

**informe de
responsabilidad corporativa**

2012



**informe de responsabilidad
corporativa** 2012



Depósito legal: M-6987-2013

Imprime: Timber Press

Diseño y maquetación: **gosban** consultora de comunicación

Índice

CARTA DEL PRESIDENTE	4
1. GRUPO BANCO POPULAR	6
1.1. Visión general	7
1.2. Estructura	9
1.3. Accionistas	12
1.4. Sistemas de cumplimiento y control	14
2. RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	16
2.1. La RC en Grupo Banco Popular	17
2.2. Logros y retos	20
2.3. Posicionamiento ante las iniciativas de RC	21
3. ORIENTACIÓN AL CLIENTE	22
3.1. El cliente, eje del modelo de negocio	23
3.2. Atención al cliente	25
3.3. Protección y seguridad de las operaciones	30
3.4. Desarrollo responsable de la actividad	32
3.5. Productos con especial beneficio social	34
4. LAS PERSONAS EN EL GRUPO	38
4.1. Los recursos humanos en Grupo Banco Popular	39
4.2. Selección y contratación	40
4.3. Gestión de personas	42
4.4. Formación	47
4.5. Comunicación y participación	49
4.6. Seguridad y salud	51
5. RELACIÓN CON PROVEEDORES	54
5.1. Perfil de proveedores y volumen de compras	55
5.2. Gestión de proveedores	56
5.3. Participación en foros empresariales	57
6. COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	58
6.1. Impacto en la economía	59
6.2. Inversión social	60
7. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL	66
7.1. Gestión ambiental global en Grupo Banco Popular	67
7.2. Plan de eficiencia energética y reducción del impacto	67
7.3. Financiación de proyectos de impacto ambiental positivo	70
7.4. Formación y sensibilización de los empleados	71
7.5. Normativa y compromisos mediambientales	71
8. ACERCA DEL INFORME	72
8.1. Alcance del Informe de RC	73
8.2. Principios y orientaciones del Informe de RC	73
8.3. Índice de contenidos GRI	74
8.4. GRI - nivel de calificación	81
8.5. Informe de verificación	82



Carta del Presidente

Eduardo Diáquez - DYO Fotografías

En un año marcado por un entorno financiero complejo, me complace presentar el Informe de Responsabilidad Corporativa 2012, especialmente por los retos que ha entrañado este ejercicio: importantes en cuanto a la gestión, pero no menos ambiciosos en materia de Responsabilidad Corporativa. Hemos cumplido los desafíos que nos habíamos marcado y aquellos que se han ido presentando. El balance, por tanto, es totalmente satisfactorio a pesar de una situación tan adversa y convulsa como la vivida a lo largo del pasado año.

Armonizar el éxito empresarial con una actuación respetuosa y comprometida con el entorno es una responsabilidad que Banco Popular asume como propia. Esta responsabilidad es extensible a todas y cada una de las personas que formamos parte del Grupo Banco Popular. Nuestro compromiso con este principio es alto, convencidos de que nuestros éxitos empresariales deben traspasar las fronteras de lo puramente económico para trascender a las necesidades de nuestros grupos de interés.

La orientación al cliente, el respeto a las personas, la actuación responsable en la cadena de suministro y el compromiso con la sociedad son principios de actuación enraizados en la cultura corporativa del Grupo. Una cultura integrada en un modelo de negocio único y diferenciador de la banca española y europea, muy ligado a las pequeñas y medianas empresas para las que hemos sido la primera entidad financiadora a través de Líneas ICO. Así, el rotundo éxito de la ampliación de capital llevada a cabo en 2012 permite al Grupo Banco Popular mantener su independencia y seguir profundizando en su particular modelo de negocio, su verdadera seña de identidad.

A lo largo de la crisis y, en especial durante este ejercicio, hemos prestado especial atención a las situaciones susceptibles de derivar en desahucios de viviendas mediante la renegociación individual de las condiciones contractuales. El Banco ha mostrado su absoluta sensibilidad en todo momento ante este asunto de máxima relevancia social, no solo desde el comienzo de la crisis, si no desde siempre puesto que esta práctica está profundamente arraigada en nuestra cultura corporativa. Por ello, la adhesión al llamado Código de Buenas Prácticas se ha asumido de manera natural sin suponer modificaciones significativas en los principios de actuación del Banco.

Por otro lado, se ha culminado con éxito el proceso de integración de Banco Pastor en el que ha primado el respeto a las personas y al empleo. Esta delicada labor se ha llevado a cabo a través de entrevistas individualizadas, analizando cada caso según sus particularidades, sin tener que recurrir a expedientes de regulación de empleo. El Grupo Banco Popular demuestra así su responsabilidad con todas las personas que forman parte de su plantilla.

La capacidad del Grupo Banco Popular para conjugar su faceta empresarial con su compromiso social y medioambiental nos convierte en una entidad que da respuesta activa a las necesidades de su entorno. Esta actuación ha hecho posible que en 2012 hayamos puesto en marcha diversas iniciativas dirigidas a la generación de valor social y ambiental. Como muestra, ante la situación económica actual, el Banco ha querido seguir apostando por la formación de aquellas personas con talento que no pueden acceder a una educación de calidad por carecer de medios económicos suficientes.

Mantenemos nuestra confianza en que los próximos años seguiremos siendo una entidad referente por nuestra atención a las necesidades específicas de cada cliente, a la vez que un banco solvente y sólido, con especial sensibilidad hacia las demandas sociales.

El horizonte se presenta lleno de nuevas metas y retos aún mayores. El camino a recorrer, lo sabemos, implica trabajo y esfuerzo pero tenemos la certeza de que continuaremos superándolos, manteniendo un modelo de negocio en el que la Responsabilidad Corporativa es un valor indispensable y multiplicador de nuestra actividad financiera.

Ángel Ron
Presidente

Armonizar el éxito empresarial con una actuación respetuosa y comprometida con el entorno es una responsabilidad que Banco Popular asume como propia.



1. Grupo Banco Popular

Perfil Corporativo

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

Iniciativas relevantes 2012

Evolución del negocio	El Grupo se consolida como una de las entidades financieras más solventes del mercado español y una de las más eficientes y mejor gestionadas de Europa.
Resultados económicos	<ul style="list-style-type: none">• Activos totales gestionados: 172.259 millones de euros.• Créditos a la clientela: 117.299 millones de euros.• Resultado antes de provisiones: 2.016 millones de euros.• Ratio de eficiencia: 42,48%, la mejor respecto a sus homólogos.
Estructura	<ul style="list-style-type: none">• Integración de Banco Pastor efectiva desde el segundo trimestre de 2012.
Accionistas	<ul style="list-style-type: none">• Más de 316.050 accionistas, 111,24% más que en 2012. Un 74,69% de <i>Free Float</i>.• Exitosa ampliación de capital de 2.500 millones de euros, desarrollada en el último trimestre de 2012.

Reto 2013

Fomento de la vinculación de los accionistas con la política de Responsabilidad Corporativa.

