

The background of the cover is a collage of four circular photographs. The top-left photo shows a large crowd of people in a stadium at night, with a large 'B' logo visible in the background. The top-right photo shows a close-up of a person's face, partially obscured by a large white 'B' logo. The bottom-left photo shows a large crowd of people in a stadium, with a large 'B' logo visible in the background. The bottom-right photo shows a close-up of a person's face, partially obscured by a large white 'B' logo. The Banesto logo is in the top right corner, with the tagline 'ESPÍRITU GANADOR' below it.

Banesto

ESPÍRITU GANADOR

INFORME DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA

2008

ÍNDICE

Banesto

MENSAJE DE LA PRESIDENTE	2
BANESTO EN CIFRAS	5
ASUNTOS RELEVANTES	7
VISIÓN Y VALORES	11
ESTRATEGIA Y POLÍTICA DE RSC	
LA RSC EN BANESTO	13
BANESTO Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	13
GESTIÓN RESPONSABLE	
PUNTO DE PARTIDA DE NUESTRA RESPONSABILIDAD: GARANTIZAR EL CUMPLIMIENTO	16
CONTROL DE RIESGOS	19
EL CLIENTE COMO CENTRO DE LA ACTIVIDAD	22
CREACIÓN DE VALOR PARA LOS ACCIONISTAS	26
LAS PERSONAS COMO VENTAJA COMPETITIVA	28
EXTENSIÓN DE LA RSC A LA CADENA DE SUMINISTRO	33
IMPACTO EN LA SOCIEDAD	
ESTRATEGIA, POLÍTICA Y GESTIÓN	34
FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR	35
APOYO A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS	41
IMPULSO DEL DESARROLLO RURAL	43
INICIATIVAS SOLIDARIAS	45
ENTORNO SOSTENIBLE	
ESTRATEGIA, POLÍTICA Y GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL	47
PLAN ECOBANESTO DE PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO	49
FINANCIACIÓN MEDIOAMBIENTAL Y DE ENERGÍAS RENOVABLES	54
PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS	56
INFORME DE VERIFICACIÓN	58
TABLA GRI	60
ACERCA DE ESTE INFORME	68

MENSAJE DE LA PRESIDENTE

LA RSC EN BANESTO TIENE UN ENFOQUE INTEGRAL QUE PARTE DE SU VISIÓN Y DE SUS VALORES Y SE ASIENTA EN UNA ESTRATEGIA QUE GARANTIZA UNA GESTIÓN RESPONSABLE.

EN EL AÑO 2008 HEMOS DADO UN IMPULSO A LA RSC DEL BANCO QUE CONSOLIDA SU TRAYECTORIA

ANA P. BOTÍN
PRESIDENTE



QUERIDOS ACCIONISTAS,

En Banesto entendemos la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como el compromiso con cada uno de nuestros grupos de interés en la creación de valor constante, equilibrado y en condiciones de sostenibilidad social y medioambiental.

Para ello nos basamos en dos principios fundamentales:

1.- la alineación con la visión y los valores del Banco, generando sinergias internas entre las fundaciones y las áreas de negocio para hacer complementarios objetivos sociales y económicos y

2.- la colaboración con otras empresas e instituciones para multiplicar el impacto de las iniciativas a través de redes de cooperación con agentes público- privados.

Nuestra estrategia en RSC tiene como seña de identidad el fomento del espíritu emprendedor junto a la innovación, la difusión de las nuevas tecnologías y la protección del medio ambiente.

En este ejercicio el Consejo de Administración ha aprobado, a propuesta del Comité de Sostenibilidad, la Política de RSC del Banco. Además, para profundizar en nuestro compromiso, en abril de 2008 nos hemos adherido a los principios éticos del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Estos esfuerzos, unidos a la trayectoria del Banco en la gestión de la RSC y otras iniciativas impulsadas en 2008 de las que damos cuenta en este Informe, han sido reconocidos por los analistas con la inclusión de Banesto en el índice de sostenibilidad FTSE4Good Ibex, selectivo en el que sólo cotizan las empresas que cumplen los más altos estándares de RSC.

Los principales impactos de nuestro impulso de la política de RSC en 2008 han sido:

- **Escuela Banespyme**, a cuyos cursos han acudido más de **4.000 pymes** en 2008. Esta labor nos ha permitido promover entre los participantes la aplicación de las nuevas tecnologías, el acceso a los mercados internacionales y la captación y gestión del talento.
- El canal de televisión por Internet de **emprendedores.tv** ha alcanzado 2.000.000 de videos vistos en 2008. Además, cuenta ya con las experiencias de más de 370 empresarios y emprendedores españoles. En octubre lanzamos en Cataluña **emprenedorstv.com** alcanzando desde entonces más de 160.000 visitas.
- Hemos profundizado en la gestión del **Fondo de Capital Riesgo Banesto Enisa Sepi Desarrollo**, una novedosa y pionera iniciativa de fomento del espíritu emprendedor que ya participa en **16 proyectos** empresariales rentables con impacto positivo en el entorno social y medioambiental. En el 2008 el Fondo ha invertido en dos nuevos proyectos, que junto al resto, se prevé generen más de 300 empleos directos.
- **“Turismo Solidario y Sostenible”** es una iniciativa que nació a raíz del primer “Encuentro de Mujeres para un Mundo Mejor: España-África” celebrado en Maputo (Mozambique) el 8 de marzo del 2006. Su objetivo es avanzar en el desarrollo profesional de la mujer africana y de su entorno local en el sector del turismo. Al cierre del ejercicio existen **250 establecimientos solidarios certificados** del sector turístico y más

de **20 rutas alternativas en 11 países distintos**. En el verano de 2008, tras un proceso de selección, **37 empleados** de Banesto participaron como voluntarios apoyando el proyecto sobre el terreno.

- **Ciberplaza** es un proyecto enmarcado dentro del Plan Avanza en colaboración con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, con el objetivo de favorecer la integración de la población y de las Administraciones públicas en la Sociedad de la Información. En 2008 se han celebrado **6** encuentros Ciberplaza con una asistencia total de **6.551** personas.

De modo complementario a esta línea principal de actividad también forman parte de nuestro compromiso la protección del medio ambiente y el fomento de la participación de nuestros empleados en actividades solidarias y de apoyo social.

Para implantar la estrategia medioambiental de Banesto, desde el Comité de Sostenibilidad se desarrolló en 2007 el **Plan Ecobanesto 2008-2010** de protección del medio ambiente y lucha contra el cambio climático. Este Plan define las actuaciones de la compañía en dichas materias para los próximos 3 años. En este sentido, en 2008 se ha iniciado la implantación del Plan alcanzando hasta la actualidad unas cifras de seguimiento muy alentadoras, especialmente en consumos internos, en los que hemos logrado un **12% de ahorro**.

En el ámbito de la acción social hemos cumplido 6 años de la iniciativa Solidaridad X2 por la que la Fundación Cultural Banesto divulga la labor de 22 organizaciones entre los empleados y duplica la cantidad donada por los mismos.

En Banesto hemos continuado profundizando en nuestro modelo de promoción del talento. Para ello, como iniciativas más destacadas, hemos aprobado el Master Plan de Recursos Humanos, hemos implantado nuestro Plan de Igualdad y nos hemos dotado de un Cuadro de Mando de diversidad a través del que se informa periódicamente al Comité de Dirección sobre la evolución de los indicadores clave de diversidad e igualdad de oportunidades.

La elaboración de este Informe de Responsabilidad Social Corporativa refleja también el impulso dado en Banesto a esta materia. Por primera vez ha sido elaborado siguiendo la guía del Global Reporting Initiative y ha sido verificado, obteniendo la calificación A+. Con este informe, complementario al Informe Anual, pretendemos dar cuenta con total transparencia de todos los asuntos relevantes de nuestra política de Responsabilidad Social Corporativa.

Ana P. Botín

BANESTO EN CIFRAS

	31/12/2006	31/12/2007	31/12/2008
BIS RATIO	11,18 %	10,43 %	10,66 %

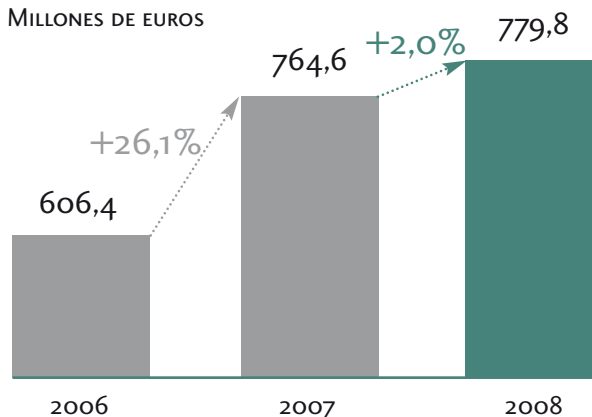
	31/12/2006	31/12/2007	31/12/2008
TIER 1	7,43 %	6,98 %	7,70 %

	31/12/2006	31/12/2007	31/12/2008
ROE	15,57 %	17,05 %	16,56 %

	31/12/2006	31/12/2007	31/12/2008
ROA	0,65 %	0,75 %	0,71 %

RESULTADO ATRIBUIBLE ORDINARIO*

MILLONES DE EUROS



IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO Y VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

MILES DE EUROS	2008	2007	2006
Impuestos pagados	321.567	351.171	290.649
Salarios pagados	493.897	489.673	479.635
Compras a proveedores	511.281	738.267	637.228
Aportaciones a Fundaciones	4.505	3.746	1.820

BALANCE

MILLONES DE EUROS

	31/12/2008	31/12/2007	Variación Absoluta	Variación %
Activos totales	117.186,42	110.067,76	7.118,66	6,5%
Recursos propios	5.069,77	4.747,89	321,88	6,8%
Recursos totales gestionados	67.524,86	66.762,87	762,00	1,1%
Recursos de clientes en balance	57.779,45	53.340,18	4.439,27	8,3%
Fondos gestionados	9.745,41	13.422,69	-3.677,28	-27,4%
Inversión crediticia	77.223,84	74.201,40	3.022,45	4,1%
Morosos y dudosos	1.441,45	410,80	1.030,65	250,9%
Tasa de morosidad (%)	1,62%	0,47%	-	-
Cobertura (%)	105,37%	329,48%	-	-
Capital (ratio BIS)	10,66%	10,43%	-	-
Tier 1	7,70%	6,98%	-	-

CUENTA DE RESULTADOS

MILLONES DE EUROS

	31/12/2008	31/12/2007	Variación Absoluta	Variación %
Margen de intermediación	1.637,64	1.461,09	176,55	12,1%
Margen ordinario	2.461,54	2.271,11	190,42	8,4%
Costes explotación	989,35	956,95	32,40	3,4%
Margen de explotación	1.462,89	1.320,12	142,78	10,8%
Ratio eficiencia (%)	39,04%	40,51%	-	-
Beneficio antes de impuestos	1.085,66	1.100,10	-14,44	-1,3%
Beneficio neto atribuible	779,84	764,57	15,27	2,0%
R.O.A	0,71%	0,75%	-	-
R.O.E	16,56%	17,05%	-	-

DATOS POR ACCIÓN

Beneficio	1,13	1,10	0,03	2,7%
VTC por acción	7,38	6,84	0,54	7,9%
PER	7,12	12,09	-	-
Precio sobre VTC	1,10	1,95	-	-

OTRA INFORMACIÓN

Empleados	9.718	9.923	-205	-2,1%
Red de oficinas	1.915	1.946	-31	-1,6%

ASUNTOS RELEVANTES

LA RSC DE BANESTO PARTE DE LA VISIÓN Y DE LOS VALORES, SE ASIENTA EN UNA ESTRATEGIA Y POLÍTICA FORMALMENTE DEFINIDAS QUE GARANTIZAN UNA GESTIÓN RESPONSABLE, EL IMPACTO EN LA SOCIEDAD Y LA CONTRIBUCIÓN A UN ENTORNO MÁS SOSTENIBLE

La RSC en Banesto tiene un **enfoque integral** que parte de su Visión y de sus Valores y se asienta en una Estrategia y una Política aprobada por el Consejo de Administración. Estos aspectos constituyen el punto de partida para compatibilizar los objetivos de negocio y las necesidades y expectativas de sus grupos de interés creando valor constante, equilibrado y en condiciones de sostenibilidad social y medioambiental.

La Gestión Responsable parte del cumplimiento de la legislación y compromisos adquiridos y se centra en considerar al cliente como centro de la actividad, la calidad en la gestión, la transparencia con los accionistas, la importancia de las personas, el control de los riesgos y la extensión de los comportamientos responsables a la cadena de suministro. Este marco sienta las bases para aumentar su impacto en la sociedad y contribuir a un entorno más sostenible.



MARCO DE ACCIÓN EN RSC EN BANESTO

DIÁLOGO CON LOS
GRUPOS DE INTERÉS

PRINCIPALES AVANCES EN RSC EN 2008

En el año 2008 se ha producido un impulso a la RSC del Banco que consolida su trayectoria.

ESTRATEGIA Y POLÍTICA

- Aprobación de la Política de RSC por el Consejo de Administración a propuesta del Comité de Sostenibilidad.
- Consolidación del Comité de Sostenibilidad, coordinado por el Gabinete de Presidencia e integrado por todas las áreas del Banco con impacto en sostenibilidad.
- Adhesión a los principios éticos del Pacto Mundial de Naciones Unidas.
- Inclusión en el índice FTSE4Good IBEX, selectivo en el que sólo cotizan las empresas que cumplen los más altos estándares en RSC.

- Publicación del Informe de RSC siguiendo la guía del Global Reporting Initiative (GRI) en su nivel A+.

NIVEL DE CALIFICACIÓN		A+
OBLIGATORIO	AUTODECLARACIÓN	✓
	VERIFICACIÓN GRI	
OPCIONAL		

GESTIÓN RESPONSABLE

- Desarrollo y evolución del Modelo de Cumplimiento Normativo. Aplicación de la normativa MiFID
- Puesta en marcha del Centro Banesto Responde, Modelo de Oficina Q10, Desafío Q10, Autoevaluación de calidad de servicio, Comités de Calidad y Programa Domina.
- Mejora de 0,56 en el indicador de Q10 de calidad.
- Lanzamiento del “Depósito Sostenible”, producto definido con criterios de inversión socialmente responsable.
- Aumento de la comunicación con accionistas e inversores. **658** consultas resueltas, **10** roadshows, asistencia a las principales conferencias internacionales de bancos y del sector financiero, más de **200** reuniones con inversores durante todo el año.
- Consolidación del rating ambiental y puesta en marcha de nuevas herramientas.
- Implantación del Master Plan de Recursos Humanos.
- Nuevo Proceso de Valoración del desempeño en Banesto

IMPACTO EN LA SOCIEDAD

- **4.000** pymes formadas a través de la Escuela Banespyme.
- Más de **370** experiencias de emprendedores y **2.000.000** de videos vistos en el canal de televisión por internet emprendorestv.com en el 2008. En octubre se lanzó emprendorestv.com en colaboración con el Ministerio de Industria y la Generalitat de Catalunya y el apoyo de Microsoft. En los dos primeros meses de funcionamiento ha recibido más de **160.000** visitas.



Acto de presentación de emprendorestv.com

- Inversión en **2** nuevas empresas por parte del Fondo de Capital Riesgo Enisa Sepi-Desarrollo complementando una cartera total de **16** proyectos de inversión en pymes que dan empleo directo a 312 personas.
- Solidaridad x 2. Campaña de navidad Plumpy' nut junto con Unicef, por la que se ha ofrecido a los empleados la compra de un producto alimenticio que permite alimentar a más de 17.000 niños en África.
 - Aportaciones empleados: 57.414 euros.
 - Aportación Solidaridad x 2: 57.414 euros.
 - TOTAL: 114.828 euros.

- Proyecto Turismo Solidario y Sostenible: Certificación de **250** establecimientos turísticos, elaboración de más de **20** rutas alternativas en **11** países distintos de África. Colaboración de **37** voluntarios de Banesto en apoyo al proyecto sobre el terreno.



- **6.551** participantes en los **6** encuentros Ciberplaza dirigidos a impulsar, en el ámbito del desarrollo rural, el uso de las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
- 6ª edición del programa Solidaridad X2.

ENTORNO SOSTENIBLE

- Implantación del Plan Ecobanesto de Protección del Medio Ambiente.
- Reducción de 12% de consumos internos (electricidad, agua, papel, tóner, gas natural y combustibles automoción).
- Consolidación de la posición de liderazgo de Banesto en el mercado español en la financiación de proyectos medioambientales y de energías renovables.

PRINCIPALES PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2008



- PREMIO “EUROMONEY AWARDS FOR EXCELLENCE”
AL MEJOR BANCO EN ESPAÑA 2008



- ENTRADA EN EL ÍNDICE FTSE4Good IBEX



- SELLO EFQM A LA EXCELENCIA EUROPEA
+ 500 PUNTOS

Cinco Días

- PREMIO CINCO DÍAS A LA INICIATIVA
EMPRESARIAL MÁS INNOVADORA EN
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
POR EMPRENDEDORES TV



- CERTIFICACIÓN DE CALIDAD Y EXCELENCIA Y
PREMIO A LA CONFIANZA DE LOS CLIENTES
DE MADRID EXCELENTE



- PREMIO BANCA 15 AL MEJOR BANCO EN
INNOVACIÓN DE PRODUCTOS 2008



- GALARDÓN A LA EXCELENCIA EN LA
INTRODUCCIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS
Y MODERNIZACIÓN DE LA
ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA DEL COLEGIO
NACIONAL DE SECRETARIOS JUDICIALES



- POR QUINTO AÑO CONSECUTIVO ENTRE LAS 5
MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR EN
ESPAÑA, DE ACTUALIDAD ECONÓMICA

VISIÓN Y VALORES

SER EL MEJOR BANCO COMERCIAL DE EUROPA Y EL PRIMERO PARA NUESTROS CLIENTES YA SEAN EMPRESAS O PARTICULARES

Los valores de Banesto son los cimientos que sustentan su cultura empresarial y la relación con sus grupos de interés.

BANESTO BUSCA CREAR VALOR DE FORMA SOSTENIBLE ASENTANDO SU ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN LOS SIGUIENTES VALORES:



VISIÓN Y VALORES

ESTRATEGIA Y POLÍTICA

NUESTRA ESTRATEGIA EN RSC TIENE
COMO SEÑA DE IDENTIDAD EL
FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR
JUNTO A LA INNOVACIÓN, LA DIFUSIÓN
DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA
PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

La gestión de la Responsabilidad Social Corporativa de Banesto se estructura a través del Comité de Sostenibilidad.



FTSE4Good Index Series



VISIÓN Y VALORES

ESTRATEGIA Y POLÍTICA

ESTRATEGIA

POLÍTICA

ORGANIZACIÓN

LA RSC EN BANESTO

Banesto entiende la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como el compromiso con cada uno de sus grupos de interés en la creación de valor constante, equilibrado y en condiciones de sostenibilidad social y medioambiental.

POLÍTICA DE RSC IMPULSADA POR EL COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

En Banesto, la RSC es un área transversal que está presente en todas las áreas de negocio y por ello, en septiembre de 2007 se creó el Comité de Sostenibilidad, coordinado por el Gabinete de Presidencia e integrado por todas las áreas del Banco con impacto en sostenibilidad: riesgos, desarrollo de negocio, RRHH, cumplimiento y control interno, secretaría del consejo, finanzas, calidad, medios, comunicación, banca mayorista, banca minorista, unidad del accionista y fundaciones.

