b>Sociedad</b>			
Impuesto sobre beneficios	-39.835	206.372	292.559
Otros impuestos	76.503	59.263	48.331
Recursos destinados por Grupo Banco Popular	116	553	3.518
Recursos destinados por las Fundaciones	13.513	13.493	15.516
<b>TOTAL VALOR ECONÓMICO AÑADIDO</b>	<b>3.786.863</b>	<b>3.296.219</b>	<b>4.021.007</b>

(\*) Debido a la operación con Allianz, la información del 2010 ha sido reclasificada con el fin de facilitar su comparabilidad.

### 6.1.2. Aportación indirecta de Banco Popular a la economía

Adicionalmente, el Banco genera de manera indirecta un impacto en la economía y contribuye a la estabilidad del entorno en el que opera a través del desarrollo de acciones como:

- Apoyo económico a emprendedores y negocios relacionados con la I+D+i.
- Financiación de empresas focalizadas en energías renovables que repercuten en la mejora del entorno ambiental.
- Concesión de préstamos a clientes para mejorar su bienestar y capacidad de desarrollo.
- Concesión de ayudas para la formación de colectivos desfavorecidos.
- Apoyo a la integración de personas con discapacidad en el mercado laboral.

### 6.1.3. Aportación de Banco Popular a la generación de empleo

El pasado ejercicio ha continuado siendo un escenario especialmente complicado para el empleo. A pesar de ello, Banco Popular ha contribuido a su generación apostando fundamentalmente por jóvenes recién licenciados y sin experiencia, pero con el potencial necesario para formarse y crecer en la organización. La mayor parte de las bajas que se han producido en el año han sido naturales y se han cubierto por esta vía, aunque también se han incorporado personas con la experiencia y cualificación necesaria para trabajar en los retos que el Grupo ha de alcanzar. En el capítulo 4 de este Informe se recoge con detalle la evolución de la plantilla.

Banco Popular apuesta por la **INTEGRACIÓN LABORAL** de jóvenes y colectivos en riesgo de exclusión

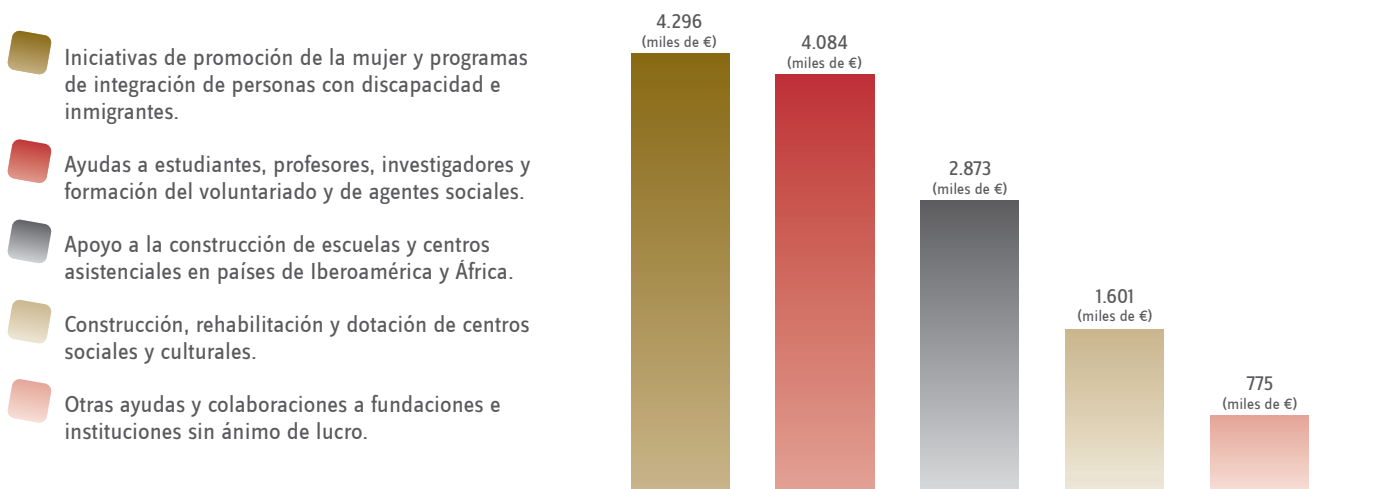
## 6.2. INVERSIÓN SOCIAL

La contribución social que Banco Popular realiza mediante las iniciativas a favor del fortalecimiento de las capacidades de las personas, la reducción de las carencias de los más desfavorecidos y la cooperación al desarrollo sigue siendo una constante pese a las actuales circunstancias económicas. El Banco no renuncia a esa línea de actuación, que entiende efectiva para dar respuesta a corto y largo plazo a los retos y prioridades que -como los programas destinados a mejorar la formación y la capacitación profesional de las personas- favorecen la recuperación económica y el dinamismo de la sociedad.

Durante el ejercicio 2011 se han destinado a la acción social 13,6 millones de euros, sin contar otras ayudas como las contribuciones en especie o el coste atribuido a las financiaciones preferentes.

FIGURA 19. Programas de Acción Social de Banco Popular - 2011

TOTAL: 13.629 (miles de €)



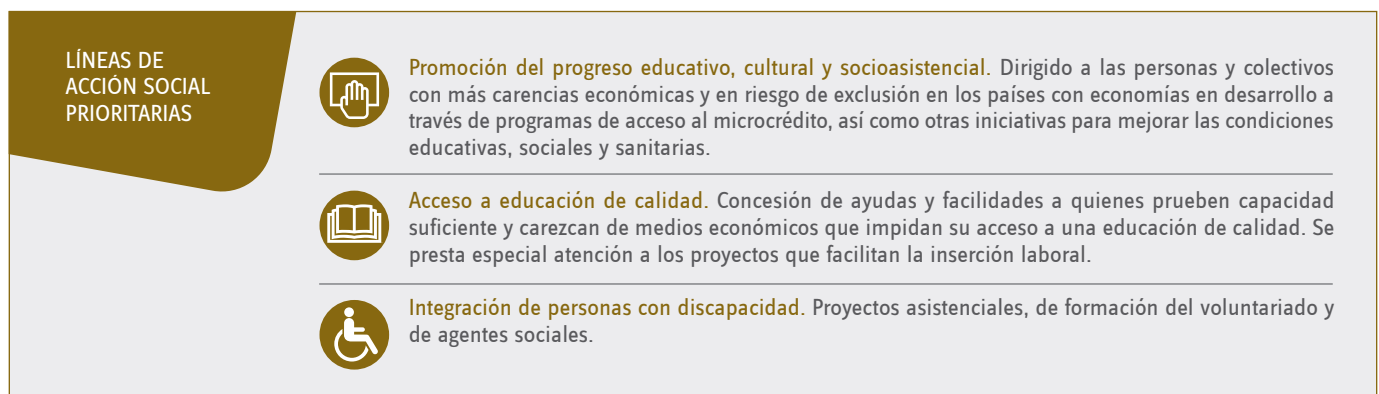
### 6.2.1. Fundación Banco Popular

La Fundación Banco Popular canaliza y ordena la acción social del Banco con total separación de la actividad bancaria y de acuerdo con la forma en que el Grupo entiende que debe llevar a cabo su acción social: sin promover ninguna iniciativa pero ayudando a quien las promueve. Los proyectos en los que participa han de ser viables en su funcionamiento económico y no han de precisar de ayuda sistemática y continuada para mantenerse. La Fundación presta su colaboración preferentemente mediante ayudas reintegrables, sin intereses y con las garantías adecuadas a la naturaleza del proyecto.

Las dotaciones que recibe la Fundación se gestionan de forma autónoma y se destinan en su totalidad al cumplimiento de sus fines sociales pues no soporta ningún gasto de gestión ni operativo.

El Convenio firmado entre el Banco y la Fundación en 2008 ratificó las líneas generales de acción social que el Grupo ha venido siguiendo durante los últimos años y garantizó los recursos suficientes para su continuidad.

FIGURA 20. Líneas de acción social prioritarias de la Fundación Banco Popular



### 6.2.2. Proyectos más significativos

A través de la Fundación Banco Popular, en 2011 se han puesto en marcha 96 proyectos de diverso alcance, 42 de los cuales se han desarrollado en España y 54 en el extranjero -los programas de cooperación y desarrollo se han llevado a cabo en África e Hispanoamérica principalmente-. Por su parte, TotalBank concedió 30.782 € en donativos a diferentes asociaciones benéficas del Estado de Florida (EE.UU.), apoyó un programa de salud infantil, otro dirigido a mujeres emprendedoras y organizó 7 jornadas de voluntariado en las que los empleados que participaron facilitaron formación financiera a víctimas de violencia de género y personas sin hogar, estudiantes y jóvenes emprendedores.