1.1. VISIÓN GENERAL

1.1.1. Misión, visión y valores

La misión del Grupo es la creación de valor sostenido a largo plazo para sus accionistas a través de un modelo de negocio responsable. Manteniendo su orientación hacia la calidad de servicio, la rentabilidad y la eficiencia, ejerce su actividad con el máximo respeto a criterios como la excelencia, eficiencia, transparencia y rigor. Estos principios hacen posible que el Grupo cuente con la confianza de accionistas, clientes y empleados, que representan los pilares fundamentales del negocio.

I Cultura corporativa y principios de actuación de Grupo Banco Popular

<p>VALORES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Excelencia • Eficiencia • Transparencia • Rigor 	<p>PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultura de servicio al cliente • Desarrollo sostenible de la entidad • Respeto a las personas y a su diversidad • Compromiso con el desarrollo del talento
--	---

1.1.2. Estrategia y Política de Gestión

El modelo de negocio del Grupo, orientado a la banca comercial y minorista y enfocado a la rentabilidad, se concentra en la Península Ibérica. A cierre de 2012, Banco Popular ha presentado crecimientos notables en todos sus márgenes respecto al año anterior. Estos crecimientos son posibles debido a la fortaleza comercial de Banco Popular, basada en un modelo de negocio único y diferenciador entre los bancos españoles.

Un **MODELO DE NEGOCIO** único y diferenciador que favorece el crecimiento

Después del respaldo de los inversores institucionales y minoristas durante la ampliación, Banco Popular ha mejorado significativamente la valoración emitida por los analistas. Además del refuerzo que para el Banco ha supuesto la operación de ampliación, dichos analistas han valorado fundamentalmente dos aspectos: el modelo de negocio basado en PYMEs, menos dependiente del crédito hipotecario y, por tanto, más rentable, junto con las elevadas ratios de cobertura.

1.1.3. Principales variables financieras

A cierre de 2012, Banco Popular ha presentado crecimientos superiores al 24% en todos sus márgenes respecto al año anterior; como ejemplo, el margen de intereses, que mide los ingresos derivados de la actividad estrictamente bancaria, aumentó más de un 30%. La positiva evolución de las comisiones, que han aumentado un 15,8%, ha favorecido el crecimiento del margen bruto en un 26,1% frente al mismo periodo de 2011, por lo que asciende hasta 3.778 millones de euros.

Debido a que en 2012, el Banco ha realizado un esfuerzo en provisiones de 9.600 millones de euros en un ejercicio de saneamiento interno, se ha generado una pérdida contable de 2.461 millones. No obstante, de este modo, Banco Popular se sitúa como la entidad financiera española con mayor cobertura en su exposición al sector inmobiliario. Con este ejercicio, el Banco muestra su capacidad de anticipación en el establecimiento de provisiones sobre sus activos no rentables, con una cobertura sobre el total del riesgo del 16%, situada entre las más altas de Europa. Por su parte, la cobertura en PYMEs no inmobiliarias asciende al 15%.

En cuanto al margen de explotación, el incremento anual ha sido del 24%, alcanzando la cifra de 2.016 millones de euros. De este modo, el Banco vuelve a demostrar su alta capacidad de generación recurrente de ingresos, incluso en un entorno económico de tan bajo crecimiento como el actual. De hecho, excluyendo el esfuerzo en saneamientos exigido por los excepcionales requerimientos regulatorios de 2012, que asciende a 4.258 millones de euros, Banco Popular habría obtenido un beneficio neto de 520 millones de euros.

I Principales variables financieras (millones de euros) - 2011/2012

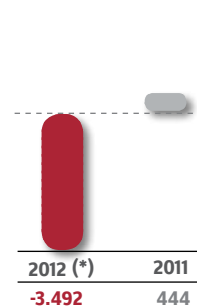
ACTIVOS TOTALES GESTIONADOS



CRÉDITOS A LA CLIENTELA



RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS



RESULTADO ANTES DE PROVISIONES



VALOR ECONÓMICO GENERADO



EFICIENCIA OPERATIVA



(*) Este resultado obedece al saneamiento masivo que se ha hecho del balance durante 2012 debido a las modificaciones normativas (RDL 02/2012 y RDL 18/2012).

1.1.4. Principales premios y reconocimientos

- **Ángel Ron, "Premio a la mejor trayectoria profesional" de *Cambio Financiero*.** Llegó a la presidencia en 2006 tras haber sido desde 2004 el Presidente Ejecutivo de Grupo Banco Popular y dos años antes su Consejero Delegado.
- **Banco Popular mantiene su presencia en el índice FTSE4GOOD,** uno de los índices de sostenibilidad de referencia para aquellos inversores que desean identificar empresas con prácticas de negocio responsables.
- **Distintivo "Igualdad en la Empresa" por tercer año consecutivo.** Banco Popular ha sido reconocido principalmente por su aplicación de las políticas de igualdad entre hombres y mujeres en las condiciones de trabajo y en los modelos de organización empresarial.
- **Renovación del sello Madrid Excelente.** Banco Popular renueva la marca de garantía Madrid Excelente, sello de calidad impulsado por la Comunidad de Madrid que se otorga a las organizaciones que apuestan por la calidad, la innovación y la excelencia en su gestión y contribuyen al aumento de la competitividad.
- **"Premio Actualidad Económica" a las 100 mejores ideas en la categoría "Finanzas" para la solución de Banca Multicanal para Ipad.** Banco Popular ha creado una aplicación gratuita específica que permite desde invertir en Bolsa hasta utilizar el simulador de hipotecas, entre otras funciones.
- **Popular Gestión,** Finalista en "Renta Variable Latinoamérica" al Fondo Eurovalor Iberoamérica y Premio en la categoría "Multiactivos de Retorno Absoluto" al Fondo Eurovalor Conservador Dinámico.
- **bancopopular-e obtiene por tercer año consecutivo el sello CeroCO₂,** promovido por las organizaciones sin ánimo de lucro Fundación Ecología y Desarrollo y Acciónatura. Bancopopular-e ha vuelto a obtener el sello CeroCO₂ al haber cumplido con el compromiso de reducción de emisiones adquirido en 2010.



1.2. ESTRUCTURA

Grupo Banco Popular lo conforman Banco Popular, sus entidades filiales y el conjunto de grupos de interés que contribuyen a su progreso. Por eso, accionistas, clientes, empleados y proveedores del Grupo son considerados parte integrante del mismo, influyendo en el desarrollo de la actividad bancaria como parte relevante de su estructura.

En este sentido, se trabaja en la interacción con los grupos señalados llevando a cabo planes y actuaciones específicas para cada uno de ellos, siendo accionistas y clientes los grupos analizados más en detalle durante este ejercicio. Por otra parte, el canal de comunicación abierto desde la web corporativa para la recepción de sugerencias y consultas de los grupos de interés del Banco es el buzón de correo: rc@bancopopular.es.