El Comité de Sostenibilidad es el responsable de:

- Diseño y coordinación de la política de sostenibilidad.
- Establecimiento de indicadores y procesos.
- Implantación.
- Seguimiento.

La política de RSC de Banesto ha sido impulsada por el Comité de Sostenibilidad y aprobada por el Consejo de Administración en este ejercicio.

En línea con este compromiso en 2008 Banesto se ha adherido al Pacto Mundial de Naciones Unidas por el que se compromete a conocer y respetar los 10 principios del Pacto. Dichos principios están relacionados con los derechos humanos, derechos laborales, protección del medio ambiente y corrupción.

BANESTO Y SUS GRUPOS DE INTERÉS

Banesto define sus grupos de interés directos como aquellas personas, colectivos e instituciones a los que afecta su actividad o que, a su vez, pueden influir de forma significativa sobre la misma. Por esta razón, asegurar que la relación con ellos se desarrolle en óptimas condiciones es un asunto central para el enfoque del negocio del Banco.

La política de RSC de Banesto se dirige a todos los grupos de interés identificados claves para el desarrollo de su actividad:

- Clientes
- Empleados
- Sociedad
- Proveedores
- Accionistas
- Competidores
- Supervisores y Autoridades Públicas

Para el correcto desarrollo de esta relación entre Banesto y sus grupos de interés, es fundamental que existan canales de comunicación a través de los cuales puedan obtener la información que les concierne en su relación con el Banco. Cada grupo de interés tiene unas características específicas y, por lo tanto, unas necesidades de información determinadas. Por ello la relación con los grupos de interés se basa en:

- Existencia de canales de comunicación dirigidos a la totalidad de los grupos de interés más relevantes.
- Gestión descentralizada: La gestión del día a día de las relaciones con los grupos de interés corresponde a cada una de las áreas de negocio del Banco.

BANESTO ENTIENDE LA RELACIÓN CON SUS GRUPOS DE INTERÉS COMO UNA PALANCA CLAVE PARA EL ÉXITO DE SU NEGOCIO

CLIENTES

Número de Clientes	2.379.774
Red de Oficinas	1.946
Cajeros Automáticos	2.252
Página Web	www.banesto.es www.ibanesto.com
Buzón de quejas y sugerencias correo electrónico	Servicio de Atención al Cliente de Banesto Avda. Gran Vía de Hortaleza 3 28043. Madridservicioclientes@Banesto.Es
Defensor del cliente. Buzón de quejas y sugerencias	D. José Luis Gómez-Degano C/ Miguel Ángel 23, 1º. 28010. Madrid Servicio de Atención al Cliente de Banesto Avda. Gran Vía de Hortaleza 3. 28043. Madrid
Campañas segmentadas a clientes. Defensor del cliente	D. José Luis Gómez-Degano C/ Miguel Ángel 23, 1º. 28010. Madrid
Informe de RSC	

EMPLEADOS

Intranet	Portal «Esto es Banesto»: Portal de Intranet que ofrece información institucional y animación comercial al 100 % de los empleados Portal Banesto Personas
Encuestas de satisfacción	1.946
Reuniones	Número de Atención al Cliente: 902 303 308
Comités de seguridad y salud	2.252
Comités de empresa	
Departamento de RR.HH.	servicioclientes@banesto.es

ACCIONISTAS

Revista virtual	
Línea telefónica	Número de Atención al Accionista: 902 123 230
Buzón de sugerencias	
Página web	www.banesto.es/webcorporativa www.canalaccionista.com
Dirección de correo electrónico	accionistas@banesto.es
Publicación "Información para el Accionista Banesto"	Enviados por correo postal a 30.000 accionistas y descargable en el Club del Accionista
Reuniones periódicas con accionistas	
Reuniones con inversores	
Roadshows	
Unidad de relaciones con accionistas	
Junta general de accionistas	
Club de accionistas	

PROVEEDORES

Portal de proveedores
Eventos electrónicos
Plataforma de subastas
Relación directa de seguimiento

SOCIEDAD

Medios de comunicación
Informe de RSC
Estudios
Buzón electrónico

info@turismo-solidario.es
concurso@banespymeorange.org
info@banespymeorange.org

Página web

www.banespyme.org
www.emprendedores.tv.com
www.ciberplaza.es
www.turismo-solidario.es
www.emprenedorstv.com

Diálogo directo con ONGs, medios,
centros de investigación y expertos

Fundaciones

Entorno rural: Banesto Natura

www.banestonatura.com

SUPERVISORES Y AUTORIDADES PÚBLICAS

Banco de España

Hechos relevantes, comunicación online, escrita, reuniones y foros.

Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)

Hechos relevantes, comunicación online, escrita, reuniones y foros.

Administración Pública Nacional, Autonómica y Local. S

Hechos relevantes, comunicación online, escrita, reuniones y foros.

El objetivo principal del Informe de RSC de Banesto es el de proporcionar una imagen comprensiva y exacta de su política, organización y gestión de la sostenibilidad, así como de la

planificación, procesos de control y medidas prácticas tomadas a este respecto. La información relativa al Gobierno Corporativo se encuentra en el Informe Anual

PUNTO DE PARTIDA DE NUESTRA RESPONSABILIDAD: GARANTIZAR EL CUMPLIMIENTO

PARA BANESEO, LA INTEGRACIÓN DE LA RSC EN LOS PROCESOS DEL BANCO ES EL ELEMENTO CLAVE PARA ASEGURAR SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD Y EN EL ENTORNO

La Responsabilidad Social Corporativa de Banesto parte del respeto y del cumplimiento de toda la normativa legal en el desarrollo de la actividad y de todos los compromisos que el Banco asume de forma voluntaria, con la finalidad última de asegurar un comportamiento ético y responsable tanto de la propia Entidad, como de todas las personas que conforman el Grupo Banesto.



CUMPLIMIENTO

La Unidad de Cumplimiento del Grupo Banesto, integrada dentro del Área de Cumplimiento y Control Interno y en dependencia de Presidencia, tiene como función básica el asegurar el cumplimiento de las diferentes disposiciones legales, así como la normativa interna del Banco.

Dentro de sus funciones y actuaciones, destaca la gestión integral de los códigos y seguimiento de la aplicación de políticas:

- Código de Conducta del Grupo Banesto.
- Código de Conducta del Mercado de Valores del Grupo.
- Código de Conducta de la actividad de Análisis.
- Política de Conflictos de Interés.
- Política de Ejecución de Órdenes.

El 100% de los empleados de Banesto están formados sobre los aspectos claves de códigos, políticas y normativas que les aplican en su actividad diaria.

Tanto la aplicación de los códigos, como de las políticas, están sujetas a las revisiones de las Unidades de Control Interno, como de Auditoría Interna.

Además del mantenimiento de un nivel de comunicación muy cercano y flexible hacia la Organización, su cauce formal de comunicación interna es el Portal de Cumplimiento, cuya estructura está orientada a facilitar la navegación de todos aquellos usuarios que quieran acceder a las diferentes materias de Cumplimiento Normativo, que pueden afectar a la actividad bancaria.

Además, la Unidad de Cumplimiento también interactúa, tanto con los organismos supervisores, como directamente con las diferentes Unidades de Negocio y de Apoyo del Banco.

Así mismo, Banesto cumple todas las exigencias de la normativa Norteamericana de la Ley Sarbanes–Oxley (SOX) y esta certificado en la misma por auditores externos.

PREVENCIÓN DEL BLANQUEO DE CAPITAL (PBC)

Banesto tiene establecida una normativa de Prevención de Blanqueo de Capitales (PBC), acorde con la normativa del Grupo, en aras de colaborar en la lucha contra el tráfico de estupefacientes, el terrorismo y la delincuencia organizada. Todas las Unidades del Banco y todos los empleados están sujetos tanto a la aplicación y cumplimiento de esta normativa, como a los procesos de formación en la misma (junto con la Red Agencial).

Toda la actividad de PBC, los procedimientos, la formación, así como los indicadores de la misma, están supervisadas y dirigidas por el Grupo a través de Departamento Central de PBC. Así mismo están auditadas, tanto interna como externamente.

De acuerdo a la normativa vigente, el Banco tiene la obligación legal de informar a las Autoridades de cualquier operación susceptible de ser considerada como sospechosa a efectos de PBC.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Banesto tiene una política de comercialización de productos y servicios exigente. Se dispone de unos procedimientos exhaustivos, que abarcan todo el ciclo de vida y servicios, desde su inicio hasta su comercialización; Son tanto de ámbito externo, con estudios específicos sobre comportamientos de clientes y tendencias, focus group, etc., como internos. Todas las áreas y unidades del Banco (tanto las comerciales, como las de apoyo) que están implicadas en el lanzamiento de un nuevo producto, participan y se han de pronunciar y dar su conformidad al lanzamiento, garantizando que se hayan desarrollado los trabajos necesarios y se hayan cumplido los procedimientos internos para llevar a cabo una comercialización y venta correcta.

A continuación, el lanzamiento de productos pasa necesariamente por la aprobación del Comité de Productos, que se reúne -al menos- una vez al mes y está presidido por un Consejero-Director General. Dicho Comité se ocupa de dar cumplimiento a las tres normas específicas que regulan cualquier lanzamiento de productos o servicios:

- Lanzamiento de Productos, con los requisitos que afectan íntegramente al desarrollo técnico y comercial del producto.
- Guía de Acciones Comerciales, que regula los procedimientos de Marketing y Publicidad relacionados con el lanzamiento de Productos.
- Manual Interno de Comercialización de Productos, diseñado con el objetivo de establecer pautas de comportamiento de cara a la venta a clientes.

Todo lanzamiento de un nuevo producto o servicio, lleva aparejado un proceso de:

- Formación y capacitación de aquellas personas que van a comercializarlos.
- Documentación y preparación de los materiales de apoyo.
- Pautas de actuación comercial.

Con ello, se pretende facilitar al cliente la máxima transparencia en las relaciones comerciales y otorgarle un tratamiento equitativo, garantizando además la confidencialidad de sus operaciones.

Derivado de la Transposición de la Directiva Comunitaria “Markets in Financial Instruments Directive” (MiFID) al Ordenamiento Jurídico Español, a través de la modificación parcial de la Ley del Mercado de Valores (LMV) Banesto implantó, con efectos 1 de noviembre de 2007, todos los requisitos legales que dicha normativa exige. En este sentido y con el fin de afianzar el proceso de implantación de esta importante normativa, se desarrolló un Plan de Comunicación interno y externo, así como un Plan de Formación que supuso llegar a la totalidad de la plantilla. Esta nueva normativa busca otorgar la máxima protección al cliente minorista y garantizar la transparencia en los mercados financieros.

En lo que a protección de datos de carácter personal de la clientela se refiere, el Banco cumple íntegramente todos los requerimientos de Ley Orgánica de Protección de Datos (la LOPD) y de su Reglamento de Desarrollo del 19 de abril de 2008.

MARKETING Y PUBLICIDAD

Banesto está comprometido con el uso responsable de la publicidad, por ello, se encuentra adherido a códigos voluntarios de conducta en materia de publicidad, que establecen una serie de compromisos éticos y de transparencia para esta actividad. De esta forma, se salvaguardan los derechos de los consumidores y usuarios, así como la actitud de competencia leal a la industria financiera y competidores en general.

A través de la autorregulación, Banesto y el Grupo asumen voluntariamente el compromiso de garantizar a la sociedad el rigor y ética de las comunicaciones comerciales, mediante la adopción de normas que promueven una ordenación responsable de la actividad publicitaria en beneficio de los consumidores, la propia industria y la sociedad en general.

Como entidad financiera, Banesto debe someter las campañas de publicidad a la supervisión de organismos competentes en cada caso (Banco de España y Comisión Nacional del Mercado de Valores, en virtud de la normativa vigente aplicable en España).

El Banco forma parte de la Asociación Española de Anunciantes y cumple con los requisitos establecidos por la legislación aplicable en materia de publicidad y comunicaciones comerciales. Además, es miembro de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) y está adherido a su Código de Conducta Publicitaria y al Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva (Confianza Online).

EXHAUSTIVO CONTROL EN EL CUMPLIMIENTO DE TEMAS CLAVE PARA BANESTO:

- CÓDIGOS DE CONDUCTA
- PREVENCIÓN DE BLANQUEO DE CAPITALES
- PROTECCIÓN DEL CLIENTE
- PRODUCTOS Y SERVICIOS
- MARKETING Y PUBLICIDAD
- DERECHOS HUMANOS

PROTECCIÓN DEL CLIENTE

En cumplimiento de la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, desarrollada por la Orden ECO/734/2004, de 11 de marzo, Banesto dispone de un Servicio de Atención al Cliente (SAC) y de la figura del Defensor del Cliente, cuya actividad está regulada por el “Reglamento para la defensa del Cliente de Banco Español de Crédito, S.A. y de su Grupo Económico” y que está disponible en su página web.

Por otro lado, Banesto cuenta con una política de protección de datos personales centrada en la adopción de las medidas de seguridad de índole técnica y organizativa exigidas por la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) de acuerdo con criterios de confidencialidad (acceso únicamente para aquellas personas que lo necesitan), integridad (contra la manipulación deliberada o accidental) y disponibilidad (accesibilidad para personas autorizadas).

CONTROL DE RIESGOS

BANESTO CUENTA CON UNA SÓLIDA CULTURA DE RIESGOS QUE TENEMOS PRESENTE TODOS LOS MIEMBROS QUE INTEGRAMOS LA ORGANIZACIÓN

Los principios básicos de la gestión del riesgo y las herramientas y técnicas de análisis y valoración muy avanzadas nos permiten afrontar cambios desfavorables del entorno con una excelente calidad crediticia.

El seguimiento de riesgos potenciado en Banesto en los últimos años nos permite predecir, anticipar y minimizar de forma continuada el impacto por deterioro de nuestra cartera de clientes.

BASE PARA AFRONTAR LOS CAMBIOS DESFAVORABLES DEL ENTORNO

La gestión prudente y predecible del riesgo que ha aplicado Banesto en los últimos años está suponiendo una ventaja competitiva en el entorno económico actual. Nuestras políticas de admisión de riesgos en negocio hipotecario, marcadas desde hace años, de no participación en financiaciones con elevados niveles de apalancamiento y dirigidas a primera vivienda -tanto a promotores como a particulares-, así como una gestión anticipativa de los riesgos, está demostrando la excelente calidad de nuestra cartera crediticia.



PRINCIPIOS BÁSICOS DE GESTIÓN DEL RIESGOS EN BANESTO

- 1.- **INDEPENDENCIA** de la función de riesgos respecto al negocio en la toma de decisiones.
- 2.- **IMPLICACIÓN DE LA ALTA DIRECCIÓN** en la gestión de riesgos, participando activamente tanto en la admisión como en el seguimiento de riesgos.
- 3.- **ANTICIPACIÓN** a través del seguimiento de riesgos, con valoración e información actualizada de los clientes.
- 4.- **PRUDENCIA EN LA ADMISIÓN**, marcando en cada momento nuevas políticas que se adapten al mercado.
- 5.- **CALIDAD DE SERVICIO** externo e interno, medido a través del modelo de calidad Q10 que impulsa la agilidad de respuesta.
- 6.- **TÉCNICAS DE GESTIÓN AVANZADAS** basadas en una metodología de análisis, valoración y medición específica por segmento de clientes.
- 7.- **ADAPTACION DEFINITIVA** del Nuevo Acuerdo de Capitales (Basilea II) mediante la validación del modelo de requerimiento de capital.
- 8.- **COMPLEMENTARIEDAD** del Área de Riesgos con las diferentes áreas de negocio. La gestión de riesgos es fundamental en el diseño de políticas de precios.

La gestión del riesgo es una ventaja competitiva para acercarnos a los clientes, medir el riesgo que hay que asumir y fijarle un precio adecuado.

RIESGO REPUTACIONAL

En Banesto se entiende por riesgo reputacional (RP) el derivado de la percepción que tienen del Banco los diversos grupos de interés con los que se relaciona, tanto internos como externos, en el desarrollo de su actividad.

Desde el Área de Cumplimiento y Control Interno los principales focos de actuación en eventos de riesgo reputacional son:

- Normativa.
- Códigos de Conducta.
- Prevención de Blanqueo de Capitales y Fraude.
- Productos.
- Comunicación y relación con supervisores.
- Pautas de actuación ante determinados eventos.
- Formación.

En relación a los focos de actuación antes citados, esta Área ejercita las siguientes funciones:

- Identificar, conocer y determinar situaciones de las que puedan derivarse RP, bien directamente o en colaboración con otras áreas.
- Analizar potenciales situaciones de Riesgo Reputacional.
- Atender consultas, para determinar si determinadas situaciones son susceptibles de considerarse bajo este tipo de riesgo.
- Desarrollar aquellas actuaciones o procedimientos que sean necesarios para gestionar eventos de RP.
- Gestionar las situaciones de RP que se puedan poner de manifiesto.
- Asegurar la adecuada canalización de los eventos, al nivel adecuado.
- Control y seguimiento.
- Informar periódicamente.

La gestión del riesgo reputacional, a su vez, se canaliza a través del modelo de cumplimiento que el Banco tiene establecido a través de las diferentes áreas separadas de actividad.

ANÁLISIS DEL RIESGO MEDIOAMBIENTAL

La Unidad de Riesgos de Banca Mayorista valora el riesgo medioambiental de su cartera de clientes de Banca Corporativa mediante una metodología propia que se concreta en la asignación de un “rating” medioambiental interno, una vez que se han valorado determinados parámetros que pueden tener impacto medioambiental. Esta metodología potencia la financiación de proyectos de inversión «limpios» tales como la energía eólica, solar y termoeléctrica. Banesto es considerado en el mercado, como referencia en la financiación de este tipo de proyectos.

La valoración medioambiental pondera tanto la categoría del sector de actividad como un conjunto de variables que implican mayor o menor riesgo. Estas variables van desde el cumplimiento de la profusa legislación medioambiental específica para cada sector, los litigios y reclamaciones en curso, el nivel de emisiones, vertidos y generación de residuos, hasta las medidas correctoras adoptadas y la consecución de certificaciones homologadas.

VALORACIÓN DEL RIESGO MEDIOAMBIENTAL DE LOS CLIENTES DE BANESTO PARA:

- POTENCIAR PROYECTOS AMBIENTALMENTE SOSTENIBLES
- PENALIZAR LOS PROYECTOS CON MAYOR IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

CATEGORÍA	A	B	C	D
PUNTUACIONES	90	90-50	60-20	10

CATEGORÍA:

Sector y Actividad	valoración
Cumplimiento legislación medioambiental	90-50-10
Emisión, vertidos o generación residuos	50-10
Litigios o reclamación medioambientales en curso	50-10
Medidas correctoras adoptadas	90-50
Certificaciones medioambientales homologadas	90-50

EL CLIENTE COMO CENTRO DE LA ACTIVIDAD

BANESTO QUIERE SER EL MEJOR BANCO PARA SUS CLIENTES Y PARA ELLO SE ESFUERZA EN CONOCER SUS NECESIDADES, ANTICIPARSE A ELLAS Y FACILITARLES PRODUCTOS Y SERVICIOS MEDIANTE TODOS SUS CANALES DE RELACIÓN

Banesto se articula alrededor del cliente, que es el centro de su actividad, tratando de responder con calidad y eficiencia a todas sus demandas financieras para contar con los clientes más satisfechos y vinculados del sector.

La interacción con los clientes es cada vez más compleja y más competitiva y los avances en tecnología y comunicaciones han eliminado las barreras geográficas y de acceso a la información. Por tanto, el mercado de la oferta y la demanda está cada vez más accesible al público en general y como consecuencia los clientes se vuelven más exigentes, cambian hábitos de consumo y cambian los proveedores con mucha más facilidad.