#### IMPULSO DEL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO EN PARAGUAY

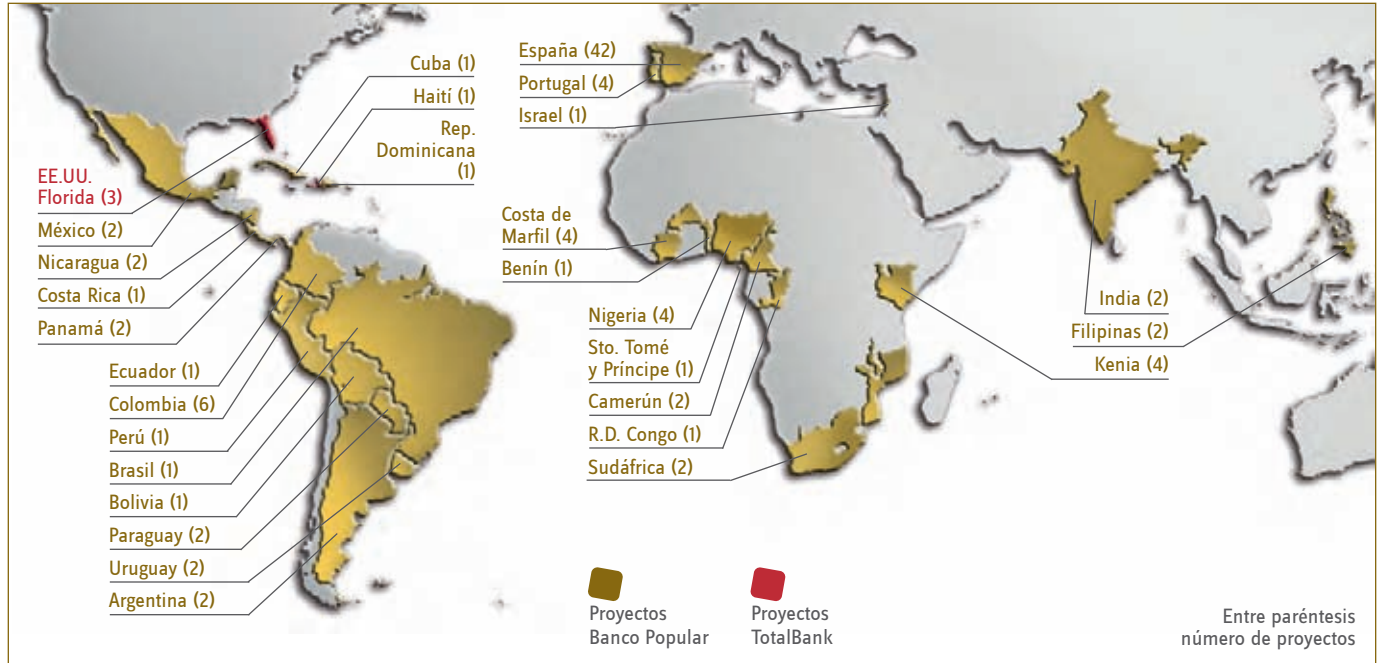
Banco Popular ha contribuido a la financiación de 3.510 microcréditos dirigidos a pequeños agricultores y productores de diferentes zonas en desarrollo de Paraguay (Ayala, Villeta y Guayaibí, entre otras). En 2011, se han beneficiado 2.332 personas, de las cuales un 49% son hombres y un 51% mujeres. Esta financiación ha permitido potenciar la actividad agrícola de dichas regiones y favorecer la integración laboral de sus beneficiarios.

La aportación de Banco Popular, a través de su Fundación, ha sido de 155.656 euros, lo que representa un 1,14% de la inversión social de Banco Popular en 2011.





FIGURA 21. Distribución geográfica de la Acción Social - 2011

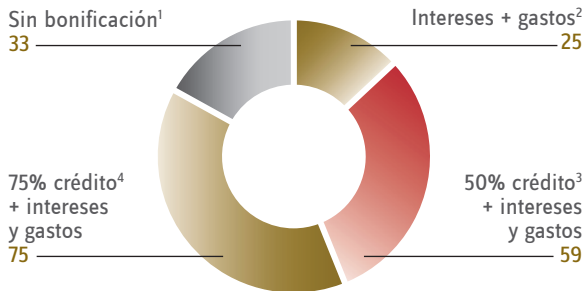


Los recursos invertidos se han destinado, principalmente, a facilitar el acceso a la educación y la formación de las personas. El número de beneficiarios de estas ayudas económicas, que se prestan bajo diversas modalidades (becas, ayudas reintegrables, préstamos blandos, etc.), fue de 3.252 personas. 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 la Universidad de Navarra. 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 2010/11, 134 de los 192 estudiantes que se acogieron a esta modalidad de crédito vieron recompensado económicamente su esfuerzo tal y como se muestra en la figura 22. En el presente curso 2011/2012, se han formalizado 337 créditos, de los que 178 corresponden a nuevos alumnos y 159 a renovaciones de los concedidos en los dos ejercicios anteriores, y cuyo límite es de 2.722.685 euros.

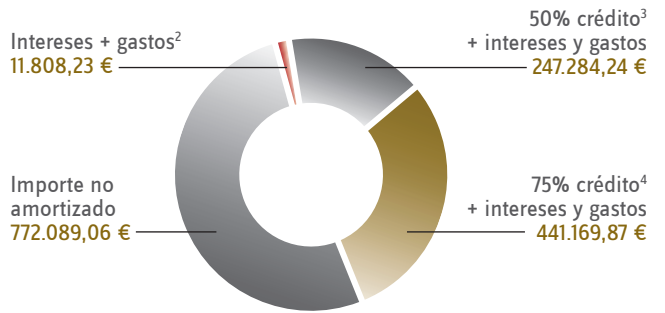
**1,4**  
1,4 millones de euros concedidos en Créditos a la Excelencia Académica en el curso 2010/11

FIGURA 22. Programa de Créditos a la Excelencia - Curso 2010/11

DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIARIOS POR TIPO DE BONIFICACIÓN OBTENIDA



DISTRIBUCIÓN DEL IMPORTE AMORTIZADO POR LA FUNDACIÓN BANCO POPULAR



Alumnos acogidos al programa: 192

Importe créditos concedidos por el Banco: 1.472.351 €  
Importe amortizado por la Fundación: 700.262 €

<sup>1</sup> No aprueban todas las asignaturas y quedan fuera del programa.  
<sup>2</sup> Aprueban todas las asignaturas.

<sup>3</sup> Obtienen la calificación media exigida.  
<sup>4</sup> Obtienen la máxima calificación media exigida.



Se resumen a continuación algunos de los proyectos desarrollados en otras áreas con el apoyo de la Fundación Banco Popular:

#### Desarrollo de acciones formativas para el empleo (Valencia, España)

El programa promueve mediante la enseñanza y la formación adecuadas, la incorporación al mercado laboral de jóvenes en paro. Se imparten enseñanzas tanto de Formación Profesional Reglada como de Formación para el Empleo (ocupacional y continua) y los alumnos cuentan con talleres especializados (electricidad, mecánica, robótica, etc.) en los que pueden practicar los conocimientos adquiridos.

#### Programa de apoyo familiar (Barcelona, España)

A través de acompañamiento individualizado, el programa da respuesta a la necesidad de apoyo y orientación que tienen las familias en situación de desigualdad y precariedad social, especialmente aquellas que pertenecen a colectivos vulnerables y a la población afectada gravemente por la crisis económica. Más de 600 beneficiarios han recibido servicios de acogida y orientación familiar, cursos de formación y de aprendizaje pre-laboral con el fin, entre otros, de fortalecer las relaciones en los núcleos familiares que faciliten el crecimiento adecuado de los menores.

#### Formación para el empleo de mujeres españolas (Buenos Aires, Argentina)

Dirigido a la inserción laboral y promoción profesional de mujeres mayores de 35 años, dando prioridad a aquellas con mayor riesgo de exclusión social, víctimas de violencia de género, mujeres que no han trabajado anteriormente y desempleadas de larga duración. Para conseguir una mayor inserción, además de formación laboral específica, las 85 beneficiarias han recibido cursos de motivación personal, de acciones para la búsqueda de empleo y de manejo de programas informáticos e Internet.

#### Programas de capacitación profesional y asistencia sanitaria (Yamoussoukro, Costa de Marfil)

Proyecto multidisciplinar que tiene como objetivos principales la transformación de la juventud en un factor eficaz de desarrollo y la contribución a la mejora de la atención sanitaria. El nivel educativo y la capacitación profesional de los jóvenes, en especial de la mujer, se reforzarán mediante tres líneas de actuación (dotación de infraestructuras, formación y motivación) dirigidas a 1.100 beneficiarios directos; la cuarta línea contempla la construcción y equipamiento de dos centros médicos que mejoren la salud de 15.000 personas en situación de extrema pobreza.