El Gobierno Corporativo del Banco se ejerce, además de por la Junta General de Accionistas, por el Consejo de Administración y sus cuatro comisiones. Los diferentes órganos de gobierno están formados por 20 personas, de los cuales el 35% tienen menos de 55 años, el 45% entre 56 y 70 y el 20% restante más de 71 años. El 60% son hombres, un 10% son mujeres y un 30% personas jurídicas. Asimismo, el 10% son de nacionalidad extranjera.

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

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

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

BANCO POPULAR Y BANCO PASTOR: UN ENCAJE PERFECTO

El 10 de octubre de 2011 arrancaba el proceso de oferta pública de adquisición de Banco Pastor. Con este primer paso, daba comienzo un hito en la historia del Grupo en el que, a día de hoy, todavía se está inmerso si bien desde el 30 de junio de 2012 Popular y Pastor operan como una sola Entidad.

Esta operación surgió sobre la base de una cultura compartida en la que el cliente es el centro de la actividad y modelos de negocio complementarios centrados en la especial atención a las PYMEs. Bajo esta forma de entender el negocio bancario se sustenta una unión que hace más fuerte a las dos entidades.

Desde el anuncio hasta la aceptación mayoritaria por los accionistas del Banco Pastor, la Oficina de Plan Global de Integración ha tutelado el trabajo, realizando el seguimiento de las 20 mesas de trabajo y más de 70 personas que, a su vez, han gestionado los más de 240 proyectos de integración. Cada una de las mesas de trabajo ha contemplado una o varias áreas del Banco y ha sido liderada por un responsable del que depende la decisión final con el fin de garantizar su operatividad.

En 2012, la integración ha conseguido grandes avances en torno a aspectos legales, institucionales y de Recursos Humanos, siendo las cuestiones tecnológicas y operativas las que finalizarán en último lugar en el segundo semestre de 2013. Con esta importante tarea tecnológica se afronta la recta final de la integración que marcha según los plazos previstos. Teniendo en cuenta el cumplimiento de plazos y objetivos durante el ejercicio 2012, el balance de la integración es, en definitiva, altamente positivo.



1.2.1. Bancos filiales y sociedades operativas

Grupo Banco Popular se compone de un banco matriz -Banco Popular Español- y cuatro bancos filiales, dos de los cuales operan en España (bancopopular-e y Popular Banca Privada), uno en Portugal (Banco Popular Portugal) y otro en Estados Unidos (TotalBank). Por otra parte, en base al acuerdo suscrito en 2010, Banco Popular y Crédit Mutuel crearon la plataforma bancaria Targobank repartida al 50%.

Tras la ampliación de capital, el Grupo ha puesto en marcha un plan a dos años para incrementar su presencia internacional con la apertura de oficinas de representación en varios países. La primera nueva apertura de 2012 tuvo lugar en Estambul y será seguida por otras inauguraciones en Varsovia, Sao Paulo, Casablanca y Dubai.

LA INTEGRACIÓN DE BANCO PASTOR EN EL GRUPO: CINCO GRANDES RETOS CUMPLIDOS

Analizando lo que ha supuesto el proceso de integración bancaria entre ambas entidades, se puede afirmar que se ha conseguido con un alto nivel de excelencia respecto a cinco cuestiones claves para el Grupo:



Compromiso con las personas. Uno de los principales objetivos de la integración ha sido preservar al máximo el capital humano de ambas entidades. Destaca el acuerdo laboral alcanzado, que ha logrado minimizar el impacto sobre el empleo, con la negociación de prejubilaciones, jubilaciones y salidas naturales.

Conservación del negocio desde el momento de la fusión. La evolución del negocio de las sucursales integradas ha sido prácticamente idéntica a la actividad desarrollada anteriormente por separado.

Superación de las sinergias previstas. Las sinergias identificadas hasta el momento son significativamente mayores a las previstas inicialmente.

Unificación del modelo de Banco. La cultura corporativa, así como otros aspectos de funcionamiento y dinámicas del Banco, se han trasladado progresivamente al Banco Pastor desde donde se han hecho suyas desde el mismo día de la integración de manera natural.

Minimización de los *gaps* tecnológicos. Las diferencias tecnológicas u operativas existentes entre ambas entidades han sido mínimas, de modo que tan sólo han sido necesarios desarrollos informáticos específicos para solucionar el 13% de los *gaps* detectados.



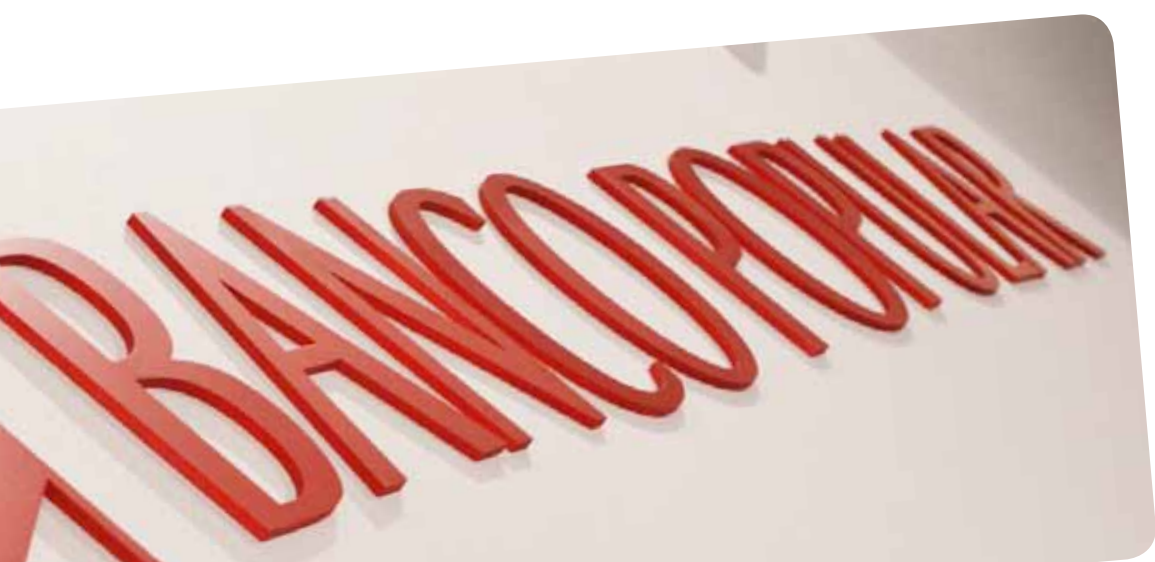
Además, el Grupo cuenta con otras sociedades filiales y mantiene participaciones en otras que complementan el negocio financiero.

I Estructura de Grupo Banco Popular por entidades - 2012



Centros off-shore

Desde que en 2004 la Comisión Ejecutiva del Banco estableciera la política en relación con los establecimientos off-shore, se mantiene el compromiso de reducir paulatinamente su actividad como paso previo al cese de la misma en aquellos casos en los que fuera viable. A cierre del ejercicio 2012, el número de establecimientos off-shore no ha variado con respecto a 2011, suponiendo un 0,02% respecto a la totalidad de activos.