En este contexto el objetivo de Banesto ha sido y es encontrar la mejor manera de relacionarse con los clientes para retenerlos, y para ello Banesto ha focalizado todos sus esfuerzos en el desarrollo de un modelo de gestión por y para los clientes.



LA APUESTA DE BANESTO POR LA CALIDAD DE SERVICIO

Desde el año 2004 la calidad ha sido uno de los ejes de la estrategia en Banesto, entendida no sólo como calidad en los procesos, sino principalmente como calidad percibida por los clientes. Para lograr el reto anterior, se implantó el Modelo Q10, modelo de calidad diseñado por y para Banesto. Este modelo es un esquema de gestión de calidad interna y externa en el que están involucradas todas las personas de la organización con el objetivo de mejorar permanentemente la satisfacción de los clientes y los empleados. Actualmente el Modelo Q10 engloba más de **2.200 indicadores** que apuntalan la calidad en toda la organización.

Los objetivos del Modelo Q10 son:

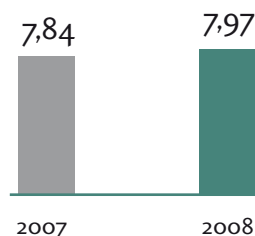
1. Desarrollar una cultura de satisfacción de los clientes aplicable por todas las personas de Banesto en su actividad diaria.
2. Impulsar la creatividad y la transmisión del conocimiento, fomentando la participación de los equipos y las personas.
3. Minimizar ineficiencias y costes internos.
4. Incrementar el porcentaje de clientes socios, es decir, aquellos más fidelizados y vinculados.

EL MODELO Q10 BUSCA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE BANESTO, A TRAVÉS DE LA MEJORA CONTINUA, LO CUAL QUEDA PLASMADO EN QUE LAS RECLAMACIONES DE LOS CLIENTES HAN DISMINUIDO EN 2008 UN 5% Y EN LA MULTITUD DE PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS PÚBLICOS RECIBIDOS POR EL MODELO

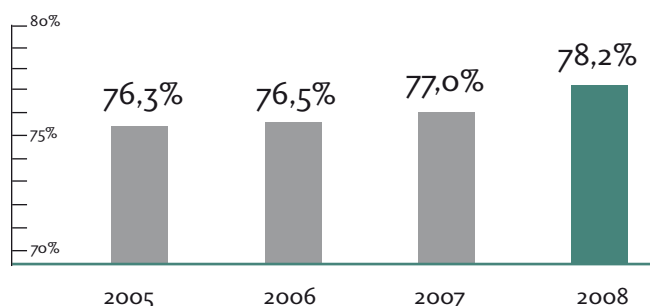
El Modelo Q10 aporta las siguientes ventajas:

- **MODELO GLOBAL:** permite gestionar la calidad de toda la organización de manera global incidiendo, a la vez, de forma concreta en aquellos aspectos clave relativos no sólo a la calidad de servicio al cliente sino también a las oficinas. Es por tanto un modelo con capilaridad tanto en oficinas como en Servicios Centrales.
- **HERRAMIENTA DE GESTIÓN:** es una herramienta más de gestión que facilita conocer cómo cada área, red comercial y canal de relación está prestando servicio al cliente.
- **VISION INTERNA Y EXTERNA:** permite integrar, de forma ordenada, los indicadores de calidad interna y externa.
- **MULTICANAL:** mide la calidad de servicio al cliente a través de todos los canales de relación (oficinas, teléfono, Internet).
- **GESTIÓN EFICIENTE:** el propio sistema identifica los indicadores de la organización en los que hay que establecer Mejoras Q10 y/o acciones sobre aquellos que estén por debajo de su estándar mínimo.
- **MODELO DINÁMICO:** incorpora de manera sistemática la medición de aquellos puntos críticos que se vayan identificando, estableciendo así un mecanismo de mejora continua. El Comité de Calidad es el encargado de aprobar los nuevos indicadores a medir.
- **ORIENTACIÓN AL CLIENTE:** permite enfocar a todos los equipos de Banesto de cara a ofrecer el mejor servicio, principalmente en aquellos procesos relacionados con el cliente.
- **SISTEMÁTICO Y FIABLE:** realiza un seguimiento mensual de resultados a todos los niveles, llevándose a cabo auditorías permanentes sobre los mismos con el fin de dotar al modelo de fiabilidad.

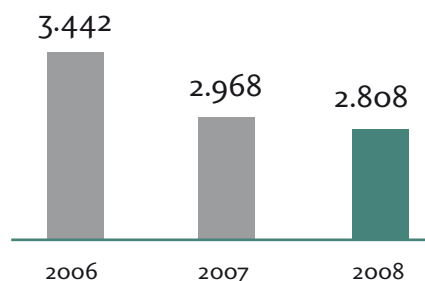
ENCUESTA DE CALIDAD POST-SERVICIO
ESCALA 0-10



RECOMENDACIÓN DE CLIENTES



RECLAMACIONES DE CLIENTES



En 2008 se han puesto en marcha nuevos proyectos para mejorar la calidad y el servicio al cliente:

• Centro Banesto Responde

Este nuevo centro permite la gestión multicanal de las incidencias, quejas y reclamaciones de los clientes, lo que ha permitido reducir las reclamaciones un 5% en 2008.

• Modelo de Oficina Q10

Modelo de gestión y atención de clientes puesto en marcha para homogeneizar un excelente nivel de servicio en todas las oficinas.

Para evaluar de manera permanente la implantación de este modelo, así como el nivel de servicio ofrecido a los clientes, mensualmente se realizan visitas de “cliente misterioso” en todas las zonas del Banco. En 2008 se han realizado más de 1.100 visitas lo que ha permitido mejorar en más de 0,56 puntos el índice de calidad del servicio ofrecido.

• Desafío Q10

Programa de formación y dinamización dirigido a todos los Gestores de Atención al Cliente.

• Autoevaluación de calidad de servicio

Reuniones mensuales del equipo de cada sucursal para autoevaluar el servicio ofrecido a sus clientes con el fin de mejorarlo.

• Comités de Calidad

Los responsables de calidad de cada oficina mantienen reuniones con su Director de Zona para trabajar en la mejora de los indicadores de calidad y transmitir buenas prácticas.

• Programa Domina

Para mejorar la información al cliente se ha puesto en marcha este Programa dirigido a conseguir el dominio de los productos como base para ofrecer, en todo momento, la mejor información a los clientes.

En el camino hacia la excelencia de Banesto, el Modelo Q10 ha recibido los siguientes premios y reconocimientos vigentes en 2008:

- Sello de excelencia europea EFQM.
- Premio a la Confianza de los Clientes 2008 otorgado por la Fundación Madrid para la Excelencia.
- Certificado “Madrid Excelente”.
- Primera entidad financiera en conseguir el Certificado AENOR de calidad de servicio y satisfacción de clientes.
- Mejor Práctica Europea en la gestión de calidad de clientes.
- Premio Alpha al Modelo Q10 del Club de Dirigentes de Marketing de Madrid.



Además desde el punto de vista interno están certificados ISO 9001 los departamentos de formación, servicios financieros al empleado y nóminas.



PRODUCTOS SOSTENIBLES

Depósito Sostenible

Banesto ha lanzado el Depósito Sostenible, que está referenciado a la evolución de una cesta de empresas que cumplen con los siguientes criterios:

- Reconocidas por su gobierno corporativo y responsabilidad social.
- Alto desempeño medioambiental.
- Prácticas laborales responsables.
- Impacto positivo en las comunidades locales de los lugares en que operan.

Descripción del Producto:

- Importes de contratación: Mínimo 600 euros y sin máximo.
- Plazo de la inversión: 36 meses.
- Funcionamiento de la garantía: Producto 100% Garantizado a vencimiento.
- 100% Garantizado.
- Rentabilidad a vencimiento (36 meses): se percibe un %, en función de las condiciones de mercado del momento, de la revalorización media de la cesta de valores que forman el Depósito.

Cuenta infantil Banesto pro UNICEF

Este producto financiero, pensado para los niños que comienzan a ahorrar, tiene como objetivo colaborar con UNICEF en el Programa PROANDES, concretamente en las acciones de educación de niños en Ecuador.

Banesto dona anualmente a Unicef el 1 % de los saldos medios de todas las cuentas abiertas por los niños, que se destina al PROGRAMA PROANDES para la escolarización de niños en Ecuador.

CREACIÓN DE VALOR PARA LOS ACCIONISTAS

A 31 DE DICIEMBRE DEL 2008
BANESTO CUENTA CON 85.632
ACCIONISTAS

El accionista mayoritario es Banco Santander, que posee directa e indirectamente el 89,28 % **del capital social de Banesto**.

DISTRIBUCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL POR TRAMOS DE ACCIONES

Tramos de acciones	Accionistas	Acciones	% Capital Social
de 1 a 250	59.253	5.509.062	0,80
de 251 a 500	11.955	4.283.616	0,62
de 501 a 1.000	7.767	5.591.433	0,81
de 1.001 a 5.000	5.596	11.360.688	1,65
más de 5.000*	1.061	660.641.999	96,11
	85.632	687.386.798	100,00

DISTRIBUCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL POR TIPO DE ACCIONISTA

	Accionistas	Acciones	% Capital Social
Consejo de Administración	14	704.908	0,10
Institucionales*	122	649.627.069	94,51
Individuales	85.496	37.054.821	5,39
	85.632	687.386.798	100,00

*Incluye al accionista mayoritario, que es Banco Santander, que posee directa e indirectamente el 89,28% del capital social.



COMUNICACIÓN CON ACCIONISTAS

Canales de comunicación

Banesto mantiene una constante y fluida comunicación con sus accionistas e inversores, desarrollando una intensa labor de atención y seguimiento de las consultas y sugerencias formuladas a través de los diferentes canales de comunicación disponibles (teléfono, correo ordinario, correo electrónico o las reuniones personales). Las consultas, opiniones y sugerencias enviadas por los accionistas son analizadas en detalle, informándose de su contenido al Consejo de Administración.

El canal más utilizado continúa siendo el teléfono (83% del total). Las consultas se refieren en su mayoría a la evolución de la acción en Bolsa, a la solicitud de información sobre la Junta General de Accionistas y a los resultados del Banco.

Número de consultas y sugerencias formuladas	2008	2007	2006
Teléfono	546	1.217	706
Correo ordinario	16	10	18
Correo electrónico	96	105	112
Reuniones personales			
Total	658	1.332	836

«Información para el Accionista Banesto»

Banesto edita y envía trimestralmente al domicilio de más **30.000 accionistas** un ejemplar del boletín “Información para el Accionista Banesto”, que contiene la información sobre los resultados del Banco, la evolución de la acción Banesto, las noticias relevantes que durante el periodo se han producido y una breve descripción de los contenidos incluidos en el portal web del “Club del Accionista Banesto”.

Portal del «Club del Accionista Banesto»

La web corporativa de Banesto se ha convertido en la herramienta más potente de comunicación con accionistas e inversores, la cual fue premiada por la Asociación Española de Accionistas Minoritarios de Empresas Cotizadas (AEMEC) como la “Mejor iniciativa para los minoritarios”.

RELACIONES CON INVERSORES INSTITUCIONALES, ANALISTAS Y AGENCIAS DE RATING

Durante 2008, a través de la Unidad de Relaciones con los Inversores, se ha continuado con los esfuerzos para dar a conocer Banesto entre la comunidad inversora, analistas y agencias de rating.

Como parte de dichos esfuerzos, se ha visitado a inversores en las principales plazas de Europa y Estados Unidos y se han mantenido reuniones con inversores en las oficinas de Banesto. Durante 2008 se han realizado **10 roadshows**, se ha asistido a las **principales conferencias** internacionales de bancos y del sector financiero y se han mantenido reuniones con más de **200 inversores** durante todo el año.

En la actualidad **23 casas de bolsa** cubren la acción de Banesto, uno de los Bancos españoles que más recomendaciones de compra ha tenido por parte de los analistas.

En este sentido, se han mantenido reuniones durante el año con las principales agencias de rating (S&P, Moody's y Fitch). Fruto de dichas reuniones ha sido la confirmación de los ratings por parte de las 3 agencias.

RATINGS POR AGENCIAS

	Largo Plazo	Corto Plazo
S&P	AA	A-1+
Moody's	Aa2	P-1
Fitchratings	AA	F1+

INDICE FTSE4GOOD IBEX

Los inversores están cada vez más concienciados con la gestión de los análisis sociales y ambientales de su cartera, siendo el Índice FTSE4Good Ibex un potente indicador del compromiso de las organizaciones.

FTSE4Good Ibex ha sido diseñado para medir el desempeño de las empresas que cumplen con reconocidos estándares de Responsabilidad Social Corporativa, y para favorecer la inversión en dichas compañías, incluyendo una serie de indicadores de:

- Gestión medioambiental.
- Cambio Climático.
- Derechos Humanos y de empleo.
- Prácticas anticorrupción.
- Estándares en la cadena de suministros.



Con la entrada de Banesto en septiembre de 2008 en el índice, el Banco demuestra que cuenta con políticas y sistemas de gestión responsables.

LAS PERSONAS COMO VENTAJA COMPETITIVA

SE PUEDEN COPIAR LOS PRODUCTOS,
SE PUEDE COPIAR LA TECNOLOGÍA,
PERO LO QUE DE VERDAD NOS
DIFERENCIA SON LAS PERSONAS QUE,
CON SU ENERGÍA, COMPROMISO Y
RESULTADOS NOS HACEN SER UN
BANCO CON ESPÍRITU GANADOR

Apuesta por las personas

En Banesto apostamos por las personas, por sus expectativas y futuro profesional. Por eso ponemos en marcha políticas y procesos que aporten valor tanto profesional como personalmente a todos los integrantes del equipo Banesto.

Banesto cuenta con más de 9.700 personas, con una edad media de 41,1 años. El 36,4% son mujeres y el 63,6% son hombres. El talento y el compromiso son nuestras señas de identidad, por ello:



	2008				2007				2006			
	Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres	
Directivos	2.591	67%	1.284	33%	2.705	69%	1.226	31%	2.626	72%	998	28%
Comerciales	2.100	60%	1.403	40%	2.318	60%	1.154	40%	2.396	62%	1.476	38%
Técnicos	1.367	64%	782	36%	1.205	64%	689	36%	1.268	77%	369	23%

	2008				2007				2006			
	Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres	
Hasta 30 años	633	40%	962	60%	620	39%	959	61%	517	40%	771	60%
De 31 a 40 años	1.467	53%	1.279	47%	1.531	55%	1.261	45%	1.384	54%	1.185	46%
De 41 a 50 años	2.315	69%	1.022	31%	2.401	70%	1.024	30%	2.675	74%	947	26%
Más de 50 años	1.643	89%	206	11%	1.676	88%	225	12%	1714	88%	242	12%

	2008				2007				2006			
	Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres	
Contrato Indefinido	6.039	64%	3.449	36%	6.159	65%	3.388	35%	6.205	67%	3.004	33%
Contrato Temporal	19	49%	20	51%	69	46%	81	54%	85	38%	141	62%
Rotación media	1,08%				1,56%				1,70%			

- El 93% de las coberturas se realizan con promoción interna.
- El 76% ha promocionado en los últimos cuatro años.
- El 87% de las mujeres han promocionado en los últimos cuatro años.
- El 77% de las promociones tienen menos de 35 años.

- En el año 2008 el 80% de las personas han mantenido una entrevista con su Gerente de Recursos Humanos.
- En 2008 el 100% ha mantenido una entrevista con su superior inmediato para revisar sus expectativas profesionales y definir su Plan de Desarrollo Individual (dentro del proceso de valoración).

EVOLUCIÓN PLANTILLA BANESTO*

Comunidad Autónoma	2008	2007	2006
Andalucía	1.292	1.323	1.294
Aragón	180	189	190
Asturias	200	211	219
Cantabria	129	143	148
Castilla y León	501	505	506
Castilla-La Mancha	498	472	459
Cataluña	1.079	1.087	1.027
Ceuta	7	6	8
Comunidad Valenciana	1.028	1.045	1.050
Extremadura	237	244	248
Galicia	567	582	586
Islas Baleares	112	126	98
La Rioja	73	67	70
Madrid	2.820	2.830	2.776
Melilla	8	8	7
Murcia	146	154	139
Navarra	74	81	83
País Vasco	359	368	328
Islas Canarias	247	256	235
Total General	9.527	9.697	9.471

* Datos a Diciembre de cada año

MASTER PLAN DE RECURSOS HUMANOS ARTICULADO EN TRES EJES: IMPULSO, IDENTIDAD E IMPLICACIÓN

MASTERPLAN DE RECURSOS HUMANOS

El Master Plan de Recursos Humanos se articula entorno a tres ejes: Impulso, Identidad e Implicación que se traducen en una serie de iniciativas y proyectos entre los que destacan: iCRM, Calidad Directiva, Mejora de la Productividad, Mapa del Talento, GPS Profesional Banesto, Banesto x Ti así como la Propuesta de Valor.

Especial relevancia tienen los Compromisos Banesto con las Personas:

1. Que todas las personas consigan sus objetivos.

2. Que lleguen a donde se propongan.

3. Que se sientan reconocidos.

4. Que tengan los mejores jefes.

5. Que tengan igualdad de oportunidades.

6. Que tengan tiempo para ellos.

7. Que su opinión cuente.

8. Que se sientan únicos.

Sabemos que las personas comprometidas se identifican con los objetivos del banco y están más implicadas en los proyectos en los que participan, alcanzan mayores niveles de logro, recomiendan Banesto en su entorno como lugar para trabajar, y son más impermeables a las alternativas laborales que pueda ofrecerles el mercado. El compromiso juega por tanto un papel importante en la **retención del talento** y en consecuencia nos permite reforzar nuestra posición en el sector a través del activo diferencial más importante que poseemos: nuestro **equipo humano**.

Esta nueva perspectiva convierte a todos los jefes en **gestores** del compromiso, lo que exige un profundo conocimiento de cada individuo, de sus motivaciones y de sus aspiraciones, para poder ofrecer a cada uno un **desarrollo profesional a medida**. Lo hacemos posible a través de **un modelo de segmentación de recursos humanos**, por el que cada persona en la organización tiene asignado un gestor con el que puede realizar una planificación individualizada y un seguimiento de la evolución de su progresión profesional.

Los principales criterios que determinan el **crecimiento profesional** en Banesto son la consecución de los niveles de logro fijados individualmente (el **75%** de la plantilla ha conseguido bonus en los últimos 2 años), así como el potencial de desarrollo y la ambición personal. Es así como entendemos el **respeto por la individualidad** de nuestros colaboradores: la no discriminación por razones de sexo, religión, ideario político u orientación sexual aparece recogida además en nuestro código de conducta directiva, y ha sido recientemente promulgada como uno de los **compromisos del banco con las personas**.