#### Formación Profesional de la juventud (Abomey, Benín)

Los jóvenes de la región sur del país, debido a la precariedad de las infraestructuras, a la escasez de material didáctico y de docentes capacitados, carecen de posibilidades para acceder a una educación secundaria técnica de calidad. La colaboración de la Fundación Banco Popular ha permitido poner en marcha un programa formativo técnico profesional en tres especialidades (secretariado, contabilidad y comercio) adecuadas a las demandas del mercado. El programa beneficiará, entre alumnos y profesores, a 773 personas de las que al menos el 50% serán mujeres.

Otros proyectos que han recibido ayudas de la Fundación Banco Popular durante 2011:

- Formación en cooperación y voluntariado para profesionales de la salud, España.
- Programa de apoyo a niños y adolescentes con cáncer, España.
- Escolarización de niñas y jóvenes, Kenia y Costa de Marfil.
- Formación en nuevas tecnologías, India.
- Asistencia técnica y comercial a emprendedores rurales, Paraguay.
- Formación Profesional para la mujer, Sudáfrica.

**LUGAR DE LA ALEGRÍA**

En mayo de 2011, Banco Popular y la Fundación Entreculturas firmaron un convenio para la puesta en marcha del proyecto "Lugar de la alegría" en Paraguay financiado, a partes iguales, con las aportaciones de los empleados y de la Fundación Banco Popular.

Se trata de una iniciativa que fortalece el proceso educativo de los más de 500 niños y jóvenes residentes en dos barrios marginales de la ciudad de Asunción -Bañado Norte y Bañado Sur-, al mismo tiempo que crea alternativas de uso del tiempo libre. Así, las clases de refuerzo escolar se completan con talleres de agricultura, jardinería, actividades deportivas y de voluntariado en las que, además de los alumnos, se cuenta con la participación de la familia y de la comunidad. En diciembre de 2011 el importe recaudado ascendía a 5.782 euros.

**6.2.3. Voluntariado corporativo**

En poco más de año y medio, *con tu ayuda*, el "Programa de Voluntariado Corporativo" se ha convertido en un destacado instrumento a través del cual se encauza parte del compromiso solidario de la red social del Grupo y se promueven valores como el respeto, el compromiso y la responsabilidad.

El éxito del portal no habría sido posible sin la implicación de los empleados del Banco y de sus familiares, quienes durante 2011 participaron activamente no sólo en las 17 propuestas de voluntariado promovidas directamente por el Banco sino también en muchas de las más de 6.456 oportunidades ofrecidas por diferentes ONG en toda España, dando a conocer sus propias iniciativas solidarias y compartiendo sus experiencias a través del portal web que el Banco gestiona conjuntamente con la Fundación Hazlo posible.

Los **EMPLEADOS** y sus **FAMILIAS** han participado activamente en las propuestas de **VOLUNTARIADO**

FIGURA 23. Datos significativos del portal de voluntariado corporativo - 2011



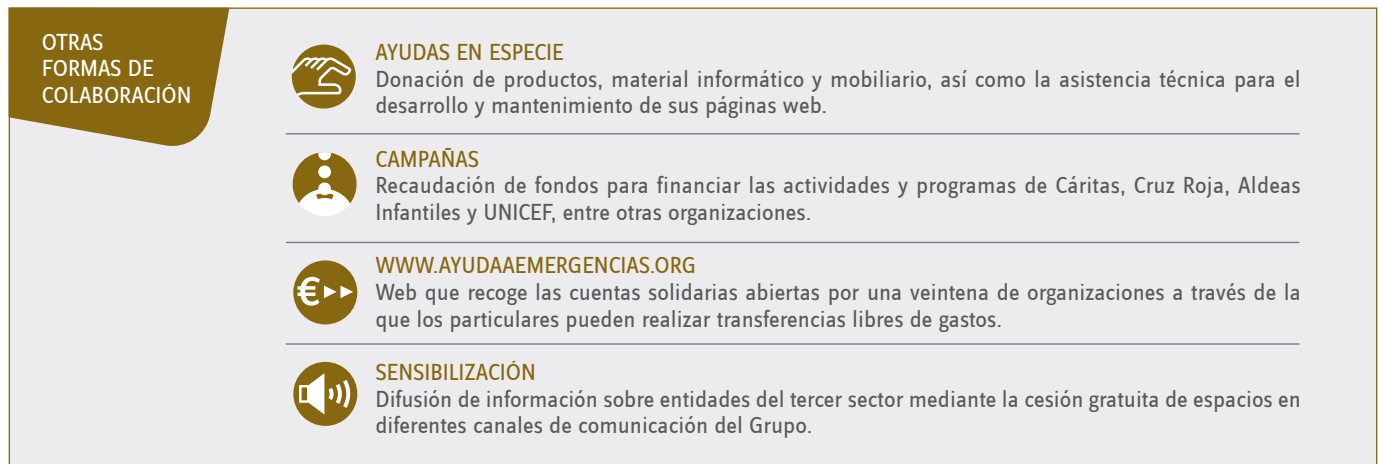
Dentro de las oportunidades promovidas por el Grupo destaca el voluntariado especializado de sus empleados a favor de organizaciones del tercer sector, a las que transmiten conocimientos técnicos (régimen fiscal para entidades sin ánimo de lucro; comunicación; coaching; gestión de redes sociales) que les permiten mejorar su gestión. Otras líneas de actividad fueron la integración social de personas con discapacidad y la participación en actividades deportivas y de ocio con fines solidarios.

Además, *con tu ayuda* sirve de canal de difusión de las causas solidarias que Banco Popular realiza en apoyo de diferentes organizaciones no lucrativas.

#### 6.2.4. Otras formas de colaboración

Además de las ayudas económicas, Banco Popular colabora con otras muchas ONG y entidades sin ánimo de lucro aportando el tiempo y conocimientos de sus empleados, así como recursos materiales para el mejor cumplimiento de sus fines.

FIGURA 24. Otras formas de colaboración de Banco Popular



#### COMPROMISO CON LA DISCAPACIDAD

El plan global en materia de discapacidad que el Banco puso en marcha en 2010 estableció diferentes líneas de actuación con el objetivo común de facilitar la integración social, económica y laboral de las personas con discapacidad.

Durante 2011, diferentes áreas y oficinas –como se expone en los capítulos correspondientes de este Informe– han trabajado por la contratación de personas de este colectivo en el Grupo, por la adquisición de bienes y servicios a Centros Especiales de Empleo y por la eliminación de barreras físicas y prejuicios que dificultan la normalización de la discapacidad.

Por su parte, la Fundación Banco Popular ha establecido diferentes acuerdos con entidades especializadas –las fundaciones Aleph-TEA, Randstad, Juan XXIII, Prodis, Afanias y Síndrome de Down– para incrementar la formación y la capacitación de las personas con discapacidad en aras de su empleabilidad. El número de beneficiarios directos de estas actuaciones ha sido de 365 personas.

Además se han llevado a cabo acciones puntuales dirigidas en particular a personas con especiales problemas de exclusión, como pueden ser las personas con discapacidad más severa o en países en vías de desarrollo, así como otras para dotar de ayudas técnicas y adaptaciones que les permitan desarrollar una vida independiente y de mejor calidad.





# 07

## Gestión medioambiental

Banco Popular integra en su gestión el compromiso activo con el medioambiente promoviendo la reducción del impacto de su actividad, el apoyo a proyectos e iniciativas sostenibles y la adopción de compromisos similares por parte de sus grupos de interés.

### GRUPO BANCO POPULAR ANTE EL MEDIO AMBIENTE

Política	El Grupo en su "Declaración de Política Medioambiental" establece las líneas de trabajo prioritarias.
Comité de Medio Ambiente	Establece los objetivos en la materia y es el responsable del correcto desarrollo de la Política Medioambiental.

### INICIATIVAS RELEVANTES 2011

El 78% del total de la energía consumida por el Grupo es de origen renovable. En 2011 se ha obtenido un ahorro de 20.046 toneladas de CO<sub>2</sub>.

Implantación de sistemas de inermática en 90 oficinas comerciales adicionales, lo que ha supuesto un 20% de reducción en el consumo energético de dichas oficinas.

La nueva sede corporativa ha obtenido la clasificación energética B del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE).