1.3. ACCIONISTAS

El número de accionistas del Grupo ha alcanzado la cifra de 316.050, frente a los 149.618 accionistas del ejercicio 2011, lo que implica un crecimiento del 111,24% respecto al año anterior.

I Composición del accionariado de Banco Popular Español - 2011 y 2012

111%
Incremento de los **ACCIONISTAS** respecto a 2011



Consejo de Administración residente	12,29%
Consejo de Administración no residente	13,02%
Institucional residente	5,59%
Institucional no residente	24,09%
Retail residente	44,11%
Retail no residente	0,90%



Consejo de Administración residente	15,98%
Consejo de Administración no residente	21,12%
Institucional residente	7,97%
Institucional no residente	19,58%
Retail residente	34,96%
Retail no residente	0,40%



AMPLIACIÓN DE CAPITAL: BANCO POPULAR CULMINA CON ÉXITO LA AMPLIACIÓN DE LOS 2.500 MILLONES DE EUROS PREVISTOS

Banco Popular culminó con éxito la suscripción preferente de acciones de su ampliación de capital por importe de 2.500 millones de euros, que permitirá cumplir con las necesidades de capital derivadas de los test de estrés. Esta operación, la de mayor magnitud del año en España, se llevó a cabo en un momento particularmente delicado de la economía española y del sector, lo que manifiesta aun más su importancia.

La ampliación de capital, llevada a cabo a finales de 2012, ha sido un éxito rotundo para el Banco: con una demanda total del 183,29%, ha permitido incrementar su base accionarial en más de 74.000 accionistas y demostrar que el Banco cuenta con el respaldo del Consejo de Administración, con una clientela fiel que apoya el proyecto del Banco y con la capacidad de atraer nuevos inversores institucionales a su accionariado.

Banco Popular refuerza así su estrategia de permanecer independiente sin ayudas públicas como mejor opción para generar valor para sus accionistas. El Consejo de Administración apoyó la operación desde el principio y suscribió más de 520 millones de euros. Además del respaldo de la operación por parte del accionariado de referencia, la ampliación tuvo una muy positiva acogida entre los accionistas minoritarios: los particulares se hicieron con más del 50% de los títulos.

1.3.1. Accionistas minoristas

A través de la Oficina del Accionista, el Banco mantiene un trato personalizado con los accionistas y garantiza que todos ellos dispongan de una información clara y totalmente transparente. Junto a la atención presencial, telefónica y telemática, los accionistas disponen de un apartado específico en la web corporativa en la que se ofrece información relevante sobre el Grupo y donde se puede acceder on-line a la retransmisión tanto de los resultados trimestrales como de las Juntas de Accionistas.

Accionistas minoritarios: POSITIVA ACOGIDA de la ampliación de capital

Durante 2012, las preguntas más frecuentes de los accionistas han girado en torno a la ampliación de capital, los dividendos, la conversión de bonos convertibles en acciones así como a la evolución de la Entidad.

El Banco ha celebrado este año dos Juntas Generales de Accionistas. La Junta General Extraordinaria se celebró en noviembre con el fin de aprobar la operación de ampliación de capital. Con un nivel de asistencia que triplicó el registrado en la anterior consiguió el respaldo unánime de los accionistas a las propuestas de ampliación de capital.

En línea con la política de acercamiento a los accionistas del Banco, la Oficina del Accionista pone a disposición de todos ellos un servicio de atención personalizada desde el mismo momento en que se convoca la Junta. De hecho, la Oficina del Accionista ha gestionado más de 500 correos electrónicos y cerca de 1.700 llamadas telefónicas, durante el mes previo a la celebración de la Junta Extraordinaria mencionada.

El Banco ha vuelto a estar presente en la principal feria bursátil: Bolsalia, en Madrid, en el mes de mayo 2012, donde se reforzó la relación con inversores minoristas, atendiendo sus inquietudes y recibiendo sus sugerencias.

PLANES Y PROYECTOS IMPULSO: DOS INICIATIVAS EN MATERIA DE RC DIRIGIDAS A ACCIONISTAS

Durante 2012, el Banco ha llevado a cabo Planes y Proyectos Impulso con el fin de avanzar en la gestión de las expectativas de su base de accionistas y, simultáneamente, contribuir a la integración sociolaboral de personas con capacidades diferentes.

A través de "Planes Impulso" se han financiado programas de formación articulados por Fundación Síndrome de Down de Madrid cuyo fin es la integración laboral de personas con discapacidad intelectual. En su primera edición, los "Planes Impulso" han hecho posible que diez accionistas del Banco o familiares directos puedan mejorar su capacitación y empleabilidad.

Mediante los "Proyectos Impulso" se han financiado tres proyectos sociales, articulados por entidades del tercer sector, que actúan a favor de la integración laboral de personas con discapacidad y que necesariamente han contado con la vinculación con un accionista del Banco. En la edición de 2012, las tres entidades ganadoras y sus respectivos proyectos han sido los siguientes:

- FEDERACIÓN AUTISMO ANDALUCÍA - "Servicio de integración laboral para personas con Trastornos del Espectro Autista (TEA) en Andalucía"
- ASPRODES FEAPS SALAMANCA - "ALTAIR Sierras Bejar-Francia: un proyecto de innovación social y empleo en turismo rural accesible e inclusivo"
- ASPACE CORUÑA (Asociación de padres de personas con parálisis cerebral) - "Programa de ajuste personal: Servicio de recepción en el nuevo centro educativo"



1.3.2. Accionistas institucionales

La Oficina de Relación con Inversores tiene como principal cometido canalizar la relación tanto con los inversores institucionales como con los analistas financieros. Es por tanto la responsable de maximizar el valor de las acciones de Banco Popular, generando confianza en la comunidad inversora a través del desarrollo de una correcta estrategia de comunicación. Para ello, se está en continuo contacto con analistas financieros, inversores y prensa, tanto nacionales como internacionales.

Este contacto se materializa en conferencias, *road shows* y reuniones, potenciando el interés del mercado por el Banco y trasladando el *feedback* del mercado internamente. En 2012, se ha participado en 13 conferencias y 5 *road shows* en ciudades europeas y americanas. Además se han mantenido numerosas reuniones con más de 400 inversores y la treintena de analistas que cubren la acción de Popular.

1.4. SISTEMAS DE CUMPLIMIENTO Y CONTROL

1.4.1. Control externo

La actividad del Grupo está sujeta a la supervisión de las instituciones competentes como el Banco de España, la Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros. El cometido de estos organismos es proteger a los consumidores de los servicios financieros, velando por la estabilidad del sistema financiero y por la transparencia y eficacia de los mercados.

Grupo Banco Popular colabora permanentemente con las autoridades supervisoras en el cumplimiento de sus funciones, especialmente en lo que respecta a su compromiso por la transparencia en la información al mercado. Durante el ejercicio 2012, no se han recibido multas significativas derivadas del incumplimiento de la normativa reguladora de la libre competencia y prácticas monopolísticas, ni sanciones significativas derivadas del incumplimiento de la normativa vigente.