VERÓNICA: COMPROMISO DE BANESTO CON LAS PERSONAS. "HACE DIEZ AÑOS, CUANDO ESTUDIABA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, SUFRÍ UN ICTUS CEREBRAL. EL PROCESO DE POST HOSPITALIZACIÓN SUPUSO UN GRAN ESFUERZO Y COMPROMISO

CONMIGO MISMA: APRENDER DE NUEVO A HABLAR, Y ADAPTARME A LA MOVILIDAD CON UNA SOLA MANO, YA QUE LA MANO DERECHA HA QUEDADO INMOVIL. TRAS VOLVER CON ILUSIÓN AL MERCADO LABORAL, LA OPORTUNIDAD QUE ME OFRECIÓ BANESTO DE FORMAR PARTE DE SU PLANTILLA FUE UNA SORPRESA. TRABAJAR EN UN BANCO SUPONÍA AUN MAYOR ILUSIÓN: NO CREÍ QUE LO LOGRARÍA! AHORA LA MÍA ES UNA VIDA NORMAL, HAGO EL MISMO TRABAJO QUE MIS COMPAÑEROS, ESTOY LAS MISMAS HORAS, VISITO Y ATIENDO A MIS CLIENTES DE BANCA EMPRESAS, COMO ELLOS".



Este modelo refuerza además el concepto de **productividad como motor de éxito profesional en Banesto**, potenciando su posición como valor cultural en nuestra organización. En 2008 hemos acometido planes específicos tendentes a mejorar los ratios de

productividad de toda la plantilla ayudando y poniendo a disposición de las personas todo un abanico de posibilidades (rotación, formación, oficinas escuela,...) que les permitan conseguir los objetivos asignados.

Por otra parte, nuestro modelo retributivo se apoya igualmente en esa idea: conseguir que se remunere mejor a aquellos que más contribuyen a su red. Para ello existe un bonus derivado de su aportación individual al negocio.

Por otro lado, el salario mínimo inicial estándar en Banesto es un 262% superior al salario mínimo establecido en el Convenio Colectivo de la Banca. En relación con los beneficios sociales, no existen diferencias en función del tipo de jornada.

CAPTAR, RETENER Y GESTIONAR EL TALENTO ES MISIÓN DE TODOS

Con el fin de captar el mejor talento del mercado durante 2008 hemos reforzado nuestra presencia en el canal on-line a través de un stand virtual permanente y la creación de un site exclusivo para los candidatos en proceso, además de colaborar con los principales portales de empleo. Complementamos la asistencia a foros de empleo (35 foros en 2008) con el patrocinio de nuevos formatos como las ferias de empleo virtual, que nos permiten diversificar y flexibilizar los puntos de contacto con el mercado laboral.

Todo ello ha posibilitado que más de 130.330 personas quieran trabajar con nosotros (el 57,76% son mujeres y el 42,24% son hombres), afianzando nuestro posicionamiento como entidad empleadora basado tres ejes maestros: **desarrollo profesional a medida, formación de vanguardia y tecnología e innovación**. En Banesto garantizamos la igualdad de oportunidades en todos los procesos de selección.

En nuestros procesos de reclutamiento damos la máxima importancia al **contacto directo con el candidato**. Por esta razón, la primera fase en todos ellos es siempre una entrevista personal. Esto nos ha llevado a conocer durante 2008 a 10.057 personas en entrevista.

Monitorizamos continuamente la **calidad de nuestro proceso** prestando especial atención al trato que recibe el candidato ya que no sólo son considerados como posibles colaboradores, sino como **clientes potenciales de Banesto**. Por eso de forma continua se realiza una encuesta sobre aquellos que no superan el proceso de selección para medir su nivel de satisfacción con la experiencia: El **98,5%** de los candidatos desestimados en la primera fase (entrevista personal) mejoran o mantienen la imagen que tenían de Banesto después de pasar por nuestro proceso de selección. El procedimiento de contratación es global, no existiendo diferencias en relación con las contrataciones locales en las regiones en donde opera el Banco

DESARROLLO DEL TALENTO Y EL COMPROMISO

En 2008, hemos puesto en marcha el nuevo **Proceso de Valoración Banesto** que es una evolución de nuestros anteriores procesos de Evaluación del Desempeño (Capacidades) y Feedback 360° en el que ha participado el **100% de la plantilla**. Para el proceso de Feedback 360 se han utilizado **6.884 cuestionarios** (han participado **3.318 personas** diferentes entre Jefes / Pares / Colaboradores / Autoevaluación). Para el proceso de Capacidades se han utilizado **17.564 cuestionarios**.

Con el nuevo proceso de Valoración, que pone el foco en la **conversación** más que en el propio proceso (se han realizado **9.189 entrevistas**), el Banco hace una apuesta decidida por la comunicación constructiva entre jefes y empleados como elemento clave de la Calidad Directiva, (se han alcanzado más de **36.000**

acciones dirigidas a mejorar los conocimientos, resultados y capacidades de los colaboradores).

En el año 2008 el principal foco se ha puesto en la mejora de la calidad directiva, buscado una forma de dirigir más acorde con los tiempos con el fin de conseguir que los directivos se sientan responsables del compromiso de sus colaboradores. En los Programas de Desarrollo de Calidad Directiva, han participado todos los Directivos del Banco.

COACHING Y MENTORING

Se trata de un programa para más de 700 directivos. Este proceso de coaching incide profundamente en la persona, ayudándoles a comprender mejor las dificultades de contexto socio económico en el que nos desenvolvemos, para que, de esta forma, sean capaces interpretar mejor el nuevo contexto, y de buscar nuevas formas de hacer más eficientes.

	Hombres	Mujeres
Red Minorista	42,2%	58,0%
Red Empresas	46,0%	53,0%
Banca Mayorista	57,9%	39,0%

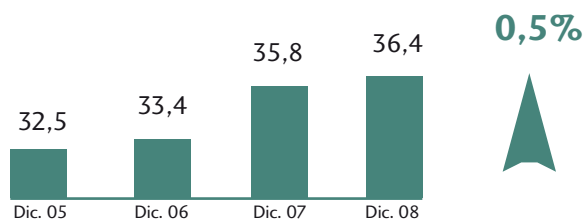
Por otra parte, se ha continuado con el proyecto de mentoring, iniciado en 2006 y 2007. Si entonces el mentoring se centró, exclusivamente, en los nuevos directivos que se incorporaron a Banesto dentro del Plan de Expansión, en esta ocasión, se ha ampliado el colectivo a aquellas personas que acceden a puestos directivos de mayor responsabilidad (Dir. Territoriales, Zonas, etc.).

Finalmente el Mentoring de Riesgos, utiliza la experiencia de aquellos profesionales mejor cualificados en materia de gestión del riesgo crediticio, para, compartiendo sus buenas prácticas, ayudar a otras personas del área comercial a adoptar nuevas formas de éxito (**110 personas** han participado en 2008).

DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Banesto dispone un **Cuadro de Mando** integrado con Negocio, el cual se presenta periódicamente en el Comité de Dirección con el fin de tener un seguimiento preciso y detallado de las iniciativas puestas en marcha en Diversidad y Conciliación.

EVOLUCIÓN PRESENCIA FEMENINA



El compromiso de Banesto con la igualdad de oportunidades y la conciliación de la vida personal y profesional quedó plasmado en el Plan de Igualdad firmado en diciembre de 2007. En él se recogen las principales líneas de actuación para garantizar y fomentar la igualdad desde la incorporación al banco pasando por la

FELIPE: CONCILIACIÓN DE LA VIDA PROFESIONAL Y FAMILIAR.

“SOY DUEÑO DE MI TIEMPO: VALORO MUCHÍSIMO LA TRANQUILIDAD DE PODER LLEVAR YO MISMO A MIS HIJAS AL COLEGIO SIN TENER QUE MIRAR SI LLEGO CINCO MINUTOS ANTES O DESPUÉS AL BANCO. EL TRABAJO SE DEBE MEDIR POR PROYECTOS Y OBJETIVOS, NO POR EL TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA SILLA. ESTA FLEXIBILIDAD FAVORECE UNA MAYOR IMPLICACIÓN Y RESPONSABILIDAD DE CADA PERSONA, Y ESTA POLÍTICA LA APLICO SIEMPRE A MI EQUIPO”



formación, la compensación y el desarrollo. Además, se ampliaron las medidas existentes para facilitar la conciliación de todas las personas de la organización y tener un catálogo de soluciones adecuados a todas las situaciones y perfiles.

Algunas de ellas son:

- Reducción de jornada retribuida de hasta un mínimo de una hora por cuidado de familiares de primer grado con enfermedad grave.
- Licencia por paternidad de 5 días, a añadir a los 13 legales.
- Licencia retribuida de 2 semanas anteriores a la fecha de parto.
- Reincorporación progresiva del descanso maternal, el primer mes con media jornada y el segundo con 3/4 de jornada, sin merma económica.
- Mantenimiento de la retribución variable durante el descanso por maternidad.

MEDIA DE HORAS DE FORMACIÓN PRESENCIAL

	2008	2007	2006
Directivos	49	34	41
Comerciales	51	59	57
Técnicos	24	35	29

Nuestros esfuerzos durante 2008 han estado centrados en dos acciones:

- Comunicar: con el objetivo de aumentar el conocimiento del programa, su utilización y valoración, se han celebrado reuniones de trabajo por toda la geografía.
- última encuesta: el grado de conocimiento del programa ha aumentado en un 37% y la valoración ha pasado del 5,16 al 6,26.
- la utilización de las medidas era a finales de 2007 del 6,95% y en septiembre de 2008 estamos ya en un 12% de la plantilla que utiliza o ha utilizado alguna medida de conciliación.

- Corresponsabilizar: fomentando la utilización de las medidas susceptibles de ser solicitadas por parte de los hombres.
 - El 98% de los padres ha utilizado los 5 días de licencia por paternidad y el 78% ha pedido la baja de paternidad de 13 días.
 - Las ayudas económicas por cuidado de personas dependientes son utilizadas en un 24% por hombres, cuando en 2007 eran el 11%.

La presencia femenina sigue su línea ascendente de los últimos años, si bien en 2008 de forma mas lenta como consecuencia de una menor rotación, hasta llegar al 36,4% actual. Hemos continuado apostando por promocionar el talento independientemente de su género y por tener una plantilla diversa.

- 56% de las incorporaciones son mujeres.
- El 41% de las promociones realizadas son de mujeres.
- Tenemos un 14% de Directoras de zona y un 28% de Directoras de oficina, cuando a cierre de 2007 teníamos un 12% y un 26% respectivamente.

Banesto apuesta claramente por la no discriminación entre hombres y mujeres desde un punto de vista salarial, ya que la condición de sexo no es una variable relevante para el desarrollo profesional.

MARTA: CONCILIACIÓN DE LA VIDA PROFESIONAL Y FAMILIAR.

“BANESTO RESPETA MI FLEXIBILIDAD HORARIA. DE ESTE MODO PUEDO COMPAGINAR LA ATENCIÓN A MIS HIJOS Y LA RESPONSABILIDAD SOBRE EL EQUIPO DE PERSONAS A MI CARGO EN BANESTO”



SALUD Y SEGURIDAD

En la Política de **Prevención de Riesgos Laborales (P.R.L.)** de Banesto destaca la importancia del bienestar y de la salud de las personas como objetivo fundamental y elemento clave de la organización.

Existe un compromiso por la dirección en que el Sistema de Gestión de la Prevención sea una mejora continua, que permita la

	2008	2007	2006
Índice de frecuencia	1,91	2,36	2,05
Índice de gravedad	0,06	0,11	0,05
Jornadas perdidas	1.036	992	941
Reconocimientos médicos	3.034	3.641	3.300

eliminación o el control en los índices de gravedad y frecuencia de los Accidentes de Trabajo con una política integradora que implique a todos los trabajadores e interlocutores de la Prevención en la Empresa.

En el Comité estatal de Seguridad y Salud, constituido en marzo de 1996 y al que se reporta periódicamente las iniciativas más relevantes, están representados el 100% de la plantilla.

En 2008 se ha creado un espacio específico dentro de la intranet para que todos los empleados tengan acceso a toda la información significativa sobre prevención de riesgos laborales, normas de actuación en caso de emergencia, prevención de incendios.

La calidad del Sistema de Gestión de la Prevención es prioritaria, optimizando el nivel conseguido en Seguridad y Salud: En 2008 se han revalidado los Certificados obtenidos el pasado año; OHSAS 18001, ISO 9001:2000.

En el Área de Vigilancia de la Salud existe un objetivo permanente en conseguir una Empresa Promotora de Salud para ello se facilitan a todos los trabajadores las condiciones óptimas en los puestos de trabajo. En este sentido la CC.AA. Valenciana incluye a Banesto dentro del Programa “Empresas Generadoras de Salud”.

Banesto tiene la certificación OHSAS 18001 de prevención de riesgos laborales a nivel nacional. Adicionalmente se han auditado los procedimientos en las localidades donde existe servicio de prevención con centros propios que son: Madrid, (Glorieta Cuatro Caminos y c/Mesena), Valencia, Barcelona y Málaga. No se han producido accidentes mortales ni enfermedades profesionales durante el periodo cubierto por la memoria.

DERECHOS HUMANOS Y RELACIONALES LABORALES

El respeto por los derechos humanos es uno de los principios básicos en los que se fundamenta nuestra cultura corporativa.

Banesto cuenta con el Código de Comportamiento Directivo que es el marco de actuación que determina el estilo de liderazgo. Se fundamenta en 6 apartados: Proceso de Selección en Igualdad de Oportunidades, Desarrollo y Promoción, Respeto e Integridad, Derechos Humanos y Diversidad, Responsabilidad Social Corporativa y Privacidad.

Adicionalmente en el portal Banesto Personas está disponible un buzón donde todos los empleados pueden enviar sus comunicaciones y consultas que son trasladadas a la dirección.

En Banesto la formación en Derechos Humanos se realiza a través principalmente de las áreas de cumplimiento y de recursos humanos. Las principales materias tratadas son; ética, corrupción, igualdad de oportunidades y protección del medio ambiente.

Durante 2008 no se ha declarado ni reconocido la existencia de ningún caso de discriminación contra algún trabajador del Banco.

En Banesto el 100% de los empleados están cubiertos por el Convenio Colectivo de Banca. Así mismo, los distintos acuerdos que configuran el Marco de Relaciones Laborales, al estar suscritos con una mayoría sindical cualificada afectan a todos los empleados del Banco.

Cualquier cambio organizativo que se produce en el Banco es analizado de forma personalizada, intentando evitar y minimizar los impactos que puedan tener para los empleados. En este sentido, los períodos mínimos de preaviso, en todos sus casos, están contemplados en el Convenio Colectivo de Banca.

EXTENSIÓN DE LA RSC A LA CADENA DE SUMINISTRO

LA RELACIÓN DE BANESTO CON SUS PROVEEDORES SE BASA EN LA APLICACIÓN DE CRITERIOS DE TRANSPARENCIA, OBJETIVIDAD, TRATO JUSTO E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EN EL PROCESO DE SELECCIÓN

Criterios de responsabilidad en la cadena de suministro

Banesto gestiona cerca del 100% de sus compras a través de la Plataforma Aquanima con la mediación de especialistas multidisciplinares, el uso de las mejores prácticas en negociación y la plataforma de compras electrónicas ARIBA.

En la cadena de suministro se incluyen factores para la promoción de la responsabilidad en tres fases: en la homologación, en la negociación y en la adjudicación.

En la fase de homologación de proveedores, Banesto revisa el cumplimiento de las obligaciones legales por parte de los proveedores, incluyendo certificaciones de estar al corriente con los distintos organismos de la Administración, así como documentación sobre principales clientes y accionistas como requisito imprescindible para su homologación.

En el desarrollo de los procesos de negociación desde el año 2007 Banesto incluye unas cláusulas orientadas a informar al proveedor de la necesidad de cumplir con los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Adicionalmente todos los proveedores que resultan adjudicatarios se comprometen a conocer y respetar los principios del Pacto Mundial.

Para el proceso de adjudicación Aquanima aprovecha las mejores herramientas tecnológicas (negociaciones electrónicas, catálogos electrónicos, etc.), para aumentar la transparencia y la eficiencia de la función de compras y, simultáneamente, reducir el coste total de las compras.



ESTRATEGIA, POLÍTICA Y GESTIÓN

LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE BANESTO SON UNA PALANCA PARA AUMENTAR NUESTRO IMPACTO EN LA SOCIEDAD

ESTRATEGIA

Las líneas de actuación principales de Banesto en relación con su impacto en la sociedad se basan en:

- El aprovechamiento de las ventajas competitivas de Banesto, especialmente nuestro posicionamiento entre las pymes, para aumentar nuestro impacto en la sociedad.
- La puesta en marcha de iniciativas a través de redes de cooperación con agentes público-privados.

POLÍTICA

Nuestro compromiso con las pymes implica:

1. Apoyo a las pymes a través de la formación, financiación y apoyo profesionalizado.
2. Fomento de la Innovación como base para el crecimiento empresarial.
3. Utilización de herramientas innovadoras para la sensibilización sobre la importancia de las pymes en el tejido empresarial español.

GESTIÓN

Las iniciativas para impulsar el impacto en la sociedad del Banco se canalizan principalmente a través de la Fundación Cultural Banesto y de la Fundación Banesto Sociedad y Tecnología, junto con las acciones que se llevan a cabo por las áreas de negocio del Banco.

Estas iniciativas se completan con otras acciones de impulso de la actividad emprendedora efectuadas por terceros en el marco de distintos proyectos en colaboración con Banesto.



FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

La idea de que la prosperidad de un país está relacionada con la capacidad emprendedora de sus habitantes ha inspirado en Banesto a apoyar decididamente a las pequeñas y medianas empresas mediante la financiación, la formación y la sensibilización. Esta prioridad está alineada con la estrategia de Banesto de convertirse en el Banco de las empresas.



ESCUELA BANESPYME

La Escuela Banespyme tiene el objetivo de promover la creación de empleo en las pymes españolas, impulsando el espíritu emprendedor, el crecimiento empresarial y la adopción de nuevas tecnologías en las empresas. Se trata de una iniciativa multicanal que utiliza todos los medios y canales posibles para prestar servicios a los empresarios y emprendedores.

La Escuela ha desarrollado una red de alianzas con agentes e instituciones, tanto públicas como privadas, relacionadas con el mundo de la empresa y la tecnología para el desarrollo de diferentes iniciativas.

Banespyme.org (visitantes/mes)	8.000
Banespyme.org (páginas mensuales)	40.000
emprendorestv.com (videos vistos)	2.000.000
Servicio de información mercantil a través de mensajería sms (nº de solicitudes/mes)	más de 2.000
Talleres y sesiones formativas	más de 50
Índice de Satisfacción de participantes - talleres	94%



María Entrecanales, Fundación Balía, ejemplo exitoso de emprendedora social.
www.emprendorestv.com

EMPRENDEORESTV.COM

emprendorestv.com, el canal de televisión por internet, es el punto de encuentro de las personas que tienen iniciativa empresarial. emprendorestv.com incorpora canales de interés general, como exportadores, emprendedores sociales, turismo solidario, etc., e incluso una serie de televisión que narra el día a día de empresarios españoles ("vidas inquietas"), canales temáticos como Esade Alumni, etc. Como los canales convencionales, emprendorestv.com dispone de una parrilla propia de programación, con la gran ventaja para los espectadores de elegir cuándo ver los programas.

Este canal, que cuenta ya con las experiencias de más de **370 empresarios y emprendedores** españoles, se ha convertido en la referencia sobre temas relacionados con los emprendedores, las pymes y la innovación y durante 2008 los programas contenidos en la plataforma han tenido más de **dos millones de descargas**.

Cuenta con la participación, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y el patrocinio de Telefónica y fiel a su apuesta por la innovación y respondiendo a su vocación multiplataforma, emprendorestv.com puede seguirse a través del teléfono Iphone 3G, del canal Youtube Premium/Emprendorestv, Facebook y Twitter y el Eleconomista.es.