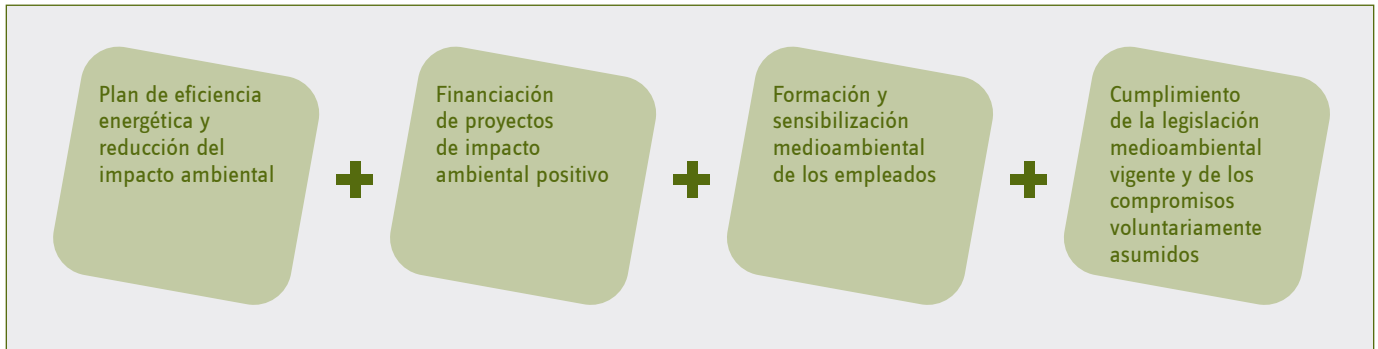
Incremento del uso de papel 100% reciclado y de los sobres neutros de CO<sub>2</sub>, alcanzando una reducción en las emisiones del Grupo de 255 toneladas de CO<sub>2</sub>.

### RETO 2012

Implantar sistemas de inermática en 29 oficinas comerciales.

## 7.1. GESTIÓN AMBIENTAL GLOBAL EN GRUPO BANCO POPULAR

La Política Medioambiental del Grupo, cuyas directrices principales están recogidas en la web corporativa, se despliega en cuatro líneas prioritarias de trabajo:



El Comité de Medio Ambiente, que depende directamente del Consejo de Administración a través de su Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflicto de Intereses, es el responsable de establecer anualmente los objetivos en esta área y de velar por su cumplimiento ejerciendo una labor de dinamización y supervisión de la gestión ambiental de las actividades del Grupo.

La Comisión Ejecutiva del Banco ha acordado que, en relación a la intención de voto del Grupo sobre cuestiones medioambientales, todas las decisiones que se adopten, tanto en el ámbito interno como en las filiales y sociedades participadas, seguirán las directrices de actuación marcadas en la Política Medioambiental.

A continuación se exponen con más detalle las cuatro líneas de actuación en materia medioambiental anteriormente citadas.

## 7.2. PLAN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA Y REDUCCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

La actuación del Grupo en materia medioambiental se centra principalmente en tres áreas: el consumo de recursos, la gestión de residuos y las emisiones producidas.

### 7.2.1. Energía

Grupo Banco Popular centra sus medidas de eficiencia energética en la reducción del consumo eléctrico y de gasóleo que representan el 99% y el 1% respectivamente de la energía total consumida.

TABLA 24. Consumo de energía de Grupo Banco Popular - 2009/2011

	2011	2010	2009
Consumo electricidad (GJ)	402.024	329.749	282.151
Consumo gasóleo (GJ)	3.932	3.948	4.600

Se han implantado nuevas medidas de ahorro energético:

- Sistema de inmótica en las oficinas comerciales. Este sistema permite la monitorización total del consumo eléctrico así como la gestión centralizada de temperaturas, iluminación e incluso de los horarios de encendido de los rótulos.

Después del éxito de las pruebas piloto de 2010 en 10 oficinas comerciales, en 2011 se han instalado 90 sistemas de inmótica adicionales, lo que ha permitido reducir su consumo energético en un 20%. En 2012, Banco Popular equipará 29 oficinas más con el nuevo sistema alcanzando un total de 129 sucursales.



- Nueva sede corporativa. El diseño y construcción del edificio Abelian, nueva sede corporativa, es un ejemplo del esfuerzo por reducir el impacto medioambiental de su actuación. Las emisiones estimadas para el edificio son de 44,6 kg CO<sub>2</sub>/m<sup>2</sup> año, obteniendo la clasificación energética B por parte de IDAE (donde A es la máxima eficiencia y G la mínima). Este bajo volumen de emisiones se conseguirá gracias a medidas como la producción de 55.820 kWh/año de energía renovable en el propio edificio, sistemas de captación y reutilización de agua, materiales de construcción sostenibles, sistema de guiado de vehículos en el parking o sistemas de eficiencia energética.
- Oficinas. Tanto en las nuevas oficinas comerciales como en aquellas que son reformadas se introducen elementos que reducen el consumo de energía. Por un lado, se han instalado detectores de presencia y pantallas de iluminación autorregulables que aprovechan la luz exterior para reducir su propia luminosidad y consumo. Por otro lado, los nuevos ascensores permiten ahorrar alrededor de un 50% de energía respecto a los modelos anteriores.
- Radiación solar. En aquellas oficinas de mayor exposición solar, como Alicante o Málaga, se han instalado vinilos reflectantes o vidrios de baja radiación solar, impidiendo así la transmisión de calor hacia el interior y consiguiendo una diferencia de temperatura de entre 4 y 8°C.
- Implicación de los empleados. La colaboración de la plantilla ha sido fundamental y se ha concretado tanto en la participación en las acciones de sensibilización como en la ejecución de su actividad diaria.

Las iniciativas en el área energética se completan con la apuesta decidida por la energía renovable, que ya representa un 78% sobre el total.

20%

Reducción de un 20% de consumo energético/oficina gracias a los sistemas de inmótica

TABLA 25. Consumo de energía por fuentes primarias - 2009/2011

ENERGÍA POR FUENTES PRIMARIAS (GJ) (*)	2011	2010	2009
Carbón	11.319	6.263	9.086
Fuel	4.312	2.386	498
Gas natural	28.566	15.806	20.538
Nuclear	27.488	15.209	14.563
Renovable	313.092	280.542	219.667
Cogeneración	12.397	6.859	6.970
Cogeneración de alta eficiencia	3.234	1.789	9.833
Otras	1.617	895	996

(\*) El cálculo de la distribución del consumo eléctrico entre fuentes primarias ha sido actualizado para los últimos 3 años. La metodología utilizada tiene en cuenta que una determinada cantidad de kWh está certificada como proveniente de fuentes renovables.





### 7.2.2. Papel

En 2011 se han producido los siguientes consumos de papel y cartón:

TABLA 26. Consumo de papel de Grupo Banco Popular - 2009/2011

CONSUMO	% var	2011	2010	2009
Papel (toneladas)	9%	1.457	1.341	847
Sobres (unidades)	-22%	77.766.999	100.072.564	106.027.783
Cartón (unidades)	-22%	129.547	166.500	155.254

Anualmente se ponen en práctica distintas iniciativas con el fin de reducir el consumo de papel y cartón. Entre las iniciativas de los últimos años destacan:

- Reducción del número de sobres enviados a clientes en un 24% mediante la agrupación de comunicaciones, pasando de consumir 85.234.000 en 2010 a 64.532.000 en 2011.
- Extensión progresiva de la participación de clientes en la comunicación electrónica.
- Utilización de 767.100 sobres multiusos en lugar de sobres de un solo uso, lo que supone un ahorro de 17.400.350 sobres.
- Implantación de la herramienta de gestión Documentum.
- Participación de los empleados en las acciones de sensibilización y en la modificación de hábitos de consumo de papel.

Adicionalmente, se han extendido los criterios medioambientales en la compra de papel y cartón en sus distintos formatos. En el caso de las hojas, el 82% es papel 100% reciclado con la acreditación Ángel Azul, mientras que el papel restante cumple la certificación PEFC. Los sobres son casi en su totalidad (95%) "Neutros de Carbono", compensando así el Grupo las emisiones de CO<sub>2</sub> derivadas y el cartón es 100% reciclado.

Por último, en 2011 la tasa de reciclaje ha sido del 62% habiéndose reciclado 906 toneladas de papel.

82%

El 82% del  
papel consumido  
es 100%  
reciclado



### 7.2.3. Emisiones

El total de emisiones (directas e indirectas) ha sido de 18.103 toneladas de CO<sub>2</sub>. El empleo de fórmulas que permiten una mayor precisión en el cálculo de las emisiones es el principal motivo del aumento respecto a lo reportado para el ejercicio 2010.