1.4.2. Control interno

Para garantizar que todas las actividades se ejercen dentro del estricto cumplimiento del ordenamiento jurídico y de los criterios de negocio fijados por la Dirección, el Grupo dispone de diversos sistemas internos de cumplimiento y control. Las funciones de cada uno de ellos, se describen detalladamente en el Informe Anual y el Informe de Gobierno Corporativo.

I Principales órganos de gobierno y control – 2012



1.4.3. Principales áreas de control

Prevención del Blanqueo de Capitales

La Oficina de Prevención del Blanqueo de Capitales trabaja con las autoridades competentes, analiza y comunica las operaciones que pudieran presentar indicios de su relación con dicha actividad, no habiendo sido sancionado el Banco por estas conductas en 2012. Además, difunde internamente las medidas establecidas contra el blanqueo, entre las que destaca la sección de intranet que recoge información y normativa sobre la materia. La documentación incluye el *Manual de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo*, que detalla tanto las obligaciones como los procedimientos dirigidos a prevenir la utilización de las entidades del Grupo y, en general, del sistema financiero para el blanqueo de capitales.

Seguimiento y control del riesgo

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

En 2012, el 36,18% del total de sucursales y el 15,63% del total de sociedades han sido auditadas; 923 de un total de 2.551 y 15 de un total de 96, respectivamente. Adicionalmente, se han llevado a cabo 35 auditorías de informática y riesgos, con las que el Banco ha supervisado aspectos como, los modelos internos de riesgo de crédito y operacional, la gestión del ciclo de vida de infraestructuras y sistemas informáticos, así como la protección de los activos de información, entre otros.

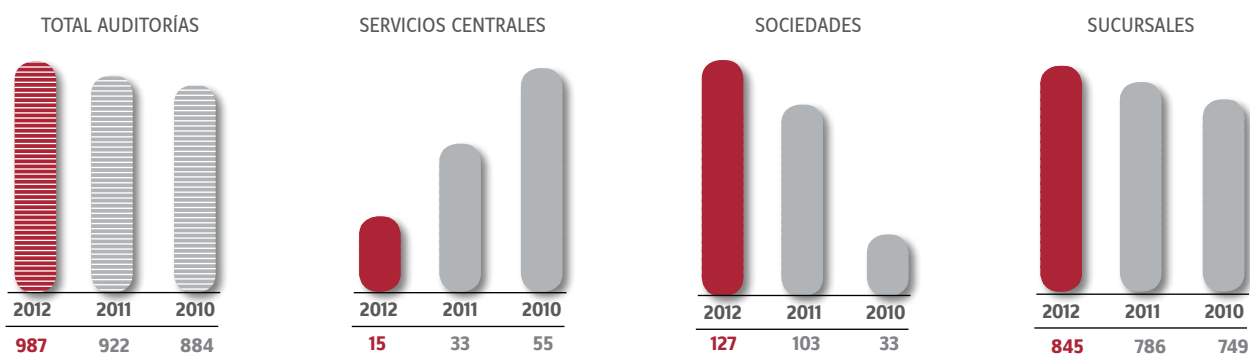
987
AUDITORÍAS
internas durante 2012

Protección de Datos de Carácter Personal y Seguridad de la Información

Para proteger eficientemente la información desde un enfoque preventivo, reactivo y dinámico, el Grupo ha adoptado normas internas de actuación bajo la denominación de Política de Seguridad de los Sistemas de Información.

Como culminación de esta política, diseñada para minimizar los riesgos de incumplimiento y asegurar la coordinación entre las distintas áreas afectadas, se creó el Comité de Protección de Datos de Carácter Personal. En la intranet, los empleados disponen, además, de un área que incluye la normativa, tanto de carácter legal como interna, que regula el tratamiento de la información que se recibe de los clientes en la prestación de servicios por parte del Grupo. Este apartado contiene también una circular que incluye criterios prácticos para adecuarse al cumplimiento de la LOPD. Se asegura así que los empleados conozcan las medidas necesarias para proteger correctamente los datos de carácter personal de la clientela.

I Tipología y número de auditorías internas - 2010/2012 (*)



(*) En la metodología de cálculo de las auditorías realizadas en 2011, se han considerado Banco Popular Portugal y TotalBank como "Sociedades" lo cual explica el incremento en el número de auditorías realizadas a sociedades en 2011.



2. Responsabilidad Corporativa

La RC en Grupo Banco Popular

Estrategia	La Responsabilidad Corporativa es un elemento transversal en el desarrollo de la actividad del Grupo.
Estructura orgánica	La Oficina de RC, encargada de dirigir la estrategia en esta materia, depende directamente de la Secretaría del Consejo de Administración.
Política	La Comisión de Nombramientos, Retribuciones, Gobierno Corporativo y Conflictos de Intereses posee la competencia general para su fijación.

Iniciativas relevantes 2012

Plan Director de Responsabilidad Corporativa	Definición del Plan Director de RC, <i>Horizonte 2020</i> , tras la consolidación de la fusión con Banco Pastor.
Buen Gobierno	Implantación del <i>Código de Conducta</i> de Grupo Banco Popular, junto con la comunicación informada a todos los empleados del Grupo.
Sensibilización y comunicación	Incremento de las iniciativas de sensibilización y comunicación en materia de RC relativas a Inversión Socialmente Responsable, accesibilidad tecnológica y discapacidad.

Reto 2013

Implantación del Plan Director de RC, *Horizonte 2020*.

2.1. LA RC EN GRUPO BANCO POPULAR

2.1.1. Estructura de RC

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

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

La Oficina de Responsabilidad Corporativa, que depende directamente de la Secretaría del Consejo de Administración, se encarga de definir la estrategia en esta materia y dinamizar su implantación. Además, gestiona las demandas de sus grupos de interés con el fin de maximizar la creación de valor compartido con todas las partes implicadas.

La RC se establece como un **ELEMENTO TRANSVERSAL** que permite potenciar el crecimiento económico y sostenible del negocio

IMPLANTACIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA DE GRUPO BANCO POPULAR

Durante 2012, se ha implantado y comunicado a toda la plantilla el *Código de Conducta*, que recoge el catálogo de normas de conducta, tanto en las relaciones internas como con respecto a terceros, que han de regir la actuación de todos los empleados del Grupo.

El canal de denuncias que comprende el *Código de Conducta* no ha recibido en 2012 ningún requerimiento. Se trata del sistema que permite a administradores, personal de Alta Dirección y empleados en general, poner en conocimiento de la Unidad de Vigilancia, de manera confidencial, las infracciones del *Código de Conducta*, de los Principios de Actuación, irregularidades de naturaleza financiera y contable o, en general, cualquier actuación fraudulenta cometida por cualquier persona o entidad sujeta a su cumplimiento.