En su interés por adaptarse a la realidad autonómica, el 28 de Octubre de 2008 se presentó, **emprenedorstv.com**, canal de televisión por Internet, con la participación de la Generalitat de Cataluña. Este canal cuenta con más de 80 experiencias de empresarios catalanes y en los dos primeros meses de vida recibió más de 160.000 visitas. Por ello ha conseguido el premio Cinco Días a la Innovación Empresarial en Responsabilidad Social.

Más información en www.emprendorestv.com

PROYECTO ESCUELA BANESPYME ORANGE

El proyecto, que cuenta con la participación de Orange y del Instituto de Empresa, tiene los siguientes objetivos:

- Fomentar la Creación de Empresas de Tecnologías Innovadoras.
- Favorecer la creación de empleo en nuestro país.
- Promover el reconocimiento en la estructura empresarial española.
- Impulsar el espíritu emprendedor.
- Ayudar a las Pymes en la adopción de las nuevas tecnologías.
- Ofrecer a los emprendedores la formación básica y el asesoramiento experto para el desarrollo de un análisis de viabilidad de su proyecto tecnológico.
- Premiar las mejores iniciativas innovadoras, poniendo a su disposición los medios económicos necesarios para su puesta en marcha.

El proyecto consiste en una competición de planes de negocio dirigida a todos aquellos emprendedores y empresas que dispongan de una idea de negocio basada en tecnología innovadora.

Desde su creación, se han realizado **7 ediciones**, con la participación de más de **700 proyectos**, se han formado a **más de 120 equipos** de emprendedores en cada una de las áreas funcionales de la empresa con especial atención al desarrollo, puesta en marcha y crecimiento de los proyectos empresariales. Además se han organizado **6 foros de inversión** que han acercado las fuentes de capital a los mejores proyectos.

Fruto de los esfuerzos de todos los participantes en el Proyecto Escuela Banespyme-Orange, se han creado más de 60 empresas tecnológicas que han recibido más de 5 millones de euros de financiación hasta la fecha. En la edición de 2008 se han presentado 67 proyectos y se han realizado tres conferencias en Madrid, Valencia y Barcelona sobre “Innovación en tiempos de crisis”.

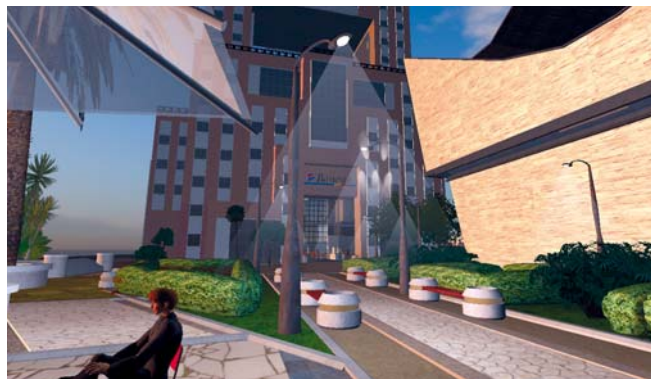


7ª edición Premios Banespyme Orange. Diciembre 2008.

Entregaron los premios Estela Gallego, Directora General de política de la PYME en el Ministerio de Economía, Santiago Íñiguez, Rector del Instituto de Empresa, Fernando Ballester, de Orange y Gonzalo Alonso, de Banesto.

ISLA DEL EMPRENDEDOR

Second Life es una comunidad creciente, creativa, internacional, intercultural e interconectada, que se muestra como un magnífico escenario para hacer las veces de laboratorio social y empresarial. En este contexto, la Fundación Banesto Sociedad y Tecnología presentó el pasado 29 de septiembre de 2008 la Isla del Emprendedor, un espacio virtual de interacción con los emprendedores donde se combinan actividades formativas y de generación de negocio con otras de carácter más lúdico y social.



Isla del Emprendedor en Second Life

El objetivo de la Isla es canalizar las nuevas tendencias que se están dando en los mundos virtuales, hacia lo que pueden ser los desarrollos empresariales del futuro. El concurso de emprendedores proporcionará espacio virtual, Linden Dollars (moneda de Second Life) y formación a aquellas ideas seleccionadas como posibles proyectos empresariales a desarrollar en mundos virtuales.

EVENTOS PRESENCIALES

En el afán de Banesto por desarrollar iniciativas innovadoras, los eventos presenciales organizados o impulsados por la Escuela Banespyme son siempre “diferenciales” y apuestan por el fomento de la creatividad, la innovación y el crecimiento de las iniciativas empresariales. Desde su puesta en marcha se han realizado más de 50 talleres impartidos por profesores de ESADE con una asistencia en total de 7000 empresarios. Algunos ejemplos de ello son:

- Ifest: evento internacional de innovación que ha acogido a **más de 450 personas** y que cuenta con ponentes de prestigio de todos los sectores que innovan en sus empresas.
- Expopyme: en 2008, La Fundación Banesto Sociedad y Tecnología ha participado en el Congreso Expopyme, un entorno favorable para debatir políticas, resultados y experiencias relacionadas con el apoyo a las Pymes.
- Foro Private Equity y Foro de Emprendedores y Familias Empresarias (IESE).
- Congreso de la Empresa Familiar (Instituto de la empresa familiar): la empresa familiar tiene un peso muy importante en la economía de nuestro país. Por ello apoya la celebración de este acto, en el que se dan cita unos **700 empresarios**, contando además con la presencia de prestigiosos ponentes nacionales e internacionales.

PUBLICACIONES

El objetivo es cubrir aquellas temáticas que no han sido plenamente tratadas por las publicaciones existentes, y que son demandadas por las personas emprendedoras y empresarios, por ejemplo, Informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor), informe ACE (Análisis de crecimiento de la empresa consolidada española) Guía para el desarrollo de canales de distribución, Guía de digitalización de Pyme, Gestión de Pymes de alto potencial, Business Intelligence, “Let’s Play, la empresa contada a los jóvenes”.

Además, en colaboración con el diario económico Cinco Días y el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, se han distribuido junto con el periódico, 15 fascículos con los 100 casos de éxito de emprendedores.

TURISMO SOLIDARIO Y SOSTENIBLE

Nacida al amparo del I Encuentro España-África de Mujeres por un Mundo Mejor, celebrado en Maputo (Mozambique) en marzo de 2006, “Turismo Solidario y Sostenible” es una iniciativa promovida

por la Fundación Cultural Banesto con el objetivo de contribuir al desarrollo del continente africano a través del apoyo a la mujer empresaria y su entorno local en el sector turístico.



TURISMO SOLIDARIO Y SOSTENIBLE: MÁS DE 250 ALOJAMIENTOS CERTIFICADOS, 20 RUTAS TURÍSTICAS EN 11 PAÍSES DE ÁFRICA

La iniciativa tiene como misión activar, desarrollar y promover una red de turismo solidario y sostenible en África a través de la certificación y evaluación de hoteles o casas rurales, como eje del desarrollo de la economía local, potenciando transversalmente actividades turísticas, artesanas, textiles, etc., que complementen o enriquezcan la oferta de servicios registrados.



Con una filosofía “end to end”, que contempla el acceso al mercado y la comercialización, la formación y asistencia técnica a las mujeres empresarias, la introducción de tecnologías y la financiación de proyectos de emprendedoras, Turismo Solidario y Sostenible ha articulado de forma progresiva una red de alojamientos y rutas turísticas que cumplen requisitos asociados a la promoción de la mujer, propiedad y aprovisionamiento locales, enfoque solidario, protección y conservación del medio ambiente y sostenibilidad.

Para formar parte del programa los establecimientos hoteleros deben cumplir los siguientes requisitos:

- Más del 50% de empleados mujeres, con un mínimo de 15% en funciones de gestión.
- Al menos 50% de propiedad local.
- Al menos 80% de aprovisionamiento de origen local.
- Colaboración con iniciativas solidarias o de conservación del medioambiente.
- Sostenibilidad medioambiental y proyectos de conservación.

En el desarrollo de esta iniciativa, la Fundación Cultural Banesto cuenta con una red de alianzas institucionales y empresariales en España y en África.

La iniciativa contempla la identificación de proyectos de emprendedoras y la recaudación de fondos para facilitar el acceso de las mujeres a programas de microfinanzas.

En la actualidad, Turismo Solidario y Sostenible cuenta con más de 250 alojamientos certificados y **20 rutas turísticas en 11 países de África**: Cabo Verde, Camerún, Gambia, Guinea Ecuatorial, Guinea Bissau, Mali, Marruecos, Mozambique, Namibia, Senegal y Tanzania. La información puede consultarse en la web www.turismo-solidario.es.



TURISMO SOLIDARIO Y SOSTENIBLE

Número de países	11
Rutas turísticas	20
Alojamientos	300
Voluntarios	37
Proyectos en fase de evaluación	25



Grupo del programa de formación impartido en Senegal dentro del Primer programa de voluntariado de Turismo Solidario y Sostenible en África

Para poder alcanzar estos objetivos, en 2008 se ha llevado a cabo, entre empleados de Banesto, el primer programa de voluntariado de Turismo solidario y sostenible en África.

Los **37 voluntarios** han participado de forma directa en la identificación, descripción y documentación escrita, gráfica y audiovisual de **140 alojamientos** y **15 rutas turísticas** en las zonas de implantación del proyecto (**11 países de África**) y en la identificación y caracterización de iniciativas emprendedoras con el fin de facilitar su ulterior evaluación y acceso a fórmulas de microfinanciación. Para poder desarrollar el trabajo de campo previsto, los voluntarios han participado en un programa de formación específico impartido en la Escuela Corporativa de Banesto, en Cercedilla, Madrid.

El 14 de octubre de 2008, Turismo Solidario y Sostenible y Amanecer por África, una iniciativa solidaria liderada por los periodistas Miguel Ángel Oliver y Marta Reyero orientada a la obtención de fondos económicos para apoyar el desarrollo de proyectos en África, fueron presentadas de forma conjunta en un acto presidido por la Vicepresidenta Primera del Gobierno y Ministra de la Presidencia, M^a Teresa Fernández de la Vega. La presentación, celebrada en la sede de Banesto en Madrid, contó con la participación de Ana Patricia Botín, Presidente de la Fundación Cultural Banesto, Miguel Ángel Oliver, Presidente de Amanecer por África, y María Garaña, Presidenta de Microsoft Ibérica.

FONDO BANESTO ENISA SEPI DESARROLLO F.C.R.

Fomentar la creación de empresas tiene un gran interés económico y social. En este contexto, nuestro conocimiento y compromiso con el sector de las Pymes españolas, aunado con el objetivo de fomentar la creación de empleo y la promoción del espíritu emprendedor, nos llevó a la constitución del Fondo de Capital Riesgo Banesto Enisa Sepi Desarrollo F.C.R., como una importante herramienta de creación de empleo y de innovación, así como de modernización e internacionalización de la pequeña y mediana empresa.

CRITERIOS

Inversión en proyectos de crecimiento, innovación e internacionalización.

Preferencia por proyectos en zonas de baja implantación de capital riesgo.

Preferencia por inversiones creadoras de empleo directo sostenible.

Preferencia por inversiones protectoras del medio ambiente.

LOGROS

- 16 proyectos financiados tras 3 años de actividad.
- Fondo reconocido por Webcaprisk Servicios dentro del Top10 de entidades privadas de capital riesgo por número de nuevas inversiones en 2006 y 2007.
- Inversiones en 15 provincias españolas.
- Inversiones en proceso de crear más de 300 empleos directos.
- Inversión en 3 compañías que bien directamente promueven y desarrollan energías renovables bien realizan tratamiento de residuos de productos tóxicos.

El Fondo está dotado con **30 millones de euros**, de los cuales 10 han sido aportados por Banesto, 10 por SEPI Desarrollo Empresarial S.A. (Sepides, que es filial 100% de SEPI, Sociedad Estatal de Participaciones Industriales S.A.) y otros 10 por ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A.).

Criterios Financieros:

- Inversión financiera de entre 1 y 3 millones de euros vía ampliación de capital para financiar el plan de crecimiento, internacionalización o innovación de la pyme. La gran mayoría de fondos de capital riesgo invierten por encima de los 3 millones por proyecto, con lo que compañías que requieren inversiones inferiores no pueden acceder a este tipo de apoyo financiero.

- Apoyo activo al emprendedor en la ejecución de su plan de crecimiento, no sólo mediante la aportación de recursos económicos sino también ofreciendo asesoramiento en prácticas de gestión contrastadas y fomentando una cultura empresarial profesionalizada.

Además el fondo tiene preferencia en:

- zonas de baja implantación de capital riesgo, generalmente rurales, para favorecer el desarrollo del tejido industrial local.
- inversiones creadoras de empleo directo sostenible.
- inversiones protectoras del medio ambiente rural y marino.

En 2008 el Fondo ha apoyado la financiación y desarrollo de los proyectos empresariales de las compañías en cartera, así como financiado los siguientes nuevos proyectos empresariales:

Best Lap Events

Compañía organizadora de eventos para empresas en los que sus invitados viven las mismas sensaciones que los pilotos de Fórmula 1. Posee el proyecto de construcción por primera vez en España de los 2 triplazas de Formula 1, en una apuesta por el fomento de la innovación tecnológica.

GAIA Gestión Deportiva

Compañía líder en España que ofrece servicios deportivos, de salud y ocio a más de 125.000 usuarios. Gestiona 200.000 m² dedicados al deporte, salud y ocio con una plantilla de más de 400 profesionales distribuida en 21 complejos deportivos de concesión pública.

	2008	2007	2006	2005
Compañías contactadas	65	187	127	183
Proyectos Emprendedores Financiados	2	6	6	2
Empleos creados	130	58	111	13

**EL FONDO BANESTO ENISA SEPI
DESARROLLO F.C.R.: 16 PROYECTOS
EMPRESARIALES Y CON IMPACTO
POSITIVO EN EL ENTORNO SOCIAL
Y MEDIOAMBIENTAL**

OTRAS INICIATIVAS DE APOYO A LOS EMPRENDEDORES

Organismos públicos

Además, en esta apuesta por los emprendedores, Banesto colabora con instituciones como el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de diferentes líneas:

- ICO a través de la cual se apoya a las empresas a la hora de invertir en inmovilizado a largo plazo. Banesto se sitúa entre las 5 primeras entidades financieras del país y siendo su objetivo el incrementar paulatinamente su cuota de participación.
- ICO - ICEX con acuerdos que impulsan, a través de financiación a tipo 0 la salida de empresas al exterior. Banesto es la primera Entidad en este tipo de operaciones y su objetivo es continuar en esta línea.
- ICO - TIC que apoya el establecimiento de líneas de conectividad entre empresas, familias y personas a nivel nacional.



«Arrancamos con un poco de incertidumbre...hay que ser optimista, porque al final el trozo de pastel que te quedas es más grande; si piensas en pequeño, pues te quedas el pequeño.»

Carlos Mollá,
Socio de Best Lap Eventos.



«Al principio hicimos muchísimos kilómetros, pero ha compensado porque el esfuerzo sirvió para generar la base de nuestra empresa en el futuro.»

Marcos Fernandez y Amador Riveiro,
Socios de GAIA Gestión Deportiva.

APOYO A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

CIBERPLAZA

Ciberplaza es un proyecto enmarcado dentro del Plan Avanza, impulsado por la Fundación Banesto Sociedad y Tecnología en colaboración con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Su objetivo es favorecer la integración de la población y de las Administraciones públicas en la Sociedad de la Información, conseguir la adecuada utilización de las TIC's para contribuir al éxito de un modelo de crecimiento económico basado en el incremento de la competitividad y la productividad, la promoción de la igualdad social y regional y la mejora del bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos.

Ciberplaza acerca a ciudadanos de distintos segmentos de población al mundo de las nuevas tecnologías de una manera fácil y divertida.



A lo largo de dos días las actividades se van desarrollando a lo largo de toda la jornada de manera continuada, distribuidas en cinco áreas: Mayores, Padres e hijos, Hogar, Jóvenes y Pymes y Emprendedores. En cada una de estas áreas, atendidas por profesionales cualificados, se desarrollan diversos talleres:

- Fotografías antiguas: tratamiento de fotografías o imágenes que hayan perdido calidad a lo largo del tiempo.
- Relaciones personales: búsqueda por Internet, comunicación mediante redes sociales y portales temáticos, utilización correo electrónico, etc.
- Archivos históricos: conocer Archivos estatales, Archivos autonómicos, Archivos militares, Archivos de entidades particulares, Archivos extranjeros, etc.
- Viajes y vacaciones: búsquedas de viajes y vuelos, etc.
- Peluquería: utilización software para aplicar cambios de imagen.
- Cosas de casa: compras por Internet, recetas de cocina, trucos caseros, etc.
- Educación y salud: e-learning y e-health.

BANESTO APUESTA POR APOYAR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS CON LA FINALIDAD DE CONSEGUIR:

- INCREMENTO DE LA COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD
- IGUALDAD SOCIAL
- MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA

- Navegación segura: control sobre los posibles malos usos de herramientas de Internet que pueden suponer un peligro para los niños.
- Necesidades tecnológicas: charla sobre las necesidades tecnológicas de los niños de primaria y secundaria.
- Comunícate con los tuyos por internet (VoIP): aplicaciones existentes mediante mensajería instantánea y voz sobre IP, funcionalidades multimedia con Webcam, etc.
- Emprender desde el campo: pautas a seguir para generar negocio en Internet.
- Experiencias rurales, casos de éxito: muestra de como un negocio pequeño de ámbito rural puede llegar a desarrollarse y evolucionar hacia nuevos mercados mediante las nuevas tecnologías.
- Edición musical: aprendizaje del funcionamiento de un estudio de grabación.
- Bloggear: utilidades y creación de blogs.

Desde el comienzo del proyecto en febrero del 2007 hasta la fecha, se han realizado 14 eventos en distintas localidades a lo largo de toda la geografía española. En 2008, Ciberplaza se ha celebrado en las localidades de Ejea de los Caballeros (Zaragoza), Baeza (Jaén) Pozoblanco (Córdoba), Coria (Cáceres), Ciudad Rodrigo (Salamanca) y Silleda (Pontevedra). Estos eventos han tenido una asistencia de más de 7.000 personas.

www.ciberplaza.es

AULAS DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL

Banesto ha decidido donar sus equipos informáticos en desuso al colectivo de inmigrantes a través de estas Aulas, con la finalidad de contribuir a su integración por medio de las nuevas tecnologías. Hasta el momento se han donado **más de 1.025 ordenadores** en aulas de 51 organizaciones.



IMPULSO DEL DESARROLLO RURAL

BANESTO NATURA

Banesto Natura nace fruto del compromiso de Banesto con el entorno Rural, con los agricultores y ganaderos motores del Sector Agrario y con todos y cada uno de los habitantes de nuestros pueblos, con independencia del sector en el que desarrollan su actividad.

Se trata de un proyecto innovador, que amplía la línea de negocio de Banesto Natura, tradicionalmente agroganadera, hacia nuevos conceptos que se están incorporando al Mundo Rural, tales como el Desarrollo Sostenible y el Medio Ambiente.

En 2008 se han celebrado 6 encuentros Ciberplaza con una asistencia total de 6.551 participantes.



Para ello Banesto cuenta con dos grandes líneas estratégicas:

1. Un “marco global de actuación” que permita la adaptación, con la Oferta de Valor específica de Banesto, a las necesidades actuales y futuras de cada interviniente sea cual sea su ubicación geográfica, actividad y estructura productiva.
2. Una amplia Red de **478 Oficinas Natura** en localidades con población inferior a 30.000 habitantes, presencia que se ve ampliada por los más de **800 Agentes Colaboradores** que prestan sus servicios a los clientes de Banesto en este mismo ámbito.