TABLA 27. Emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero generadas por Grupo Banco Popular - 2009/2011

EMISIONES (en toneladas de CO <sub>2</sub> )	2011	2010	2009
<b>EMISIONES DIRECTAS</b>			
Gasóleo	289	290	190
Electricidad	6.756	1.168	11.551
Flota de vehículos	556	710	668
<b>TOTAL DIRECTAS</b>	<b>7.600</b>	<b>2.168</b>	<b>12.409</b>
<b>EMISIONES INDIRECTAS</b>			
Desplazamiento trabajadores <sup>1</sup>	9.972	1.728	1.750
Viajes de trabajo <sup>2</sup>	531 <sup>2</sup>	924	1.190
<b>TOTAL INDIRECTAS</b>	<b>10.503</b>	<b>2.652</b>	<b>2.940</b>
<b>TOTAL EMISIONES</b>	<b>18.103</b>	<b>4.820</b>	<b>15.349</b>

<sup>1</sup> Desplazamientos realizados por los trabajadores de Grupo Banco Popular al centro de trabajo en transporte público y vehículo particular. En 2011 se ha realizado una encuesta que ha permitido analizar los hábitos de transporte de los empleados y establecer de manera más precisa el impacto causado por dichos desplazamientos<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> En 2011 se han calculado, además de las emisiones derivadas de los viajes en avión, las correspondientes a los viajes de trabajo en tren.

Algunas de las iniciativas desarrolladas en 2011 que han ayudado a la reducción paulatina de las emisiones de CO<sub>2</sub> son:

- **Energía verde.** De manera progresiva se ha ido incorporando la energía renovable al consumo del Grupo hasta alcanzar el 78% de la energía recibida. Esto supone:
  - Evitar la emisión a la atmósfera de 20.046 toneladas de CO<sub>2</sub>.
  - Incrementar en 3 años (2008-2011) el consumo relativo de energía renovable de un 48% a un 78% de la factura eléctrica.
  - Reafirmar el compromiso con el medio ambiente y apoyar el desarrollo de las tecnologías relativas a energías renovables.
- **Multiconferencias.** El Grupo promueve su uso en lugar de desplazamientos en automóviles o aviones. Se han realizado 4.446 multiconferencias sumando 336.611 minutos, lo que supone un ahorro de 400 toneladas de CO<sub>2</sub> y de 6.471 litros de combustible de la flota de vehículos de Banco Popular.
- **Consumo de papel.** La utilización de papel reciclado supone el ahorro de 4,2 toneladas de CO<sub>2</sub>, mientras que la integración de documentos en un único sobre suponen 625. Además, con la utilización de los sobres "Neutros de Carbono" se han compensado 251 toneladas de CO<sub>2</sub>.

20.046

Ahorro de emisiones:  
20.046 toneladas de CO<sub>2</sub>

### 7.2.4. Otros

Otras iniciativas de menor escala, pero asimismo de interés por su contribución a la consecución de los objetivos medioambientales son:

- **Agua.** El consumo de agua ha sido de 335.633 m<sup>3</sup>, dividiéndose por fuentes de la siguiente manera (según datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística): aguas superficiales (67,01%), aguas subterráneas (29,92%), desalación (2,77%) y otros tipos de recursos hídricos (0,30%). Para reducir el consumo, se han incorporado grifos y filtros para ahorro de agua gracias a los cuales se ahorra un 77% respecto a los anteriores.
- **Tóners.** Se han consumido 24.352 tóners de los cuales 18.072 son remanufacturados. Esto ha permitido lograr una reducción del consumo del 6% y un aumento del 53% de los que son remanufacturados en el período 2008-2011.

- Plásticos. Los plásticos utilizados son fundamentalmente los derivados del uso de transporte de fondos, documentación y encartuchado de monedas. El 100% de las bolsas de plástico es oxobiodegradable/fotodegradable y se ha producido una reducción en el consumo del 14%, habiéndose consumido 1.635.000 unidades en 2011.
- Residuos. En total se han gestionado 85.157 kg de residuos habiendo realizado la recogida, transporte, procesamiento, tratamiento y reciclaje según definen las normativas existentes para cada tipo de residuo y estando documentado y certificado por gestores de residuos autorizados.

TABLA 28. Residuos gestionados en Banco Popular - 2011

DESCRIPCIÓN DEL RESIDUO	KG
Gestión de residuos de tóner y tintas de impresión	30.734
Residuos de baterías de plomo	1.610
Pilas que contienen mercurio (mezcla alcalinas / Ni-Cd)	700
Transformadores y condensadores que contienen PCB	12.694
Residuos de monitores	17.580
Residuos de envases plásticos contaminados	124
Residuos de envases metálicos contaminados	97
Residuos de absorbentes contaminados	998
Radiografías	26
Residuos de fluorescentes	188
<b>TOTAL RESIDUOS PELIGROSOS GESTIONADOS</b>	<b>64.751</b>
Residuos equipos electrónicos CPU/rack/servidores	13.360
Residuos de soportes de información	4.620
Residuos de plástico no contaminado	893
Residuos de chatarra	1.533
<b>TOTAL RESIDUOS NO PELIGROSOS GESTIONADOS</b>	<b>20.406</b>
<b>TOTAL RESIDUOS GESTIONADOS</b>	<b>85.157</b>

### 7.3. FINANCIACIÓN DE PROYECTOS DE IMPACTO AMBIENTAL POSITIVO

#### 7.3.1. Análisis del riesgo ambiental en las operaciones de Project Finance

El compromiso con el medio ambiente se extiende también al proceso de análisis y seguimiento de las operaciones de financiación de proyectos. En el análisis previo a la firma de la operación se emplean criterios medioambientales y éticos que permiten determinar el nivel de riesgo ambiental del proyecto.

Una vez iniciado el proyecto, el Grupo, junto con el resto de bancos financiadores y la empresa financiada, establece un sistema de seguimiento por parte de asesores técnicos que asegurará el cumplimiento de los objetivos marcados, también en el plano medioambiental. De esta manera se ejerce un control directo sobre los riesgos ambientales potenciales.

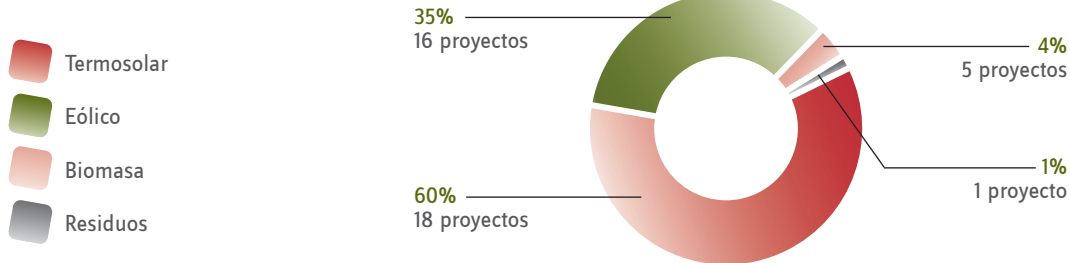
#### 7.3.2. Financiación de proyectos con componente medioambiental

Grupo Banco Popular ha consolidado su apoyo al desarrollo de proyectos de generación de energía de fuentes renovables. En la última década se han financiado proyectos de infraestructuras energéticas en el ámbito nacional e internacional.

La apuesta del Banco se ha centrado en las energías de origen solar, destacando en 2011 la apuesta por la energía termosolar.

FIGURA 25. Inversión total de Grupo Banco Popular - 2001/2011

TOTAL: 728,5 millones de euros



#### Financiación de plantas termosolares en España por Grupo Banco Popular:

- Se han financiado 13 proyectos para la construcción de 20 plantas termosolares, con la inversión diversificada en tecnología, *sponsors* y localización geográfica.
- La inversión comprometida asciende a 370 millones de euros y está previsto un límite adicional de 200 millones de euros en el corto plazo.

#### 7.4. FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL DE LOS EMPLEADOS

Entre las principales actuaciones del Grupo están la formación, sensibilización y motivación medioambiental de sus empleados. Con ellas se busca implicar a todo el personal en el uso de prácticas orientadas al desarrollo sostenible en su actividad diaria.

El "Plan de Comunicación" de Banco Popular permite que la divulgación de actividades y buenas prácticas en materia medioambiental llegue a toda la plantilla y a los grupos de interés del Banco a través de distintos canales como son la revista *Más Popular*, el boletín *Canal Popular* y el portal de voluntariado *con tu ayuda*.



Entre las iniciativas llevadas a cabo en 2011, se pueden destacar las siguientes:

- “Día Mundial del Medio Ambiente” WED 2011
  - Difusión y fomento de la participación de los empleados en Ecorun, carrera popular del medio ambiente y el desarrollo sostenible.
  - Fomento de la participación en las iniciativas promovidas por organizaciones e instituciones públicas.
- “La Hora del Planeta” de WWF 2011
  - Apagado de la iluminación de los edificios del Banco más representativos en Madrid, Sevilla, Barcelona y Vigo.
  - Apagado de la valla publicitaria del bancopopular-e.
- Talleres
  - En el “Taller sobre la Huella de Carbono” impartido por la Fundación Ecología y Desarrollo, se transmitieron consejos sobre la reducción de emisiones y el cambio climático.
- Iniciativas de voluntariado
  - “Repoblación Forestal”. Junto con personas con discapacidad, los empleados del Banco repoblaron más de 100 árboles en un bosque en Segovia.
  - “Huerto Ecológico”. Empleados y personas con discapacidad compartieron una jornada de carácter ambiental en un huerto ecológico realizando actividades de reforestación.
- Otras acciones
  - Concienciación del uso del transporte sostenible a través de una encuesta voluntaria a los empleados sobre el medio de transporte habitual en sus desplazamientos al trabajo.
  - Difusión entre los empleados de las actividades desarrolladas con motivo de la “Semana Europea de la Movilidad”.
  - Campaña solidaria “Dona tu móvil” para la reutilización y reciclaje de teléfonos móviles. Desde el inicio de la campaña, el Banco ha reciclado más de 2.000 terminales.
  - “Proyecto Ecoescuelas”. El Banco ha continuado con su apoyo al proyecto emprendido por el Ayuntamiento de Villanueva del Pardillo.