2.1.2. Grupos de interés: identificación, selección y gestión

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

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

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

Grupos de interés: objetivos y principales actuaciones

GRUPOS DE INTERÉS	TIPOLOGÍA	OBJETIVOS	PRINCIPALES ACTUACIONES
Accionistas e inversores	Accionistas minoristas	Facilitar la participación de los accionistas en las decisiones relevantes.	<ul style="list-style-type: none"> Más de 50 conferencias financieras y encuentros con inversores y analistas. "Planes Impulso". "Proyectos Impulso".
	Accionistas institucionales	<p>Garantizar la rapidez de información de los acontecimientos que puedan afectar a la valoración de la acción.</p> <p>Fortalecer la relación establecida con los accionistas mediante una oferta de valor no financiera vinculada a la RC.</p>	
Clientes	Particulares	Prestar un servicio próximo y personalizado.	<ul style="list-style-type: none"> Modelo de calidad comercial.
	Empresas	<p>Apoyar el desarrollo de las PYMES.</p> <p>Ofrecer productos y servicios adecuados a sus necesidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Líneas de financiación preferente para empresas: <ul style="list-style-type: none"> ICO ICEX BEI Colaboración con bancos internacionales de desarrollo: <ul style="list-style-type: none"> Banco Asiático BERD CFI (Banco Mundial)
		Apoyar la expansión internacional.	
	Trabajadores extranjeros	Contribuir a la inserción socioeconómica de colectivos que presentan necesidades específicas.	<ul style="list-style-type: none"> "Programa Trabex".
	Colectivos con baja bancarización		<ul style="list-style-type: none"> 496 sucursales en poblaciones de menos de 10.000 habitantes
	Personas con capacidades diferentes		<ul style="list-style-type: none"> Accesibilidad web. Adaptación física de centros de trabajo. Servicio de atención telefónica para personas con discapacidad auditiva: Telesor.
Empleados	En activo	<p>Contribuir a su capacitación mediante la formación y su desarrollo profesional.</p> <p>Atraer y mantener el talento.</p> <p>Conciliar vida laboral y personal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <i>Código de Conducta</i>. "Plan de igualdad" "Plan Transversal de Formación en RC 2011-2013". "Programa Impulsando Talento". "Programa Somos Diversidad". "Plan Concilia".
	Prejubilados y jubilados	<p>Beneficiar al colectivo de ex-empleados del Banco con condiciones preferentes vinculadas a la vida en activo.</p> <p>Mantener el vínculo con el Banco de un colectivo que ha contribuido al desarrollo de la Entidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Club Popular.
Proveedores	Proveedores residentes	<p>Garantizar la igualdad de oportunidades, la accesibilidad y la transparencia en la gestión de la cadena de suministro.</p> <p>Promover y difundir una actuación responsable con proveedores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <i>Código de Conducta de Proveedores</i>. Sistema de homologación. Modelo de gestión de compras.
	Proveedores no residentes		

Grupos de interés: objetivos y principales actuaciones

GRUPOS DE INTERÉS	TIPOLOGÍA	OBJETIVOS	PRINCIPALES ACTUACIONES
Sociedad	Entorno socioeconómico español	Crear valor económico y mantenimiento del empleo.	<ul style="list-style-type: none"> • Valor económico distribuido: 574.078 euros. • Apoyo financiero a sectores económicos clave.
	Inmigrantes Personas con capacidades diferentes Colectivos en riesgo de exclusión	Favorecer la integración social y económica de colectivos con necesidades específicas.	<ul style="list-style-type: none"> • 9,05 millones de euros destinados a Inversión Social. • Proyectos de integración socioeconómica para inmigrantes. • Programas de trabajo a favor de la discapacidad con entidades expertas del tercer sector. • Construcción y rehabilitación de centros sociales y culturales.
	Comunidades en economías emergentes	Apoyar la cooperación al desarrollo en países económicamente deprimidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Microcréditos para personas emprendedoras sin recursos. • Construcción y equipamientos de centros sanitarios y formativos. • Ayudas para la formación y capacitación profesional. • Promoción de la mujer.
	Medio ambiente	Preservar el medio ambiente y el cuidado del entorno.	<ul style="list-style-type: none"> • Política Medioambiental • "Cero emisiones" en bancopopular-e.
	Tercer sector	Participar en foros y asociaciones vinculadas con el negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • SpainSIF • Asociación Española de Banca • Fundación de Estudios de Economía Aplicada • Asociación Española de Calidad • AENOR • Observatorio de INVERCO • AERCE
		Colaborar con agentes promotores de actividades de desarrollo socioeconómico.	<ul style="list-style-type: none"> • Pacto Mundial • Entidades especializadas del tercer sector.
	Fomentar el voluntariado corporativo entre empleados del Grupo y su red social a través de <i>con tu ayuda</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades de voluntariado promovidas por Banco Popular. • Oportunidades de voluntariado promovidas por diversas entidades del tercer sector. 	








Grupos de interés: canales de comunicación y frecuencia de la misma



2.2. LOGROS Y RETOS

A continuación se presenta el grado de avance de los retos establecidos para 2012, así como los retos planteados para el año 2013.

2.2.1. Revisión de los retos de 2012

RETOS 2012		AVANCE CONSEGUIDO	
	Creación y consolidación del Club del Accionista con acceso a ofertas financieras y no financieras de interés.	→	Tras el lanzamiento de "Planes" y "Proyectos Impulso", el Club del Accionista ha ampliado cuantitativa y cualitativamente su oferta de productos y servicios. Esta tendencia se mantendrá en el futuro con la ampliación de nuevos canales de contacto.
	Ampliación del alcance del "Plan Global de Discapacidad" a los principales grupos de interés.	→	Tanto empleados como proveedores y accionistas se han visto beneficiados por diferentes medidas incluidas en el "Plan Global de Discapacidad".
	Refuerzo de la cultura de calidad en la organización para alcanzar un mayor nivel de satisfacción del cliente actual y potencial.	→	"El Perfecto Anfitrión", programa creado para transmitir la cultura de calidad de servicio en la red comercial, ha impactado a todas las sucursales del Grupo para concienciar a los empleados de su protagonismo como principal eslabón en la cadena de la calidad ante los clientes.
	Integración de criterios de Inversión Socialmente Responsable en el plan de pensiones de los empleados del Banco Popular.	→	Mediante la aplicación de criterios de exclusión, se ha excluido de las inversiones del Fondo de Capitalización cualquier activo de sociedades relacionadas la vulneración de los derechos fundamentales de las personas, así como las de industrias armamentísticas o contaminantes y cualquier otra entidad que, a juicio de la Comisión de Control, se considere que no cumplen con dichos criterios.
	Evaluación del riesgo de la cadena de suministro de Banco Popular Español.	→	Se ha acordado el <i>Plan de Gestión de Proveedores 2012-2014</i> , que define las acciones a desplegar de manera consensuada por las Oficinas de Compras y RC, con el objetivo de continuar avanzando en la gestión de la cadena de proveedores del Grupo bajo los principios de Responsabilidad Corporativa. La gestión del riesgo de la cadena de suministro es parte fundamental de este plan.
	Fomento del acceso a la educación de calidad y a la capacitación técnica, tanto en España como en países emergentes.	→	La inversión en educación y formación profesional ha continuado centrandose sus esfuerzos en capacitar personas con alto potencial y limitados recursos económicos.
	Implantación de sistemas de inmótica en 29 oficinas comerciales.	→	Este objetivo se ha superado, siendo actualmente 120 sucursales las que cuentan con tales medios.