El planteamiento de Banesto es de futuro y de adaptación al nuevo entorno proporcionando soluciones válidas para afrontar los nuevos retos a todos los intervinientes del sector.

Así, en este último ejercicio se han desarrollado iniciativas tales como:

- Una excelente campaña de apoyo a los clientes agricultores y ganaderos de Banesto en la gestión y tramitación de las ayudas acogidas a la Política Agraria Común con un servicio gratuito especializado.
- Participación activa con la Administración Central y con las Comunidades Autónomas en la financiación preferencial otorgada al sector ganadero.

- Una presencia activa con las Conserjerías de Agricultura y Desarrollo Rural de las distintas Comunidades Autónomas, firmando con ellas Convenios para la Mejora de Estructuras Agrarias e Incorporación de Jóvenes a la Actividad Agraria.
- Acuerdos de Colaboración con importantes empresas privadas, distribuidores de bienes de equipo e insumos, para facilitar financiación en condiciones preferenciales para nuestros clientes (Maquinaria Agrícola, Seguros Agrarios, Nutrición Animal, Energías Alternativas, etc,...)
- Cabe finalmente destacar también los dos recientes Convenios firmados con la Asociación Nacional de Silvicultores, Silvanus, que agrupa en Galicia a 400 Comunidades de Montes Vecinales de Mano Común, así como con la Federación Española de Asociaciones del Medio Ambiente, FEAMA.

BANESTO NATURA: 478 OFICINAS NATURA Y MÁS DE 800 AGENTES COLABORADORES



ACEITES MALAGÓN

Pyme exportadora dirigida por Sacramento y Aniceto Gómez

INICIATIVAS SOLIDARIAS

SOLIDARIDAD X 2

Esta iniciativa impulsada por la Fundación Cultural Banesto, tiene dos objetivos:

- Dar a conocer a los empleados de Banesto el trabajo que están llevando a cabo diversas organizaciones humanitarias.
- Ofrecer una aportación económica a dichas organizaciones.

En este sentido, cualquier empleado de Banesto puede solicitar la inclusión de cualquier organización en el Programa.

BANESTO APOYA DISTINTAS INICIATIVAS DE APOYO SOCIAL MEDIANTE:

- DIFUSIÓN DE LAS MISMAS ENTRE SUS EMPLEADOS
- APORTACIONES ECONÓMICAS



ORGANIZACIONES PARTICIPANTES EN SOLIDARIDAD X2 EN 2008

Acción Contra el Hambre.	Fundación Hombres Nuevos.
Aldeas Infantiles.	Fundación Josep Carreras para la lucha contra la leucemia.
Arno.	Fundación Reina Sofía-Proyecto Alzheimer.
Asociación Española contra el Cáncer.	Fundación Theodora.
Asociación Nacional Síndrome de Apert.	Fundación Vicente Ferrer.
Basida	Fundación Víctimas del Terrorismo.
CESAL	Intermón Oxfam.
COCEMFE	IUVE.
Cruz Roja Española	Manos Unidas.
Fundación Deporte y Desafío	Médicos del Mundo.
Fundación Entreculturas	Teletón.

La intranet del banco contiene información sobre las actividades que desempeñan estas organizaciones y a su vez, los empleados realizan sus aportaciones a través de Banesnet, la banca por Internet de Banesto. Toda aportación económica se duplica automáticamente con cargo a la Fundación Cultural Banesto, que dispone de un presupuesto de 250.000 euros para este programa.

En 2008 hemos profundizado en el programa mediante la colaboración con UNICEF en la campaña de navidad Plumpy´nut.

Coincidiendo con las fechas navideñas se ha realizado una campaña interna por la que se solicita a los empleados la compra de Plumpy´nut a UNICEF. El Plumpy´nut es una tableta de cacahuete, aceite, leche en polvo y minerales que aporta 500 calorías y salva de la desnutrición aguda severa a 9 de cada 10 niños. Es un producto revolucionario que permite luchar contra la desnutrición por 20€ al mes. No necesita agua ni refrigeración y se reparte a las familias para que lo administren en sus viviendas.

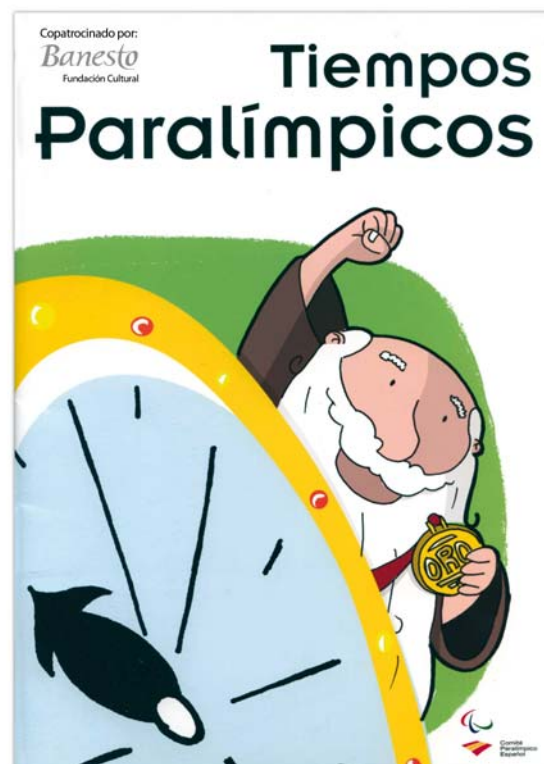
Mediante esta iniciativa la Fundación Cultural Banesto duplica los fondos recaudados entre los empleados del Banco. Esta iniciativa logró recaudar 114.828 euros, entre la cantidad donada por la Fundación y los empleados de Banesto.

TIEMPOS PARALÍMPICOS

La Fundación Cultural Banesto ha firmado un año más un convenio de colaboración con el Comité Paralímpico Español con el objetivo de apoyar la difusión de los valores que transmiten los deportistas con discapacidad.

En el marco de esta colaboración, Banesto ha apoyado la elaboración y edición del libro «*Tiempos Paralímpicos*». Este libro, destinado a ser difundido en el ámbito escolar, intenta mostrar de forma amena y sencilla lo que significa ser un deportista con discapacidad, destacando el esfuerzo que realizan y su capacidad de superación para disfrutar del deporte y de una vida plena. Aproximadamente se han repartido **8.000** ejemplares entre el público juvenil.

Presencialmente, se reúne a **2.000** adolescentes que a lo largo de diferentes talleres se benefician del mensaje del valor del deporte paralímpico, y a través de la difusión de los diferentes medios de comunicación, **20.000** personas reciben este mensaje.



ESTRATEGIA, POLÍTICA Y GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

COMPROMISO CON LAS GENERACIONES FUTURAS

En 2008 Banesto ha desarrollado su Política y Estrategia Medioambiental y ha implantado el Plan Ecobanesto 2008- 2010.



El sector financiero tiene un impacto ambiental directo limitado derivado de la actividad diaria de sus oficinas. Sin embargo, indirectamente la actividad bancaria puede ejercer una notable influencia como dinamizador y promotor de la protección del medio ambiente en general y de la lucha contra el cambio climático en particular, a través de la comercialización de productos y servicios financieros relacionados con el medio ambiente; la inclusión de criterios ambientales en el análisis de riesgos; el apoyo al desarrollo de proyectos de conservación y mejora del medio ambiente y la involucración de los grupos de interés.

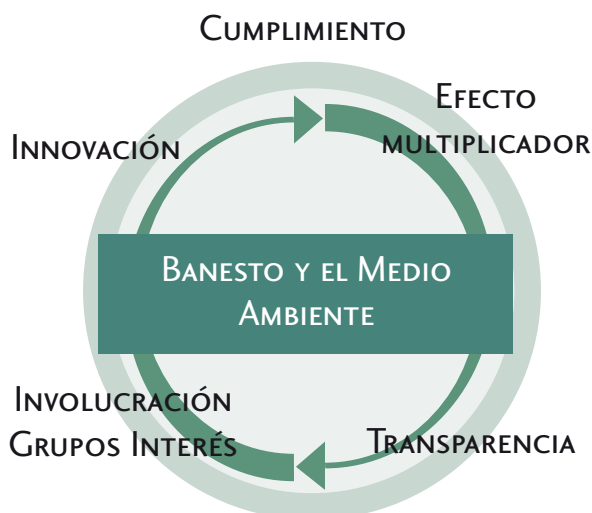
ESTRATEGIA MEDIOAMBIENTAL

Las líneas de actuación principales de Banesto en relación con el medio ambiente y el cambio climático son:

- Consumo interno y proveedores: lograr una mejor gestión/razionalización del consumo interno (gestión de energías y emisiones, gestión de papel, gestión del agua y gestión de residuos), así como fomentar los comportamientos de protección medioambiental de los proveedores
- Clientes y Productos: potenciar los comportamientos de Protección Medioambiental de los clientes con el lanzamiento de productos y servicios específicos.
- Empleados: concienciar a los empleados del Banco en relación con el consumo responsable de recursos (electricidad, agua y papel) y en la gestión de residuos (reutilización y reciclaje).
- Sociedad: sensibilizar al conjunto de los ciudadanos de la necesidad de contribuir al desarrollo sostenible.

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL

La Política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en Banesto formaliza el compromiso de crear valor constante, equilibrado y en condiciones de sostenibilidad social y medioambiental.



En relación con el medio ambiente este compromiso implica:

1. Cumplimiento de los requisitos ambientales y otros a los que Banesto se comprometa.
2. Innovación como base para la mejora continua de nuestros procesos, productos y servicios orientados a reducir el impacto generado por nuestra actividad.
3. Efecto multiplicador a través de nuestros productos y servicios enfocados a promover y promocionar el respeto al medio ambiente.
4. Involucración de los grupos de interés, y especialmente empleados, clientes, proveedores y la sociedad en general, en la promoción y protección del medio ambiente.
5. Transparencia dando a conocer a todos los grupos de interés el estado de avance de los compromisos de Banesto.

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL BASADA EN EL CUMPLIMIENTO, LA INNOVACIÓN, EL EFECTO MULTIPLICADOR, INVOLUCRACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS Y TRANSPARENCIA

En definitiva, Banesto apuesta por integrar en su estrategia de gestión y comunicación, la protección y promoción del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático.

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

En Banesto el medio ambiente es un área transversal que está presente en todas las áreas de negocio. Por ello, en septiembre de 2007 se creó el Comité de Sostenibilidad, coordinado por el Gabinete de Presidencia e integrado por todas las áreas del Banco con impacto en sostenibilidad: riesgos, desarrollo de negocio, RRHH, cumplimiento y control interno, secretaría del consejo, finanzas, calidad, medios, comunicación, banca mayorista, banca minorista, unidad del accionista y fundaciones.

El Comité de Sostenibilidad es el responsable del:

- Diseño y coordinación de la política de sostenibilidad.
- Establecimiento de indicadores y procesos.
- Seguimiento.
- Implantación.

En el caso concreto de las medidas orientadas a disminuir el consumo energético y de materiales, el área de medios en el responsable de su implementación.

PLAN ECOBANESTO DE PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Para implantar la estrategia medioambiental de Banesto, desde el Comité de Sostenibilidad se desarrolló en 2007 el Plan Ecobanesto 2008-2010 de protección del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático, el cual delimita las actuaciones de la compañía en dichas materias para los próximos 3 años. Banesto ha concebido este programa como un ambicioso marco de gestión empresarial orientado a mantener una actitud de respeto hacia la sostenibilidad medioambiental en todas las acciones del Banco.

EL PLAN ECOBANESTO 2008- 2010 DELIMITA LOS OBJETIVOS DE PROTECCIÓN DEL MEDIOAMBIENTE Y LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO





CONSUMO INTERNO

La racionalización del consumo interno es un elemento clave para alcanzar los objetivos de sostenibilidad de Banesto, tanto desde el punto de vista de la eficiencia interna como en lo que a su impacto en la lucha contra el cambio climático se refiere.

A lo largo del año 2008, Banesto ha continuado impulsando diferentes medidas para reducir el impacto sobre el medio ambiente, focalizando sus iniciativas en el ahorro de los recursos que utiliza para sus actividades diarias.

Consumo de tóner y papel

En 2008 se ha producido una reducción del consumo de tóner de un 36%. Esta importante reducción se ha logrado mediante a la renovación de impresoras por otras más eficientes en el consumo de tóner. En relación con el consumo de papel se ha continuado avanzando en la utilización de herramientas que minimicen su consumo a través de la digitación de documentación y de la mejora de los procesos documentales. Este esfuerzo ha permitido lograr una reducción del 6,56% en el consumo de papel.

	2008	2007*	2006
Papel (t)	570	610	650
Tóner (Unidades)	11.756	18.500	n.d.

* Dato ajustado real sin estimaciones.

Consumos energéticos*

Conscientes de la necesidad de controlar la totalidad de la energía utilizada, Banesto ha hecho un esfuerzo este año por cuantificar no sólo el consumo de energía eléctrica, sino también el consumo directo de energía debido a la utilización de combustibles líquidos, sólidos y gaseosos. Se incluyen por tanto los consumos de:

- Gas natural en los servicios centrales de Banesto para la obtención de agua caliente y climatización.
- Hidrocarburos consumidos por los desplazamientos laborales realizados por el personal debido a sus necesidades de trabajo.

	2008	2007	2006
Electricidad (GJ)	340.152	340.228	316.204
Gas natural (m³)	94.681	114.990	n.d.
Combustibles automoción (m³)	1.727	1.836	n.d.

Con el fin de realizar un control del gasto eléctrico, durante este año se han lanzado proyectos enfocados a obtener información más detallada del consumo realizado, para de este modo poder detectar los puntos de mayor consumo y diseñar medidas efectivas para la reducción del mismo. En 2008 se han introducido contadores individuales en cada edificio del complejo de servicios centrales, detectándose los focos de mayor consumo, definiéndose una serie de medidas de ahorro centradas en dos aspectos claves, la iluminación y los equipos.

MEDIDAS AHORRO ENERGÉTICO EN SERVICIOS CENTRALES

- Utilización de bombillas de bajo consumo.
- Rediseño de los balastros y modificación ergonómica de los puestos de trabajo para una optimización de la luz proyectada y, por tanto, una mayor luminosidad en las áreas de trabajo que además supone un menor consumo de energía eléctrica.
- Desconexión automática de la luz a partir de una hora establecida, a través de la incorporación de temporizadores.
- Incorporación de enchufes programables con temporizador en cada puesto, de forma que se eviten consumos innecesarios en periodos de inactividad de los equipos.
- Evaluación de dispositivos para optimizar la estructura molecular de la red, los cuales consiguen reducir el consumo eléctrico entre un 8% y 15% debido al menor rozamiento.

MEDIDAS AHORRO ENERGÉTICO EN LA RED DE OFICINAS

- Seguimiento minucioso de los consumos que aporta la información necesaria para realizar un proceso de mejora continua que permita identificar nuevas medidas futuras a implantar. Así, tras detectar que uno de los consumos más importantes de la red era el relacionado con la climatización se implantaron recambios correctivos de los sistemas de acondicionamiento para conseguir una eficiencia energética mucho mayor.
- Se están introduciendo leds en los rótulos de Banesto para conseguir un consumo mucho menor que los focos

fluorescentes. Esta tecnología favorece la reducción de emisiones de CO₂ en dos aspectos:

- Por mayor vida útil.
- Por sustituir una tecnología “contaminante”, ya que los fluorescentes tienen componentes químicos agresivos con el medio ambiente.

Consumo de electricidad según fuente (GJ)	2008	2007	2006
Carbón	86.062	86.081	80.080
Natural Gas / Fuel	12.419	12.422	11.556
Ciclo Combinado	82.840	82.859	77.082
Eólica	31.254	31.261	29.082
Otras Renovables	5.995	5.996	5.578
Otros Régimen Especial	23.607	23.612	21.966
Hidráulica	34.770	34.778	32.353
Nuclear	63.206	63.220	58.812
Total	340.152	340.228	316.508

Consumo agua

El consumo de agua sigue en la línea descendente de los últimos años, con una disminución con respecto al año 2007 como consecuencia de los resultados de las medidas adoptadas en el año anterior y la implantación de otras nuevas durante este año, como la instalación de cisternas con doble pulsador para la reducción del consumo. En este sentido, existe un buen grado de cumplimiento del objetivo marcado por el Plan Ecobanesto de reducción del consumo de agua en un 30% en 2010.

Toda la captación de agua se realiza de la red de abastecimiento urbano. En función de los datos de consumo aportado, esto no supone una afección significativa de la fuente. Actualmente no es significativa la reutilización ni reciclaje del agua utilizada, sino que se realiza su vertido a la red municipal. Por la actividad realizada por el Banco no se realizan vertidos de aguas residuales, derrames accidentales u otros vertidos que afecten a la biodiversidad.

	2008	2007	2006
Agua (m³)	165.635	182.225	191.664

Consumos por empleado	2008	2007	2006
Electricidad (GJ)	35,00	35,01	32,39
Agua (m³)	17,04	18,67	19,74
Papel (t)	0,06	0,06	0,07
Tóner (unidades)	1,21	1,9	n.d.
Gas natural (m³)	9,74	11,83	n.d.
Combustibles automoción (m³)**	0,18	0,19	n.d.

* Los consumos de gas natural y combustibles de automoción son considerados consumos directos de energía mientras que el consumo de electricidad es considerado consumo indirecto.

** Calculado a partir del consumo de gasolina/gasol debido a los desplazamientos de los trabajadores. Se ha considerado como dato de partida el nº de Km facturados por los empleados. Teniendo en cuenta un parque de vehículos del 55% de vehículos de gasolina y 45% de diesel (fuente DGT datos parque de vehículos 2006) y el consumo medio de 8 litros/100 Km en gasolina y 7 litros/100 Km en diesel se ha calculado el consumo de hidrocarburos. Fuente: http://www.dgt.es/portal/redireccion.do?seccion=por_provincia_tipo_y_carburante.

Gestión de Residuos

En línea con el objetivo del Plan Ecobanesto de profundizar en los sistemas de medición y reducción en la generación de residuos, Banesto continua cuantificado la chatarra generada, la cantidad de residuos eléctricos y electrónicos, los enseres y maderas y los plásticos, además del papel, cartón, pilas y baterías.

Entre las medidas llevadas a cabo durante el ejercicio 2008 para mejorar la gestión de residuos, cabe destacar el objetivo de recogida total de tóners para su tratamiento conjunto.

Gestión de Residuos	2008	2007	2006
Papel/Cartón (t)	346	338	549
Pilas/Baterías (Kg)	65	108	549
Chatarra (Kg)	17.500	12.310	549
RAEE (Aparatos eléctricos y Electrónicos) (Kg)	34.300	23.644	-
Enseres y Maderas (Kg)	10.300	8.300	-
Plásticos (Kg)	1.200	2.000	-

El 60,7% del papel y cartón consumido en Banesto se recicla. Adicionalmente el proveedor de Banesto está comprometido legalmente a reciclar el 100% de los cartuchos de tóner utilizados.