## 7.5. CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN MEDIOAMBIENTAL Y DE LOS COMPROMISOS VOLUNTARIAMENTE ASUMIDOS POR EL GRUPO

En 2011 el Grupo no ha recibido ninguna multa o sanción por incumplimiento de la normativa medioambiental vigente y su compromiso con el medio ambiente va más allá del mero cumplimiento de la legislación en esta materia. Banco Popular responde de manera proactiva a la demanda de sus grupos de interés que no sólo buscan resultados positivos de la actividad financiera del Banco sino también avances significativos en materia de responsabilidad social corporativa.

Como prueba de ello, Grupo Banco Popular mantiene una serie de compromisos voluntarios con agencias y organismos que evalúan y valoran la actividad del Banco con exigentes criterios en materia social, ambiental y de gobierno corporativo.

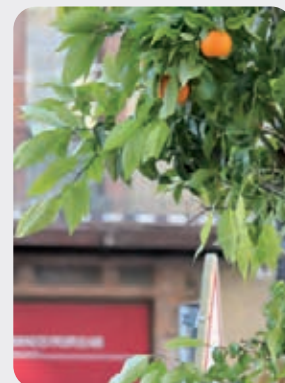
**BANCOPOPULAR-E:**  
única entidad financiera  
con el  
**SELLO CERO CO<sub>2</sub>**

### CARBON DISCLOSURE PROJECT

El Banco es entidad signataria del CDP (*Carbon Disclosure Project*) y, en 2012 se ha comprometido a ser signatario del *Investor CDP* y del *CDP Water Disclosure*.



El Banco interactúa con bancopopular-e en aspectos medioambientales, desarrollando el proyecto Cero CO<sub>2</sub> por el que se calculan y compensan las emisiones de gases de efecto invernadero y se asume un compromiso por reducirlos. En 2011, y por segundo año consecutivo, bancopopular-e ha obtenido el sello Cero CO<sub>2</sub> por haber reducido más de un 16% sus emisiones respecto al año anterior. La compensación se ha realizado contribuyendo a un proyecto de la plataforma Cero CO<sub>2</sub> de conservación de la amazonia peruana. Es la única entidad financiera que cuenta actualmente con este certificado.





# 08

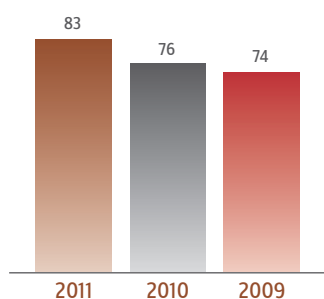
## Acerca del Informe

El Informe de RSC ha sido auditado por una firma independiente desde 2005, lo que supone un ejercicio de transparencia anual sobre los impactos, actuaciones y compromisos del Grupo en relación al desarrollo sostenible de su actividad.

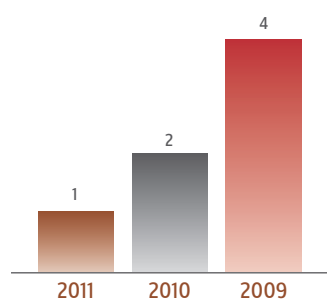
ASPECTOS SIGNIFICATIVOS	
Contenido del Informe	El presente Informe de RSC se ha elaborado conforme al estándar G3.1 de Global Reporting Initiative (GRI), dando respuesta además a los indicadores del suplemento sectorial financiero.
Principios tomados en cuenta para la elaboración del Informe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Materialidad</li> <li>- Participación de los grupos de interés</li> <li>- Sostenibilidad</li> <li>- Exhaustividad</li> <li>- Equilibrio</li> <li>- Periodicidad</li> <li>- Claridad</li> <li>- Precisión y fiabilidad</li> </ul>
Nivel de calificación	El Informe de RSC 2011 ha sido calificado como "A+" por GRI, la valoración más alta que otorga esta institución internacional.

### RESULTADO DE LA VERIFICACIÓN

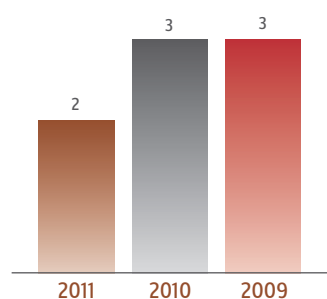
INDICADORES CON CALIFICACIÓN TOTAL



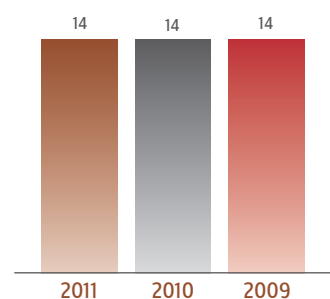
INDICADORES CON CALIFICACIÓN PARCIAL



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 2011, recoge las actividades de interés relacionadas con la sostenibilidad realizadas por Banco Popular Español, S.A. y el grupo económico al que pertenece, denominado en este Informe el Grupo o Grupo Banco Popular. Se ha elaborado bajo la premisa de dar 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 de GRI (Global Reporting Initiative)* por la firma independiente PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. que, asimismo, audita los datos financieros del Grupo. En 2011, se han incorporado los nuevos indicadores correspondientes a la guía *G3.1* de GRI, con el fin de reportar una información más completa y transparente si cabe, con respecto al último *Informe de RSC* publicado por el Grupo en 2010.

En el presente Informe, se han reflejado los datos más relevantes relacionados con los siguientes cambios estructurales del Grupo:

- Oferta de adquisición por el 100% de Banco Pastor. En 2011, la operación no ha producido ningún efecto desde el punto de vista organizacional ni contable, estando previsto que la integración se haga efectiva en el primer trimestre de 2012.
- Allianz Popular Holding. La nueva compañía está participada en un 40% por Banco Popular y en un 60% por Allianz. Integra los negocios de seguros y pensiones actuales y se extiende también a la gestión de fondos de inversión.
- Targobank. En 2010, Banco Popular y Crédit Mutuel crearon una nueva plataforma bancaria repartida al 50%, cuyos efectos se han seguido viendo en este ejercicio.

## 8.2. PRINCIPIOS Y ORIENTACIONES DEL INFORME DE RSC

El contenido del Informe se adecua a las directrices requeridas por el *Global Reporting Initiative (GRI)*, institución independiente, cuyas guías de elaboración de memorias de sostenibilidad sirven como principal estándar internacional. El GRI, en su guía *G3.1*, incluye principios concernientes tanto al contenido de la memoria, como a la calidad de la misma. Dichos principios se exponen en las figuras 26 y 27 y se reflejan en el presente Informe.



FIGURA 26. Principios de *Global Reporting Initiative* (GRI) para la definición del contenido y su reflejo en el presente Informe de RSC











PRINCIPIOS DEL G3.1		REFLEJO EN EL INFORME
	<b>Materialidad:</b> Presentar aspectos que reflejen los impactos significativos –sociales, ambientales y económicos– de la organización.	Información sobre políticas, estrategias y datos que afecten a la organización y su entorno de manera trascendente.
	<b>Participación de los grupos de interés:</b> Identificar sus grupos de interés y describir cómo se ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.	Equilibrio entre la información presentada para los diferentes grupos de interés: accionistas, clientes, empleados, proveedores y comunidad social y medioambiental.
	<b>Sostenibilidad:</b> Informar del desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad.	Presentación de las medidas que contribuyan a preservar el contexto social y medioambiental del entorno de influencia del Grupo.
	<b>Exhaustividad:</b> Indicar el alcance, cobertura y tiempo del Informe.	Exposición de las actividades desarrolladas por el Grupo con el mayor detalle posible en cuanto a su contenido y período temporal.