2.2.2. Presentación de los retos de 2013

RETOS 2013
Fomento de la vinculación de los accionistas con la política de Responsabilidad Corporativa.
Implantación del Plan Director de RC, <i>Horizonte 2020</i> .
Adopción e implantación de los Principios de Ecuador.
Refuerzo del "Plan de Igualdad" a través de la formación y sensibilización de la plantilla.
Actualización y difusión del <i>Código de Conducta de Proveedores</i> y aceptación por parte de los mismos.
Promoción de la educación y formación profesional para colectivos en riesgo de exclusión.
Definición e implantación del Plan de Ecoeficiencia del Grupo.

LANZAMIENTO DEL PLAN DIRECTOR DE RC, HORIZONTE 2020

Durante 2012, con el fin de encuadrar la estrategia de RC del Banco en un plan plurianual que englobe la totalidad de la gestión empresarial, se ha llevado a cabo la definición de un Plan Director de RC, *Horizonte 2020*, cuyo objetivo es la creación de valor monetario sostenible, atendiendo a las expectativas de los diferentes grupos de interés y gestionando los riesgos y oportunidades del entorno financiero.

La definición del Plan Director se ha basado en el diagnóstico de la situación actual del Grupo tras la fusión con Banco Pastor y ha tenido en cuenta la penetración de la RC en las distintas áreas de gestión empresarial de la Entidad.

En base al diagnóstico, se ha renovado la identificación de los grupos de interés del Banco, así como los aspectos materiales derivados de sus respectivas expectativas y de la cadena de valor de la Entidad. Todas estas cuestiones han quedado integradas en líneas de actuación concretas clasificadas en cuatro dimensiones: estructural, económica, social y medioambiental.



2.3. POSICIONAMIENTO ANTE LAS INICIATIVAS DE RC

El Grupo desarrolla su actividad de forma ética y respetuosa con los principios establecidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. En este sentido, cabe destacar la inexistencia tanto de incidentes que hayan supuesto una violación de los derechos de las minorías, como de un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil. Del mismo modo, se constata que no se han producido operaciones susceptibles de ser consideradas episodios de trabajo forzado o no consentido.

Además, Banco Popular es empresa signataria de los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, iniciativa ética por la que las empresas acogen, como una parte integral de su estrategia y actividad, diez principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. En 2012 el Grupo ha seguido informando sobre el compromiso y los avances logrados en la implantación de los Diez Principios mediante la cumplimentación del *Informe de Progreso*, disponible en la web corporativa.

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

Durante 2012, el Banco ha seguido consolidando su presencia en SpainSIF, principal foro de encuentro de la Inversión Socialmente Responsable en España, a través de la participación activa en las Comisiones de Estudios y Promoción. En este ejercicio, Grupo Banco Popular se ha mantenido como firmante del *Carbon Disclosure Project* y del *CDP Water Disclosure*, iniciativas internacionales que analizan el modo en que las principales empresas valoran los riesgos y oportunidades que su actividad tiene para el cambio climático y la escasez de agua.

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

- Asociación Española de Banca.
- Fundación de Estudios de Economía Aplicada.
- AERCE (Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos).
- Observatorio de Inverco (Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones).
- Asociación Española para la Calidad (AECE).
- Foro Inserta Responsable (Fundación ONCE).
- AENOR.





3. Orientación al cliente

Grupo Banco Popular ante sus clientes

Modelo de negocio	Orientado al cliente, permite responder a las transformaciones del entorno y mantener la competitividad y eficiencia características del Banco.
Relación con clientes	Basada en la excelencia, la cercanía y la eficiencia, tratando de conocer en profundidad las necesidades de los clientes para ofrecerles un servicio adecuado en cada momento.
Relevancia de las PYMEs	Banco Popular es una de las entidades financieras más orientadas a la prestación de servicios para PYMEs, estando al frente de la banca comercial española en la concesión de crédito.

Iniciativas relevantes 2012

Modelo de Calidad Comercial	El programa "El Perfecto Anfitrión" se ha desarrollado para transmitir la cultura de calidad de servicio en la red comercial y mejorar la satisfacción de los clientes.
Banca Multicanal	Se ha continuado ampliando la funcionalidad de Banca por Internet, lo que ha permitido posicionar al Banco como referente del sector.
Información publicitaria	Autocontrol ha acreditado a Banco Popular como entidad comprometida con la ética y la Responsabilidad Corporativa en materia publicitaria.

Reto 2013

Adopción e implantación de los Principios de Ecuador.

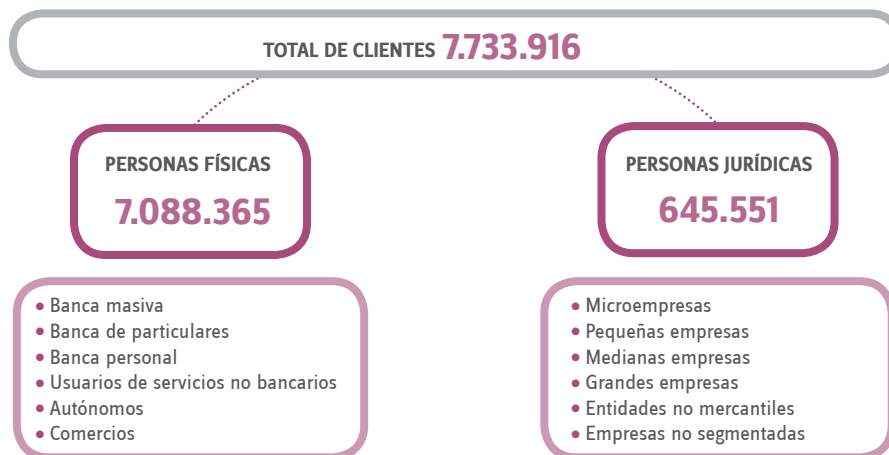
3.1. EL CLIENTE, EJE DEL MODELO DE NEGOCIO

3.1.1. Compromiso con la excelencia

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

En 2012 y tras la fusión de Banco Pastor, el Grupo ha incrementado su base de clientes en más de 755.000 personas físicas y jurídicas, alcanzando un total de 7.733.916 clientes.

I Segmentación de clientes de Grupo Banco Popular en España - 2012



Para mantener la confianza de los clientes también es importante gestionar de manera eficiente aspectos clave como la protección de datos, la transparencia publicitaria o la financiación responsable. Así, desde la concepción de todos los productos o servicios hasta su comercialización y postventa, se contemplan los requisitos normativos y administrativos que redundan en la protección de la salud y seguridad de los clientes, no habiendo existido incidentes ni sanciones derivados del incumplimiento legal o de códigos voluntarios durante el ejercicio 2012.