Emisiones

Además de seguir la línea establecida por el Plan Ecobanesto en 2007 para la cuantificación de las emisiones de CO₂ derivadas de las actividades de la entidad, este año se ha avanzado en el

Emisiones Atmosféricas (t)	2008	2007
CO₂ derivado de viajes de negocios	5.789	5.827
CO ₂ derivado de viajes en tren	225	169
CO ₂ derivado de viajes en avión	1.024	1.230
CO ₂ derivado de viajes en coche	4.492	4.428
CO ₂ derivado del transporte colectivo de ruta	47,2	8,2
CO₂ consumo directo de energía	193	234
CO₂ de electricidad consumida	22.771	22.776
Partículas derivadas electricidad consumida*	5,7	5,7
NOX derivados electricidad consumida*	66,1	66,2
SO ₂ derivado de electricidad consumida	75,6	75,6

* El cálculo de emisiones de CO₂ se ha basado en la iniciativa internacional «Greenhouse Gas Protocol», de World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) y World Resources Institute (WRI), que facilita una serie de herramientas para ayudar a las empresas a calcular sus emisiones atmosféricas desde diferentes focos (viajes de negocios, electricidad consumida, etc.) como consecuencia de la actividad generada a lo largo del año. Para más información sobre este tema: www.ghgprotocol.org.

1. Consumo de electricidad.

Para la estimación de las emisiones de CO₂ derivadas del consumo de electricidad, se han utilizado los factores de emisión facilitados por la compañía suministradora: 241g CO₂/KWh; 0,06g Partículas/KWh; 0,8 g SO₂/KWh; 0,7g NOx/KWh.

2. Viajes de negocios.

Para la estimación de las emisiones de CO₂ derivadas de los viajes de negocios realizados por los empleados se han empleado las herramientas facilitadas por el GHG Protocol.

- En avión: se han tomado en consideración el número de trayectos a lo largo del año, clasificados en tres distancias medias: viajes nacionales (623km), Europa (1621km), Intercontinentales (5779km).
- En tren: se han considerado el número de trayectos realizados a lo largo del año, estimando una distancia media de 427km.
- En coche: se han utilizado datos del total de kilómetros realizados por los empleados a lo largo del año, considerando un parque de vehículos del 55% de vehículos de gasolina y 45% de diesel (fuente DGT datos parque de vehículos 2006) y el consumo medio de 8 litros / 100 Km en gasolina y 7 litros/100 Km en diesel, el cálculo de litros y su transformación a metros cúbicos de gasolina es inmediata. Fuente: http://www.dgt.es/portal/redireccion.do?seccion=por_provincia_tipo_y_carburante

3. Traslados al centro de trabajo.

Para este cálculo hemos considerado, únicamente, los trayectos realizados por la ruta a los servicios centrales del Banco. La distancia media estimada de cada trayecto son 10 km.

establecimiento de medidas para la reducción de las emisiones CO₂, trabajando principalmente en tres aspectos:

- Plan de reducción de consumo eléctrico.
- Plan de concienciación de la plantilla, promoviendo medidas como la utilización de la tecnología para minimizar el desplazamiento de los trabajadores.
- Instalación de salas de video conferencia en todas las direcciones territoriales y SSCC con la consiguiente concienciación de la plantilla de la importancia de la reducción de emisiones de CO₂, mediante la minimización de desplazamientos.

CLIENTES Y PRODUCTOS ECOBANESTO

Banesto pretende fomentar un excelente comportamiento medioambiental entre sus clientes a través de la promoción y comercialización de diversos productos e iniciativas.

En 2008 se ha comenzado la implantación de la caracterización de los clientes de Banesto según el Plan Ecobanesto, así como la comercialización de los diversos productos del Plan:

- Clientes particulares ECO: El Banco ha profundizado en la utilización de canales no intensivos en el uso de papel. En 2008 La banca electrónica, a través del servicio Banesnet, ha experimentado un aumento del 40% en el número de clientes activos. Además, las transferencias realizadas por este canal han llegado a representar el 45% de todas las realizadas en el Banco, mientras que las operaciones en valores han supuesto un 20% del total. Igualmente se han respondido más de 200.000 email, lo que supone un incremento del 74% respecto al 2007. Además, en 2008 ibanesto.com ha logrado 50.000 clientes nuevos.
- Clientes PYMES ECO: en 2008 el **38% de los clientes PYMES** de Banesto no utilizan papel.
- E-Factura: Banesto ha puesto en marcha los procedimientos lanzado el uso de la E-Factura entre sus clientes.
- Depósito ECO/ IDAE para PYMES y Comunidades de Propietarios: Banesto ya ha lanzado el producto en colaboración con el IDAE.
- Depósito Sostenible que invierte en empresas **que cumplen con criterios de inversión socialmente responsable**.

PROVEEDORES

En 2008 se ha comenzado la implantación de las distintas medidas establecidas por el Plan. Entre ellas se ha informado de los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas al 100% de los proveedores a través del sistema de contratación Aquanima. Los adjudicatarios de Banesto se comprometen a conocer y respetar dichos principios.

EMPLEADOS

El objetivo de Banesto para 2010 consiste en concienciar a sus empleados en relación con el consumo responsable de recursos y la gestión de residuos.

- Plan de formación para el 100% de las incorporaciones al Banco a partir del 1/01/08.
- E-Learning.
- Módulo de formación presencial.

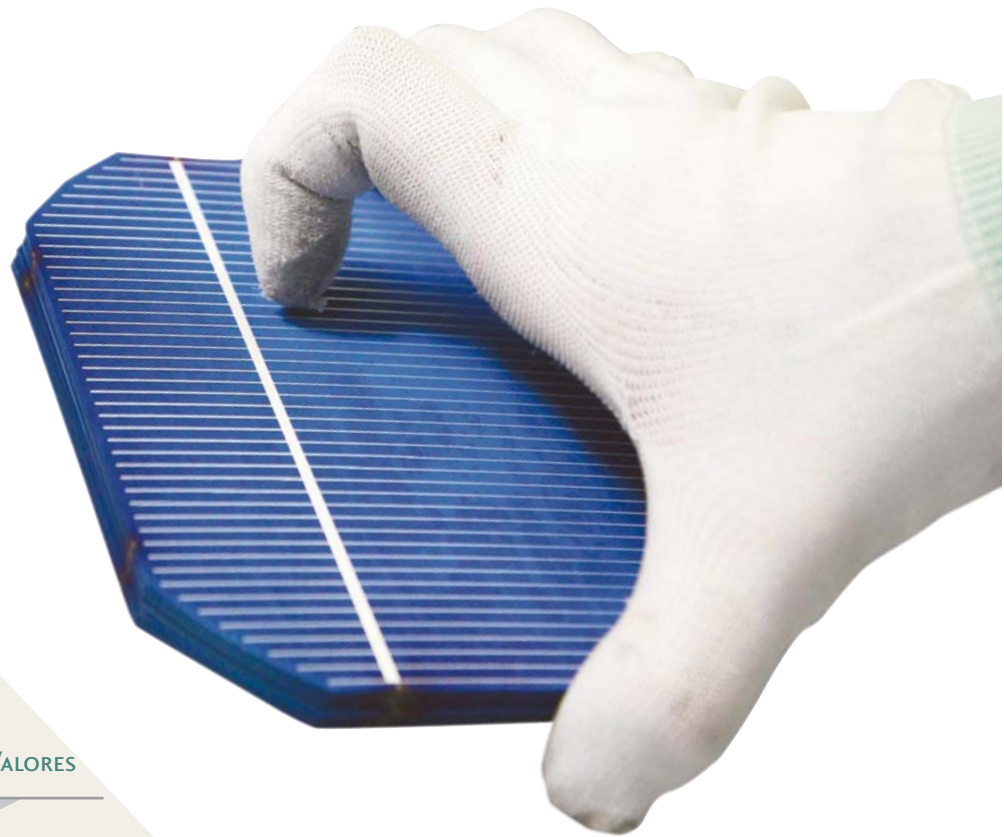
SOCIEDAD

El objetivo de Banesto en 2010 es concienciar a la Sociedad de la necesidad de fomentar el desarrollo sostenible a través de:

- BioDiverCiudad
 - Programa educativo innovador (2007-2008) del Instituto Jane Goodwall, la Fundación Cultural Banesto y la Fundación Biodiversidad (Ministerio de Medioambiente), que tiene como objetivo informar y concienciar a los jóvenes sobre la existencia y la importancia de la biodiversidad en el medio urbano.
 - Medios de comunicación asociados: El Mundo, ADN, El País, La Vanguardia, El Periódico.
 - Impacto aproximado de la iniciativa: 100.000 personas.
- Empresarios comprometidos con el medioambiente
 - Difundir casos de empresarios que hacen compatible el crecimiento empresarial y la creación de empleo con el desarrollo sostenible.
 - A través de las diversas iniciativas en canales de televisión en abierto y de canales de televisión por Internet, la Fundación Cultural Banesto difunde experiencias empresariales exitosas con empresarios medioambientalmente responsables en materia de energías limpias, reciclado, agricultura, ganadería ecológica, etc.

FINANCIACIÓN MEDIOAMBIENTAL Y DE ENERGÍAS RENOVABLES

Dentro de la política de financiación de Banesto se incluye de manera importante la financiación de proyectos de energías renovables, tal y como se pone de manifiesto con su participación en un gran número de operaciones relacionadas con estas energías.

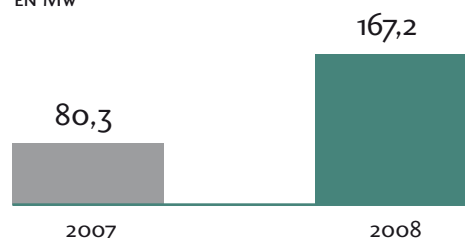


Proyectos Fotovoltaicos

Banesto ha sido durante 2008 una entidad muy activa en la financiación de proyectos fotovoltaicos habiendo participado en la financiación de 8 proyectos (crecimiento del 100%) que suman una potencia a instalar de 167 MW, con una deuda a financiarse en el conjunto de los proyectos de 1.500MM euros.

EVOLUCIÓN POTENCIA FINANCIADA EN PROYECTOS FOTOVOLTAICOS

EN Mw

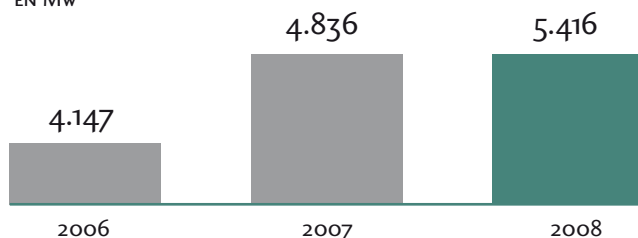


Proyectos Eólicos

Durante 2008, Banesto ha participado en la financiación de 8 proyectos eólicos aumentando así su participación en la financiación de la instalación hasta los 5.416 MW, lo que supone aproximadamente un tercio de la potencia de los proyectos eólicos de toda España.

EVOLUCIÓN POTENCIA FINANCIADA EN PROYECTOS EÓLICOS

EN Mw



Biocombustibles

Banesto impulsa proyectos en el sector de los biocarburantes, participando activamente en la financiación de plantas de biodiésel. Banesto está involucrado en la financiación de algunos de los proyectos más importantes actualmente en el mercado, ayudando así a incrementar la capacidad de producción del país en más de 430.000 T, equivalentes a un incremento del 31 % de la capacidad actual de producción en España².

Tratamiento y Valorización de Residuos

Banesto impulsa proyectos en el sector de tratamiento de residuos, participando activamente en la financiación de plantas de tratamiento y rechazo controlado de residuos sólidos urbanos (RSU), y de construcción y demolición. Banesto ha financiado y de esta manera participado, en el desarrollo de proyectos innovadores para la gestión de residuos con tecnologías avanzadas para su eliminación, conversión y valorización energética.

Banesto participa en la financiación del 70% de los RSU tratados en plantas de valorización con recuperación energética en España³.

Tratamiento de Agua

Banesto impulsa proyectos en el sector del tratamiento de aguas, participando en la financiación de plantas e infraestructuras de agua para tratar de garantizar la disponibilidad y la calidad de la misma en cada territorio.

La financiación de Banesto supondrá el tratamiento y devolución a pantanos y ríos de agua potable de más de 5 hm³ /año de agua residual y la desalación y potabilización de más de 21 hm³ /año destinados al consumo humano.

Financiación	2007	2008
Biocombustibles	433.664 t/año*	433.664 t/año
Tratamiento y Valorización de Residuos	No disponible	70% RSU España
Tratamiento de Agua	Desalación y potabilización de más de 21 hm ³ /año	<ul style="list-style-type: none"> • 5 hm³/año de agua residual • Desalación y potabilización de más de 21 hm³/año

* Dividido en dos proyectos: uno de 250.000 t/año y otro de 183.633 t/año

En los proyectos de Biocombustibles, Tratamiento y Valorización de Residuos, Banesto participa actualmente en un total de 11 operaciones por un valor de 1.249.555 Miles euros.

Revisión Medioambiental de los Proyectos

La Financiación de Proyectos cuenta con una exhaustiva revisión en todos sus aspectos relevantes, con el fin de que el proyecto financiado sea siempre respetuoso con el medioambiente. De esta forma, la financiación queda siempre sujeta a la obtención de todas las licencias, permisos y autorizaciones medioambientales que tanto el Asesor Técnico del Proyecto como el Asesor Legal del mismo, estimen necesarias de acuerdo a la normativa vigente para cada uno de los mismos.

La obtención de dichas licencias supone superar los procedimientos establecidos para su obtención, tales como su publicación en los boletines oficiales, sometimiento a información pública, trámites de audiencia, etc.

El contenido y alcance de dichas licencias es analizado y verificado por los asesores del Proyecto y forma parte del contenido de las Due Diligence exigidas en toda Financiación de Proyecto.

² Fuente: BioDieselSpain

³ Fuente: DBK "Servicios Urbanos", mayo 2007

⁴ "Sistema de financiación basado en la generación de caja estable, predecible y sostenible de un Proyecto que junto con la calidad de sus activos permite su financiación utilizando únicamente los flujos generados por el mismo sin garantías exigibles a sus promotores, empleando el mayor apalancamiento posible".

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

EN LOS TRES ÚLTIMOS EJERCICIOS, LA ACTIVIDAD DE BANESTO HA SIDO RECONOCIDA A TRAVÉS DE LA OBTENCIÓN DE LOS SIGUIENTES PREMIOS:

Año 2006

- Premio Alpha a la Excelencia del Club de Dirigentes de Marketing de Madrid.
- Sello de Calidad y Excelencia. Madrid Excelente.
- Premio Líder en Calidad de la Asociación Española para la Calidad.
- Mejor Práctica Europea en gestión de la calidad de servicio al cliente. Finalta.
- Premio CIT Golden Card a la tarjeta Real Madrid Banesto, por la mejor campaña de comunicación.
- Premio a la mejor operación del año en Europa en financiación de infraestructuras de transporte. Euromoney y Thomson Financials.
- Primer Banco en el ranking GBA de operaciones sindicadas.
- Banesto Bolsa calificado por expertos internacionales como una de las mejores firmas de análisis de España. Starmine.
- Banco que ha asegurado más operaciones de salidas a bolsa en el mercado español. CNMV.
- 2º Premio Europeo al mejor emisor nuevo en el mercado de EMTN. Euroweek.
- Banco Líder en número de financiaciones sindicadas aseguradas.
- Certificación de Empresa Familiarmente Responsable. Fundación + Familia.
- Certificación AENOR en Gestión de Calidad y Gestión Medioambiental a la Escuela Corporativa de Cercedilla.
- Única entidad financiera con certificación AENOR de gestión de calidad en servicios financieros y gestión de préstamos.
- Miembro de la European Foundation for Management Development (EFMD).
- Empresa líder para trabajar en España. Corporation Research Foundation.

Año 2007

- Certificación de Calidad Madrid Excelente. Comunidad de Madrid.
- Empresa Top para trabajar 2007. CRF HR Benchmark Report.
- Premio Capital Humano a la Gestión de Recursos Humanos, en política integral de Recursos Humanos. Revista Capital Humano.
- Premios a la Innovación de Recursos Humanos otorgado por Expansión y Empleo y el Instituto de Empleo al Proyecto Q10 Cliente Interno.
- Accésit a la a la Innovación de Recursos Humanos otorgado por Expansión y Empleo y el Instituto de Empleo al Proyecto Oficinas Escuela.
- Certificado OHSAS 18001, para los sistemas de la prevención de riesgos laborales.
- Certificado de Den Norske Veritas (DNV) para los sistemas de gestión de la calidad. De los servicios médicos.
- El Club Banesto Justicia ha recibido tres distinciones por su calidad:
 - Balanza de Oro del Consejo General de Procuradores de España.
 - Insignia de oro de la Unión Progresista de Secretarios Judiciales.
 - Premio al Mérito Social del Consejo General de Graduados Sociales de España.
- Banesto Bolsa: Elegida mejor firma de análisis en estimación de resultados del mercado español según Starmine.
- Premios concedidos por Euroweek a la Banca Mayorista de Banesto: 1st Best Overall MTN Borrower 2007; 1st Best New MTN Borrower 2007; 2nd Best Structured MTN Borrower 2007; 2nd Best FIG Borrower 2007.
- Premio Mastercard al mejor lanzamiento cobrado de Europa de la Tarjeta F1.
- Premio a la revista virtual Club del Accionista de Banesto por la AEMEC como la mejor iniciativa para accionistas minoritarios.

CALIDAD ^{MARCA} TECNOLOGÍA
 PERSONAS
 EMPRESAS
 PREMIO MEJOR BANCO
 MAYORISTA SOSTENIBILIDAD
 CLIENTES INNOVACIÓN
 COMUNICACIÓN
 RELACIONES CON ACCIONISTAS
 FOCO EN EL CLIENTE

Año 2008

- Sello EFQM a la Excelencia Europea + 500 puntos.
- Premio Cinco Días a la Innovación Empresarial en Responsabilidad Social a la iniciativa emprendorestv.com.
- Premio “Euromoney Awards for Excellence” al mejor Banco en España otorgado por la favorable evolución de los resultados del ejercicio 2007, así como los del primer trimestre del 2008, en los que el Banco ha superado a los bancos comparables españoles en conocimiento del negocio y de ingresos, en calidad del riesgo y en la generación de resultados.
- Premio a la Confianza de los Clientes , de Madrid Excelente.
- Distinción a la dedicación especial a la búsqueda de productos nuevos e innovadores.
- Galardón a la Excelencia en la introducción de nuevas tecnologías y modernización de la Administración de Justicia del Colegio Nacional de Secretarios Judiciales.
- Entre las cinco mejores empresas por quinto año consecutivo como mejor empresa para trabajar.
- Inclusión en el índice FTSE4Good Ibex.

INFORME DE VERIFICACIÓN

CARTA DE VERIFICACIÓN

VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD**VMS-Nº 002/09**

La Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) ha verificado que la Memoria de la empresa:

BANCO ESPAÑOL DE CRÉDITO, SA

Titulada: ***INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2008***

Y con número de depósito legal: M-5114-2009

Proporciona una imagen razonable y equilibrada del desempeño, teniendo en cuenta tanto la veracidad de los datos de la memoria como la selección general de su contenido, siendo su calificación: **A⁺**

Este aseguramiento externo se ha realizado en conformidad con la Guía G3 del Global Reporting Initiative. La verificación se ha realizado con fecha 27 de enero de 2009 no considerando cualquier circunstancia acontecida con posterioridad.

La presente verificación es vigente salvo suspensión o retirada notificada en tiempo por AENOR y en las condiciones particulares indicadas en la solicitud nº GRI-032/08 de fecha 28 de noviembre de 2008 y en el Reglamento General de verificación de memorias de sostenibilidad de fecha enero de 2007 que exige entre otros compromisos permitir las visitas de sus instalaciones por los servicios técnicos de AENOR para comprobar la veracidad de lo declarado.