FIGURA 27. Principios de *Global Reporting Initiative* (GRI) para definir la calidad y su reflejo en el presente Informe de RSC

PRINCIPIOS DEL G3.1		REFLEJO EN EL INFORME
	<b>Equilibrio:</b> Reflejar aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para facilitar una valoración general.	Presentación que permita apreciar las tendencias de los datos y analizar los cambios experimentados por la organización en el tiempo.
	<b>Periodicidad:</b> Mostrar la información a tiempo y siguiendo un calendario periódico.	Publicación del Informe en el primer trimestre del año posterior al reportado.
	<b>Comparabilidad:</b> Presentar la información de manera consistente, facilitando su comparabilidad.	Información elaborada de manera consistente y presentada por años naturales.
	<b>Claridad:</b> Ofrecer información de manera comprensible y accesible a los grupos de interés.	Contenido ordenado sistemáticamente sobre las distintas iniciativas del Grupo.
	<b>Precisión:</b> Reportar información precisa y suficientemente detallada, de forma que permita valorar el desempeño de la organización.	Descripción detallada y precisa de la información, haciendo referencia a otros documentos públicos de la organización para más información.
	<b>Fiabilidad:</b> Garantizar que la información ha sido recopilada, registrada, compilada, analizada y presentada de forma que pueda estar sujeta a examen.	Veracidad de los datos del Informe y precisión de los mismos, certificados a través de la verificación de auditores externos.



### 8.3. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

#### 8.3.1. Perfil

Perfil		Páginas
<b>1</b>	<b>Estrategia y análisis</b>	
1.1.	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	4-5
1.2.	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	18, 55, 56
<b>2</b>	<b>Perfil de la organización</b>	
2.1.	Nombre de la organización.	71
2.2.	Principales marcas, productos y/o servicios.	9, 10, 30-33
2.3.	Estructura operativa de la organización.	9, 10
2.4.	Localización de la sede principal de la organización.	IA (11)
2.5.	Número de países en los que opera la organización.	7
2.6.	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	9, 10, 71, IA (11)
2.7.	Mercados servidos.	9, 10
2.8.	Dimensión de la organización informante.	7, 9, 10, 36-38
2.9.	Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad.	71
2.10.	Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	8
<b>3</b>	<b>Parámetro de la memoria</b>	
	<i>Perfil de la memoria</i>	
3.1.	Período cubierto por la información contenida en la memoria.	71
3.2.	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	71
3.3.	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	71
3.4.	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	9, 90
	<i>Alcance y cobertura de la memoria</i>	
3.5.	Proceso de definición del contenido de la memoria.	72
3.6.	Cobertura de la memoria.	71
3.7.	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	71
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.	71
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.	71
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.	71
3.11.	Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	71
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.	71
<b>4</b>	<b>Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés</b>	
	<i>Gobierno</i>	
4.1.	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	9, 10, 12, IGC (111)

Perfil	Páginas
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 (127)
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 (114, 115)
4.4. Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	11, 17
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 (117-119)
4.6. Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	12, IGC (145, 146)
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 (124, 125)
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.	7, 55 56, 63
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 (147-152)
4.10. Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	IGC (124, 125)
<i>Compromisos con iniciativas externas</i>	
4.11. Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	12, 13, IGC (147-152)
4.12. Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	19, 54-69
4.13. Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	17
<i>Participación de los grupos de interés</i>	
4.14. Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	15 - 17
4.15. Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	15 - 17
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.	15 - 17
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.	15 - 17

### 8.3.2. Enfoques de gestión

	Páginas
<b>Dimensión del impacto de productos y servicios</b>	
Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocios. FS1	57, 62
Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio. FS2	28, (a)
Procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones. FS3	(b)
Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio. FS4	45, 69
Interacciones con clientes/sociedades participadas /socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales. FS5	30, 52, 65, 68
<b>Dimensión económica</b>	
Desempeño económico	55, 56
Presencia en el mercado	9, 10, 55, 56
Impacto económico indirecto	56

	Páginas
<b>Dimensión ambiental</b>	
Materiales	65, 66
Energía	63, 64
Agua	66
Biodiversidad	(c)
Emisiones, vertidos y residuos	66, 67
Productos y servicios	67, 68
Cumplimiento normativo	69
Transporte	66
Aspectos generales	63
<b>Dimensión social</b>	
<i>Prácticas laborales y ética del trabajo</i>	
Empleo	36 - 38
Relación Empresa/Trabajadores	46
Salud y Seguridad en el trabajo	47 - 49
Formación y Educación	44 - 45
Diversidad e Igualdad de oportunidades	36 - 40
<i>Derechos Humanos</i>	
Prácticas de inversión y aprovisionamiento	19
No discriminación	19, 36-38, 41-42
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	47
Abolición de la Explotación Infantil	19
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	19
Quejas y procedimientos conciliatorios	46, 47
Prácticas de Seguridad	47 - 49
Derechos de los indígenas	19
<i>Sociedad</i>	
Comunidad	54 - 61
Corrupción	13
Política Pública	19
Comportamiento de Competencia Desleal	12
Cumplimiento normativo	12
<i>Responsabilidad sobre productos</i>	
Salud y Seguridad del Cliente	21, 22, 27, 28
Etiquetado de Productos y Servicios	27
Comunicaciones de Marketing	27
Privacidad del Cliente	27-28
Cumplimiento normativo	12
Políticas de comercialización justa de productos y servicios financieros. FS15	27-28

## 8.3.3. Indicadores de desempeño

P/A	Impacto de Productos y Servicios	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Lista de productos</b>		
P	FS6. Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: microempresas/PYMEs/grandes) y el sector de actividad.	Verificado	21, IA (44-51)
P	FS7. Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	Verificado	22, 23, 31
P	FS8. Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	Verificado	67, 68
	<b>Auditoría</b>		
A	FS9. Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	N.D.	(a)
	<b>Propiedad activa</b>		
A	FS10. Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	Verificado	31, 32, 68
P	FS11. Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	Verificado	31
P	FS12. Política(s) de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	Verificado	63

P/A	Desempeño económico	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Desempeño económico</b>		
P	EC1. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Verificado	55
P	EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Verificado	67
P	EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Verificado	43, IA (nota 15p)
P	EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Verificado	44
	<b>Presencia en el mercado</b>		
A	EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Verificado	41
P	EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Verificado	51
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	40
	<b>Impactos económicos indirectos</b>		
P	EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	Verificado	32, 56, 57
A	EC9. Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Verificado	56

P/A	Desempeño ambiental	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Materiales</b>		
P	EN1. Materiales utilizados por peso o volumen.	Verificado	65-67

P/A	Desempeño ambiental	Alcance de Verificación	Páginas
P	EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Verificado	65-67
P	EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Verificado	63
P	EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por la biodiversidad.	Verificado	64
A	EN5. Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Verificado	63, 64
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	63, 64, 66
A	EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y reducciones logradas con dichas iniciativas.	Verificado	63, 64, 66
	<b>Agua</b>		
P	EN8. Captación total de agua por fuentes.	Verificado	66
A	EN9. Fuentes de agua que han sido afectados significativamente por la captación de agua.	N.A.	(d)
A	EN10. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	N.A.	(d)
	<b>Biodiversidad</b>		
P	EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	N.A.	(e)
P	EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	N.A.	(f)
A	EN13. Hábitats protegidos o restaurados.	N.A.	(f)
A	EN14. Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	N.A.	(f)
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.	(f)
	<b>Emisiones, vertidos y residuos</b>		
P	EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Verificado	66
P	EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Verificado	66
A	EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Verificado	65, 66, 69
P	EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	N.A.	(g)
P	EN20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N.A.	(g)
P	EN21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	N.A.	(d)
P	EN22. Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento.	Verificado	67
P	EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	N.A.	(h)
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.	(h)
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.	(e)
	<b>Productos y servicios</b>		
P	EN26. Iniciativas para mitigar los impactos medioambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	Verificado	65, 66
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.	(h)

P/A	Desempeño ambiental	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Cumplimiento normativo</b>		
P	EN28. Coste de la multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa medioambiental.	Verificado	69
	<b>Transporte</b>		
A	EN29. Impactos medioambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Verificado	65, 66
	<b>General</b>		
A	EN30. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones medioambientales.	Verificado	67

P/A	Prácticas laborales y ética del trabajo	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Empleo</b>		
P	LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por género.	Verificado	37, 38
P	LA2. Número total y tasa porcentual de empleados que causaron alta y baja en la organización, desglosado por género, edad y geografía.	Verificado	37
A	LA3. Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por principales localizaciones geográficas.	Verificado	42, 43
	<b>Relaciones empresa/trabajadores</b>		
P	LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	Verificado	47
P	LA5. Período mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Verificado	47
	<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>		
A	LA6. Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de empresa-empleado, para ayudar a controlar y asesoren sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	Verificado	47
P	LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por género.	Verificado	49
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	47
P	LA9. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Verificado	47
	<b>Formación y educación</b>		
P	LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Verificado	44
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	44
A	LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por género.	Verificado	41
	<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>		
P	LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	Verificado	9, 37
P	LA14. Relación entre salario base y la remuneración de las mujeres con respecto al de los hombres, desglosado por categoría profesional y región.	Verificado	41
P	LA15. Número de reincorporaciones al trabajo y tasas de retención después de un permiso de maternidad, desglosado por género.	Verificado	49