Esta declaración no condiciona la decisión que el propio Global Reporting Initiative pueda adoptar para incorporar a BANCO ESPAÑOL DE CREDITO, SA, en la lista de entidades que han realizado la memoria en conformidad con la Guía GRI, y que publica en su página Web: <http://www.globalreporting.org/ReportsDatabase/SearchTheDatabase/>

Fecha de emisión: 2 de febrero de 2009

**AENOR**

El Director General de AENOR

TABLA GRI

1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	PÁG.
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	2-4
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	7-9,34,47,48,69,70
2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	
2.1 Nombre de la organización.	70
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	IA (23-29)
2.3 Estructura operativa de la organización.	IA (38-39)
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	70
2.5 Número de países en los que opera la organización.	69
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	70
2.7 Mercados servidos.	69
2.8 Dimensión de la organización informante.	5,6
2.9 Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad.	69
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	57,58
3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA	
Perfil de la memoria	
3.1 Período cubierto por la información contenida en la memoria.	68
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	68
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	68
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	70
Alcance y cobertura de la memoria	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	69,70
3.6 Cobertura de la memoria.	69
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	69
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre períodos y/u organizaciones.	69
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.	69
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.	69
3.11 Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	69
3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	60,67
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.	68

4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Gobierno	pág.
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.	10-13, IGC (38-47)
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 (15)
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 (12,13,14)
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	27-32, IGC (62,63,64)
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 medioambiental).	IGC (19-23)
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	IGC (24-27, 82)
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, medioambientales y económicos.	IGC (24,25)
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, medioambiental y social, y el estado de su implementación.	11-13, 17, 18, 32
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, medioambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento.	IGC (16, 41, 42, 43)
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, medioambiental y social.	IGC (24, 26, 41-46)
Compromisos con iniciativas externas	
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	19, 21
4.12 Principios o programas sociales, medioambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	8-9
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	14-18, 34-45

Participación de los grupos de interés	pág.
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	13-15
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	13-15
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.	13-15
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y a forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	69-70

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

Enfoque de gestión **7,8,12-15**

Aspecto: Desempeño económico

EC1 Valor económico generado y distribuido.	5,6
EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	47,48
EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	*
EC4 Ayuda financieras significativas recibidas de gobiernos.	*

Aspecto: Presencia en el mercado

EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	30
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	*
EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	30
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.	7,9,21,33,34,47,48,55,56,69,70
EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	5,9,12,13,34,47,48,55,56,69,70

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

Enfoque de gestión **7,8,47,48**

Aspecto: Materiales

EN1 Materiales utilizados en peso o en volumen.	50
EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	52

Aspecto: Energía

EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	51
EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	51
EN5 Ahorro total de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	50,52
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.	52,53,55,56
EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y reducciones logradas con dichas iniciativas.	49,53

Aspecto: Agua	pág.
EN8 Captación total de agua por fuentes.	51
EN9 Fuentes de agua que han sido afectados significativamente por la captación de agua.	51
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	51
Aspecto: Biodiversidad	
EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	*
EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios.	56
EN13 Hábitats protegidos o restaurados.	*
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	21,56
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.	*
Aspecto: Emisiones, vertidos y residuos	
EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	52
EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	52
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero y las reducciones logradas.	50,52
EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	52
EN20 NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	52
EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	51
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	52
EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	51
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.	*
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.	51
Aspecto: Productos y servicios	
EN26 Iniciativas para mitigar los impactos medioambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	21,56
EN27 Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	*
Aspecto: Cumplimiento normativo	
EN28 Coste de la multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa medioambiental.	*
Aspecto: Transporte	
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.	*
EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones medioambientales.	49-55

INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO

PÁG.

Enfoque de la dirección

28,29-32

Aspecto: Empleo

LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	29
LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	29
LA3 Beneficios sociales para los empleados de jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad personal.	30

Aspecto: Relaciones Empresa/Trabajadores

LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	32
LA5 Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	32

Aspecto: Salud y Seguridad en el trabajo

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.	32
LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	32
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.	32
LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	32

Aspecto: Formación y Educación

LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	30
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.	30
LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	30,31

Aspecto: Diversidad y Oportunidad

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.	29,31
LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	31

INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS

PÁG.

Enfoque de gestión

16,20,29-32,33

Aspecto: Prácticas de inversión y abastecimiento

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.	*
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	33
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.	32

Aspecto: No discriminación

HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	32
-----	---	----

Aspecto: Libertad de Asociación y convenios colectivos

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.	32
-----	--	----

Aspecto: Explotación infantil

HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	*
-----	--	---

Aspecto: Trabajos Forzados

HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	*
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.	*

Aspecto: Derechos de los Indígenas

HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	*
-----	---	---

INDICADORES DEL DESEMPEÑO EN LA SOCIEDAD

Enfoque de gestión

12,13,34

Aspecto: Comunidad

SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.	21,56
-----	---	-------

Aspecto: Corrupción

SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	17
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización.	17
SO4	Medidas tomadas en respuesta a los síntomas de corrupción.	17

Aspecto: Política Pública		pág.
SO5 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".		*
SO6 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.		N/A
Aspecto: Comportamiento de Competencia Desleal		
SO7 Numero total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.		*
Aspecto: Cumplimiento normativo		
SO8 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.		*
INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		
Enfoque de gestión		16-18
Aspecto: Salud y Seguridad del Cliente		
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 tal.		N/A
PR2 Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		N/A
Aspecto: Etiquetado de Productos y Servicios		
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.		17,18
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.		*
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción.		23
Aspecto: Comunicaciones de marketing		
PR6 Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de márketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.		18
PR7 Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.		*
Aspecto: Privacidad del cliente		
PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.		*
Aspecto: Cumplimiento normativo		
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.		*

*Información aclaratoria

La información ofrecida a continuación tiene como objeto clarificar el desempeño de Banesto en relación con los indicadores especificados. Para más información sobre los asuntos relevantes para Banesto, por favor consulte 69, epígrafe "Análisis de materialidad".

- HR1: La totalidad de inversiones significativas realizadas por Banesto en 2008 han sido llevadas a cabo en países de la OCDE donde no se han detectado riesgos significativos en materia de Derechos Humanos.
- EC3: Aquellos empleados ingresados antes del 8 de marzo de 1980 tienen derecho, cuando llegan a la jubilación, a una renta que complementa la pensión que establece el sistema de Seguridad Social, y que se contempla en el vigente Convenio Colectivo de Banca. Los importes que cubren estas obligaciones están reflejados en los Balances en el epígrafe Provisiones- Fondos para pensiones y obligaciones similares. Las dotaciones anuales a estos fondos se registran en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias en la línea de Gastos de Personal-Dotaciones a los fondos de pensiones internos. Por otra parte, y como quiera que el citado Convenio no da cobertura por la contingencia de jubilación a todos los empleados del Banco, en el año 2008 se ha firmado un Acuerdo con la representación de los trabajadores por el cual se establece un Plan de Previsión Social Empresarial, donde el Banco es el tomador del seguro y los empleados son los asegurados. Dicho fondo es financiado anualmente por el Banco con aportaciones a favor de cada empleado en función de su nivel profesional de Convenio. Las aportaciones a este Plan de Previsión se registran en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias en la línea de Gastos de Personal-Aportaciones a fondos de pensiones externos. Las cuantías aportadas pueden consultarse en el Informe Anual en los capítulos mencionados.
- EC4: Ninguna entidad pública participa en el accionariado de Banesto.
- EC5 y EC6: La actividad de Banesto se realiza en España, en donde no existen diferencias relevantes.
- EN11, EN13, EN15, EN24: Banesto no tiene incidencia directa en estos aspectos, por lo que no se considera un tema relevante para el Banco. Sin embargo, Banesto considera que puede tener un importante impacto indirecto. Sobre este aspecto se puede encontrar información en las páginas 21,47,48 y 56.
- EN27: La actividad de Banesto no opera con volúmenes relevantes de productos físicos que requieren este tratamiento.
- EN28: Banco Español de Crédito S. A. no ha sido objeto de ninguna multa o sanción significativa por incumplimiento de la normativa medioambiental.
- EN29: La actividad de Banesto no tiene impactos medioambientalmente significativos derivados del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización. En relación con el transporte personal ver página 52 en donde se detallan las emisiones de CO2 derivadas de viajes de negocios.
- EN30: No se consideran significativas las inversiones medioambientales realizadas en 2008 por Banco Español de Crédito S. A.
- HR6, HR7: Banesto sólo opera en España por lo que no existen riesgos derivados de la explotación infantil o de la existencia de trabajos forzados. Adicionalmente a la normativa existente, Banesto es firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas, lo que refuerza su compromiso con los derechos humanos.
- HR8: El 100% del personal de seguridad ha sido formado en el respeto de los derechos humanos en el ejercicio de sus funciones.
- HR9: No han existido incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas.
- SO5: Banesto no cuenta con una política definida en lo que a actividades de lobbying se refiere, sino que el Banco analiza cada caso de forma individual y siempre en el marco del cumplimiento de la legalidad.
- SO7: Banesto no ha sido denunciado por llevar a cabo ningún tipo de de prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.
- SO8: Banesto no ha sido objeto de ninguna multa o sanción significativa por incumplimiento de las leyes y regulaciones vigentes en su ámbito de actuación. Para más información ver Informe Anual.
- PR4: Banco Español de Crédito S. A. no ha tenido en 2008 ningún incumplimiento de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.
- PR7: Banco Español de Crédito S. A. no ha tenido en 2008 ningún incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo publicidad, la promoción y el patrocinio.
- PR8: Banco Español de Crédito S. A. no ha recibido en 2008 ninguna reclamación relacionada con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.
- PR9: Banco Español de Crédito S. A. no ha sido objeto en 2008 de ninguna multa significativa fruto del incumplimiento de cualquier normativa aplicable a Banesto relacionada con el suministro y uso de productos y servicios.

N/A: Banesto no tiene incidencia significativa en relación con estos indicadores. Para más información por favor consulte la página 69, epígrafe "Análisis de materialidad".

ACERCA DE ESTE INFORME

ALCANCE

El presente Informe es el séptimo documento anual que publica Banesto dando cuenta de sus compromisos en materia de Responsabilidad Social Corporativa y se refiere al periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2008. Este es el primer año en el que el Informe ha sido verificado por un tercero (AENOR).

ESPAÑA

Este documento cubre las actividades del Banco en el territorio español por considerarlas más relevantes.

El Banco sólo opera, en el sentido de desarrollar negocio bancario, en España y en Estados Unidos, a través de una única sucursal en Nueva York.

ESTÁNDARES INTERNACIONALES

El presente Informe de Responsabilidad Social Corporativa ha sido elaborado de acuerdo con las directrices de la Guía de Elaboración de Informes de Sostenibilidad de GRI publicada en 2006 y conocida como G3. Banesto cubre los requisitos asociados al Nivel A+ de Aplicación de G3, lo cual implica que cumple con las especificaciones asociadas al nivel A de G3 en cuanto a Perfil, Enfoques de gestión e Indicadores de Desempeño, y que ha sido sometido a mecanismos de verificación.

En el Índice de Contenidos y Tabla de Indicadores de Desempeño del Informe, sobre contenidos básicos GRI, se indican las páginas y la cobertura de los requisitos, enfoques de gestión e indicadores. En caso de omisión de los indicadores centrales de desempeño, se explica la razón de la omisión, habiendo sido considerado el principio de materialidad en estos casos.

De igual forma, se ha incluido información relevante para el índice de inversión socialmente responsable FTSE4Good Ibex.

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL INFORME

Para la elaboración del presente Informe se ha realizado un estudio de materialidad, donde previamente se identificaron los grupos de interés relevantes para la organización. Los detalles de este análisis se detallan dentro del apartado de Análisis de materialidad.

CAMBIOS SIGNIFICATIVOS Y BASES PARA INCLUIR LA INFORMACIÓN REPORTADA

No ha habido cambios significativos durante el periodo cubierto por el Informe en tamaño, estructura y propiedad del Banco. Adicionalmente, en relación con los informes anteriores no han habido cambios en la base para incluir la información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/u organizaciones. La información contenida en este Informe se completa con la publicada en el Informe Anual.

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Banesto entiende que el ejercicio de elaborar un Informe de Responsabilidad Social Corporativa es un proceso de mejora continua y es por ello que desde el año 2002 ha tratado de incorporar nuevos procesos que ayuden a definir los contenidos de mayor relevancia para sus grupos de interés, asegurando en todo momento la calidad y fiabilidad de la información. En 2008 Banesto se ha basado en el estándar internacional elaborado por el Global Reporting Initiative (GRI-G3) para la elaboración de su Informe de RSC.

En este sentido, Banesto ha tratado que la información contenida en el Informe cubra aquellos aspectos e Indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

No obstante lo anterior, el Banco tiene oficinas de representación en Argentina, Chile, México, República Dominicana y Venezuela, siendo su única función la de ostentar la representación institucional del Banco en esos países.

Así mismo, Banesto ha tratado que la exhaustividad de la información facilitada haya sido la suficiente para reflejar sus impactos sociales, económicos y ambientales significativos y para permitir que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de Banesto durante el 2008.

Para ello, Banesto ha llevado a cabo en 2008 un análisis de materialidad basado en las siguientes fuentes de información:

NIVEL DE CALIFICACIÓN		A+
OBLIGATORIO	AUTODECLARACIÓN	✓
	VERIFICACIÓN GRI	
OPCIONAL		

- Informes de RSC del sector.
- Opiniones publicadas en los medios de comunicación de prescriptores de RSC.
- Ranking y publicaciones especializadas.
- Agencias de inversión socialmente responsable.
- Estudio IPSOS Reputación y RSC.
- Entrevistas realizadas a los miembros del Comité de Sostenibilidad de Banesto.

A través de dicho análisis se han identificado los principales temas de preocupación para los grupos de interés, así como diversos aspectos susceptibles de mejora en la información proporcionada a los que pretende responder el presente Informe.

Integridad corporativa

Referida a todas aquellas políticas, prácticas y procedimientos internos llevados a cabo por las organizaciones orientadas a asegurar un comportamiento honesto y transparente de todos los integrantes de la organización. Se incluyen todas las recomendaciones de Gobierno Corporativo, los compromisos del Banco en materia de Responsabilidad Social Corporativa y las prácticas llevadas a cabo en materia de prevención de blanqueo de capitales y paraísos fiscales.

Gestión de riesgos

El entorno actual pone de manifiesto la necesidad de avanzar en la transparencia de los sistemas de gestión de riesgos. Además las últimas tendencias de los mercados ponen de manifiesto la necesidad de integrar en los sistemas de gestión de riesgos de las organizaciones cuestiones sociales, ambientales, éticas o reputacionales, con la finalidad última de conseguir una integración total de las mismas en la operativa diaria de la organización.

Apoyo a las pymes

Las pymes son las organizaciones protagonistas de la vida económica española. Por otro lado, el fomento del espíritu emprendedor es una de las señas de identidad de Banesto, un Banco orientado especialmente a las pymes y particulares. Desde este punto de vista, la actividad realizada por Banesto marca una diferencia con las empresas de su sector y contribuye decisivamente al desarrollo del tejido empresarial español.

Gestión Responsabilidad Social Corporativa

La correcta gestión de la actividad de una organización en torno a los ejes económico, social y medioambiental, se está convirtiendo en los últimos tiempos en un requisito imprescindible para cualquier organización dentro de un marco de actuación global. Pero sin duda, los últimos acontecimientos que están teniendo lugar en el panorama económico actual, desencadenará en un escenario futuro marcado por un estricto marco regulatorio encaminado a las buenas prácticas en el Gobierno Corporativo y a la Gestión de la RSC dentro de las organizaciones.

Diálogo stakeholders

Entender y responder adecuadamente a las necesidades y expectativas de los grupos de interés es fundamental en la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa de una organización. Este proceso continuo implica no sólo la correcta identificación de los principales grupos de interés de una organización, sino el establecimiento de adecuados canales de comunicación a través de los cuales poder interactuar con los mismos de una manera continua y fluida.

Inversión Socialmente Responsable

En un contexto de creciente competitividad y mayor concienciación de los clientes por los temas sociales y ambientales, las entidades del sector financiero deben ampliar sus carteras de productos con una oferta orientada a la inversión socialmente responsable, participación en mercados de emisiones, inversión en proyectos de I+D+i, innovación y difusión de las TICs, así como el establecimiento de criterios formales para la concesión y promoción de financiación de proyectos socialmente responsables.

Influencia cambio climático

La problemática actual del cambio climático ha de hacer posicionarse a las entidades al respecto, emprendiendo iniciativas que busquen paliar su huella de carbono sobre el medio ambiente a través de la disminución de los consumos energéticos y el aumento de la eficiencia energética.

El sector financiero tiene un impacto ambiental directo limitado derivado de la actividad diaria de sus oficinas. Indirectamente la actividad bancaria puede ejercer una notable influencia en la protección del medio ambiente en general y de la lucha contra el cambio climático en particular, a través de la comercialización de productos y servicios financieros relacionados con el medio ambiente; la inclusión de criterios ambientales en el análisis de riesgos; el apoyo al desarrollo de proyectos de conservación y mejora del medio ambiente y la involucración de los grupos de interés.

Igualdad

Las últimas iniciativas regulatorias así como la mayor concienciación social por la igualdad de oportunidades en el entorno laboral, tratan de buscar no sólo que las organizaciones empresariales lleven a cabo diversas iniciativas para asegurar la no discriminación de la mujer en el entorno laboral, sino resultados que avalen el éxito de implantación de las mismas.

Conciliación

En un escenario cada vez más duro y exigente, las organizaciones han de orientar la gestión de su potencial de trabajo hacia la conciliación de la vida personal y profesional, para lo cual han de tratar de elaborar catálogos de soluciones que traten de dar respuesta a las necesidades de las diferentes tipologías de empleados que una organización pueda tener.

BANCO ESPAÑOL DE CREDITO, S.A.

Fue constituido el 1º de Mayo de 1902 mediante escritura pública otorgada en Madrid, inscrita en el Registro Mercantil de Madrid el 14 de mayo de 1902, hoja número 1.595, folio 177, inscripción primera del tomo 36 de Sociedades. Adaptados sus Estatutos a la vigente Ley de Sociedades Anónimas mediante escritura autorizada el 16 de Agosto de 1991, inscrita en el Registro Mercantil al tomo 1.582, folio 1, hoja número M-28968, inscripción 4417, de fecha 8 de octubre de 1991. Se encuentra inscrito en el Registro especial de Bancos y Banqueros con el número de codificación 0032, y su número de identificación fiscal es A-28000032. Es miembro del Fondo de Garantía de Depósitos en Establecimientos Bancarios.

Para cualquier aclaración o solicitud de información adicional sobre los informes anuales puede dirigirse a:

Área de Responsabilidad Social Corporativa, Gabinete de Presidencia, Avda. Gran Vía de Hortaleza nº 3, 28033 Madrid.

Información adicional www.banesto.com

El Informe Anual y el Informe de Responsabilidad Social Corporativa de Banesto 2008 no se imprimen.
Están disponibles en soportes digitales. Banesto ahorra más de siete toneladas de papel con esta medida.

® Febrero 2009 Banesto

Diseño, concepto creativo y producción:

See the change / Álvaro Reyero Pita

Fotografía:

Fernando Moreno Amador

Fernando Ximenez Nores (foto página 7 y 49)

Impresión : TF Artes Gráficas

Depósito Legal: M-5114-2009

Banesto

www.banesto.es



Global Compact



FTSE4Good



Euromoney



EFQM



GRI