P/A	Derechos Humanos	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Prácticas de inversión y abastecimiento</b>		
P	HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Verificado	29, 52
P	HR2. Porcentaje de los principales distribuidores, contratistas y otros socios comerciales que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	Verificado	52
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	45
	<b>No discriminación</b>		
P	HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Verificado	35
	<b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>		
P	HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Verificado	47
	<b>Explotación infantil</b>		
P	HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Verificado	19
	<b>Trabajos forzados</b>		
P	HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Verificado	19
	<b>Prácticas de seguridad</b>		
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	45
	<b>Derechos de los indígenas</b>		
A	HR9. Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Verificado	19
A	HR10. Porcentaje y número total de operaciones que han sido sujetas a revisión en materia de derechos humanos y/o evaluaciones de impacto.	Verificado	29
A	HR11. Número de quejas relacionadas con los derechos humanos presentadas, tramitadas y resueltas a través de mecanismos de queja formal.	Verificado	26

P/A	Sociedad	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Comunidad</b>		
P	SO1. Porcentaje de operaciones con compromiso de implicación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	Verificado	57
P	FS13. Acceso a servicios financieros en áreas despobladas/desfavorecidas por tipo de acceso.	Verificado	23
P	FS14. Iniciativas para mejorar el acceso a personas con minusvalías o impedimentos.	Verificado	23-25
	<b>Corrupción</b>		
P	SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Verificado	13
P	SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.	Verificado	45
P	SO4. Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Verificado	12

P/A	Sociedad	Alcance de Verificación	Páginas
	<b>Política Pública</b>		
P	SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de <i>lobbying</i> .	Verificado	17, 53
A	SO6. Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Verificado	22
	<b>Comportamiento de competencia desleal</b>		
A	SO7. Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Verificado	12
	<b>Cumplimiento normativo</b>		
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	12
P	SO9. Operaciones con impactos negativos significativos reales o potenciales en las comunidades locales.	Verificado	23
P	SO10. Medidas de prevención y mitigación implementadas en las operaciones con impactos negativos significativos reales o potenciales en las comunidades locales.	Verificado	23

P/A	Responsabilidad sobre productos	Alcance de Verificación	Páginas
P	FS15. Políticas en cuanto a un diseño y comercialización justa de los productos y servicios financieros.	Verificado	22
	<b>Salud y seguridad del cliente</b>		
P	PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Verificado	22
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	21
	<b>Etiquetado de productos y servicios</b>		
P	PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Verificado	27
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	27
A	PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción.	Verificado	26
P	FS16. Iniciativas para ampliar la cultura financiera, desglosadas por tipos de beneficiarios.	Verificado	17, 40
	<b>Comunicaciones de marketing</b>		
P	PR6. Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Verificado	27
A	PR7. Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Verificado	27
	<b>Privacidad del cliente</b>		
A	PR8. Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Verificado	32
	<b>Cumplimiento normativo</b>		
P	PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Verificado	27, 32

**NOTAS ACLARATORIAS**

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

**NOMENCLATURA**

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

**PUBLICACIONES DE INTERÉS**

Informe Anual  
Informe de Gobierno Corporativo



## 8.4. INFORME DE VERIFICACIÓN

**INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2011 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 2011 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 3.1 (G3.1).

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 2011.
- 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 G3.1 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](http://www.pwc.com/es)

R. M. Madrid, hoja 87.250-1, folio 75, tomo 9.267, libro 8.054, sección 3ª. Inscrita en el R.O.A.C. con el número 80242 - CIF: B-79 031290



- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores principales y adicionales de la Guía G3.1 así como los indicadores del Suplemento Financiero, ambos correspondientes al Global Reporting Initiative (GRI) e incluidos en el Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2011. 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 2011 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 3.1 (G3.1).

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

23 de febrero de 2012

(2)





**Anexos al Informe relativo a la verificación externa de los indicadores del Informe de Responsabilidad Corporativa 2011 de Grupo Banco Popular**

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

Aspecto	Tipo	G3.1	Descripción	Conclusión
<b>Indicadores Económicos</b>				
Desempeño Económico	Principal	EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Total
	Principal	EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Total
	Principal	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Total
	Principal	EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Total
Presencia en el Mercado	Adicional	EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo 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
<b>Indicadores Medioambientales</b>				
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 de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Total

(1)





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.	Total
Agua	Principal	EN8	Captación total de agua por fuentes.	Total
	Adicional	EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No aplica
	Adicional	EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No aplica
Biodiversidad	Principal	EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	No aplica
	Principal	EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	No aplica
	Adicional	EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No aplica
	Adicional	EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la 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 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

(2)



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 medioambientales 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, por región y por género.	Total
	Principal	LA2	Número total y tasa porcentual de empleados que causaron alta y baja en la organización, desglosado por género, edad y geografía.	Total
	Adicional	LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por principales localizaciones geográficas.	Total
	Principal	LA15	Número de reincorporaciones al trabajo y tasas de retención después de un permiso de maternidad, desglosado por género.	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

(3)





Indicadores Sociales (Cont.)				
Salud y seguridad en el trabajo	Principal	LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por género.	Total
	Principal	LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Total
	Adicional	LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Total
Formación y educación	Principal	LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Total
	Adicional	LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y 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 desglosado por género.	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 grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	Total
	Principal	LA14	Relación entre salario base y la remuneración de las mujeres con respecto al de los hombres, desglosado por categoría profesional y región.	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, contratistas y otros socios comerciales 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 correctivas adoptadas.	Total

(4)



Indicadores de desempeño en materia de Derechos Humanos (Cont.)				
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
Trabajos forzados	Principal	HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Total
Prácticas de seguridad	Adicional	HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Total
Derechos de los indígenas	Adicional	HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Total
Evaluación	Principal	HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido sujetas a revisión en materia de derechos humanos y/o evaluaciones de impacto.	Total
Resoluciones	Principal	HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos presentadas, tramitadas y resueltas a través de mecanismos de queja formal.	Total
Indicadores del desempeño con respecto a la Sociedad				
Comunidad	Principal	SO1	Porcentaje de operaciones con compromiso de implicación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	Total
	Principal	SO9	Operaciones con impactos negativos significativos reales o potenciales en las comunidades locales.	Total
	Principal	SO10	Medidas de prevención y mitigación implementadas en las operaciones con impactos negativos significativos reales o potenciales en las comunidades locales.	Total





Indicadores del desempeño con respecto a la Sociedad (Cont.)				
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 incidentes de corrupción.	Total
Política pública	Principal	SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Total
	Adicional	SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Total
Comportamiento de competencia desleal	Adicional	SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Total
Cumplimiento normativo	Principal	SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Total
Indicadores de desempeño respecto a la responsabilidad sobre productos				
Salud y seguridad del cliente	Principal	PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Total
	Adicional	PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida distribuidos en función del tipo de resultado de 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 dichos incidentes.	Total
	Adicional	PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción.	Total

(6)



Indicadores de desempeño respecto a la responsabilidad sobre productos				
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 G3.1, 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 G3.1 y a la actividad de Grupo Banco Popular la información asociada a este indicador no es de aplicación.



## Anexo 2. Indicadores del Suplemento Financiero

Indicadores del Suplemento Financiero				
Aspecto	Tipo	G3.1	Descripción	Conclusión
Lista de Productos	Principal	FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: microempresas/PYMEs/grandes) y el sector de actividad.	Total
	Principal	FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	Total
	Principal	FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	Total
Auditoría	Principal	FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	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 controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	Total
	Principal	FS12	Política(s) de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	Total
Comunidad	Principal	FS13	Acceso a servicios financieros en áreas despobladas/desfavorecidas por tipo de acceso.	Total
	Principal	FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a personas 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 G3.1, 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 G3.1 y a la actividad de Grupo Banco Popular la información asociada a este indicador no es de aplicación.

(8)



### 8.5. GRI - NIVEL DE CALIFICACIÓN

Grupo Banco Popular ha elaborado el presente *Informe de Responsabilidad Social Corporativa* de acuerdo con la Guía G3.1 y el suplemento sectorial financiero establecido por GRI. Dicho Informe se ha sometido a verificación externa por parte de la firma de auditores PricewaterhouseCoopers Auditores S.L.

En opinión de 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 G3.1.

TABLA 29. GRI - Nivel de Calificación - 2011

	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 “Informe de Responsabilidad Social Corporativa - 2011” 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 G3.1 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 G3.1 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.

Amsterdam, 15 de marzo 2012

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](http://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 07 de marzo 2012. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.



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

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

**Oficina de Responsabilidad Social Corporativa**

C/. Ortega y Gasset, 29 - 28006 Madrid

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

Tel.: +34 915 207 300

Agradecimientos:

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