11%
incremento
de **CLIENTES**
respecto a 2011

I El cliente como eje del modelo de negocio



I Características de la gestión del ciclo de productos y servicios de Grupo Banco Popular



CONCEPCIÓN

- Diseño de productos y servicios atendiendo a la política y estrategia comercial de forma que garantice:
 - El cumplimiento de los objetivos estratégicos fijados, atendiendo a criterios de viabilidad económica, jurídica y operativa.
 - La diferenciación de la oferta comercial de productos y servicios, en función de la segmentación de clientes.
 - El seguimiento estricto de la normativa en vigor, además de por los sistemas de control, gestión y transparencia del Grupo, con el fin de que el desarrollo de productos y servicios se realice de forma que el cliente pueda disponer de una información veraz y justa.



COMERCIALIZACIÓN

- Adecuación de la comercialización al ciclo vital del cliente, a su perfil financiero y a su capacidad para asumir riesgos (MiFID).
- Campañas sometidas a órganos reguladores externos (Autocontrol), códigos de conducta (*Código Inverco*) y política comercial propios del Grupo:
 - Protección de los derechos y seguridad del cliente.
 - Respeto a la ética publicitaria.
 - Utilidad de la publicidad para sus destinatarios.



POSTVENTA

- Subordinación de las gestiones comerciales a los sistemas de control, gestión y transparencia del Grupo.
- Análisis y seguimiento de los datos recogidos en el Servicio de Atención al Cliente y en el Área de Calidad Comercial que mejore la seguridad y la satisfacción del cliente.
- Análisis y seguimiento de la calidad de los productos y servicios de cara a una posible redefinición que mejore sus prestaciones.

3.1.2. Financiación de partidos políticos, sindicatos y asociaciones afines

El Grupo mantiene una postura transparente ante las diferentes posiciones políticas. Las peticiones de financiación realizadas por los partidos políticos, sindicatos y asociaciones afines, son informadas y dictaminadas por los analistas de manera objetiva a través de un procedimiento establecido hace más de treinta años. Hasta el 31 de diciembre de 2012 se han realizado 108 operaciones por un importe superior a 52 millones de euros, según el siguiente detalle:

I Financiación a partidos, sindicatos, asociaciones afines (miles de euros) - 2010/2012 (*)

FINANCIACIONES OTORGADAS	2012		2011		2010	
	Nº DE OPERACIONES CONCEDIDAS	IMPORTE	Nº DE OPERACIONES CONCEDIDAS	IMPORTE	Nº DE OPERACIONES CONCEDIDAS	IMPORTE
Partidos políticos	70	35.089	80	77.468	20	13.455
Sindicatos	31	15.552	69	19.556	105	26.246
Asociaciones afines	7	1.583	7	2.371	7	908
TOTAL	108	52.224	156	99.395	132	40.609

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

En las operaciones relacionadas con partidos políticos, organizaciones sindicales e instituciones afines (fundaciones, ONGs) se tiene en cuenta, como con cualquier otro cliente, el riesgo, las garantías, la rentabilidad y el buen fin de la operación. Además, las operaciones se formalizan siempre ante fedatario público y se notifican notarialmente a los organismos pertinentes.

La mayor parte de las operaciones corresponden a créditos concedidos como anticipos de las subvenciones que los partidos políticos reciben de diferentes Administraciones Públicas, que han sido o van a ser publicadas en los Boletines oficiales y siempre que puedan ser pignoradas a favor de terceros.

Cuando un partido político solicita financiación para un proceso electoral, el Banco calcula el límite del crédito en función de las expectativas de voto y de las correspondientes subvenciones que pudieran corresponderle. Tras el estudio, la oficina decidirá si somete o no la propuesta al nivel superior para su aprobación. Una vez aprobada la operación se formaliza tomando las garantías necesarias (pignoraciones, afecciones, cesión de derechos...) y con la intervención de los servicios jurídicos del Banco para la confección de los anexos a las pólizas. Tras la firma, la oficina hace el seguimiento de la operación y la cancelación de la misma una vez cobradas las subvenciones correspondientes.

Para la concesión de otros créditos, el Banco decide sobre la base de la capacidad de pago del solicitante (calculada en base a las cuotas de sus afiliados y subvenciones fijas) y de las garantías adicionales que presenten (garantía hipotecaria y/o avalistas).

3.2. ATENCIÓN AL CLIENTE

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

3.2.1. Red comercial

A 31 de diciembre de 2012, el Grupo cuenta con 2.475 sucursales, estando 2.267 distribuidas en el territorio nacional y 208 en el extranjero, a las que se añaden oficinas de representación y despachos de colaboración en otros 18 países.

2.475
SUCURSALES
en el Grupo

Eliminación de barreras físicas

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

En este sentido, busca favorecer el acceso de las personas con discapacidad a los servicios financieros a través de la mejora de la accesibilidad física de sus instalaciones. La construcción de los nuevos edificios, como por ejemplo la nueva sede corporativa del Banco, se realiza conforme a las normas de accesibilidad establecidas y se realizan las adaptaciones oportunas para mejorar el acceso a las instalaciones en función de las necesidades detectadas.

Eliminación de barreras financieras: bancarización

El Grupo entiende la bancarización como parte de su contribución a la inserción socioeconómica de colectivos en riesgo de exclusión. En este sentido, teniendo en cuenta además el proceso de reestructuración que ha implicado la integración de Banco Pastor, ha aumentado el número de sucursales en zonas de baja densidad de población con respecto a 2011, alcanzando 496 oficinas lo que supone un 22% del total de sucursales del Grupo. De este modo, se han evitado los posibles impactos negativos derivados de la limitación al acceso de los servicios bancarios ocasionados por los cierres de sucursales en estas comunidades.

I Sucursales en poblaciones de baja densidad - 2012

POBLACIÓN	NÚMERO DE SUCURSALES	PORCENTAJE RESPECTO AL TOTAL DE SUCURSALES EN ESPAÑA
Entre 10.000 y 5.000 hab.	224	10%
Menos de 5.000 hab.	272	12%
TOTAL	496	22%

Asimismo, cuenta con dilatada experiencia en la atención de las necesidades del colectivo de extranjeros. Una muestra de ello es el "Programa Trabex", por el que se asiste a los trabajadores extranjeros residentes en España, en sus dos vertientes: integración mediante su introducción en el sistema bancario español y facilitación del mantenimiento de los lazos con sus respectivos países. Al cierre del ejercicio 2012, el Grupo cuenta con 1.241.094.498 clientes extranjeros que generan un volumen de negocio anual de 4.425,9 millones de euros.

Respecto a la bancarización en el país de origen de la población inmigrante, destaca el servicio de envío de remesas Trabex por el que se establecen condiciones preferentes en el cobro de las remesas, si se abre una cuenta corriente en alguno de los bancos con los que el Grupo tiene acuerdos. Un 95,8% de los clientes han enviado sus remesas a cuentas corrientes.

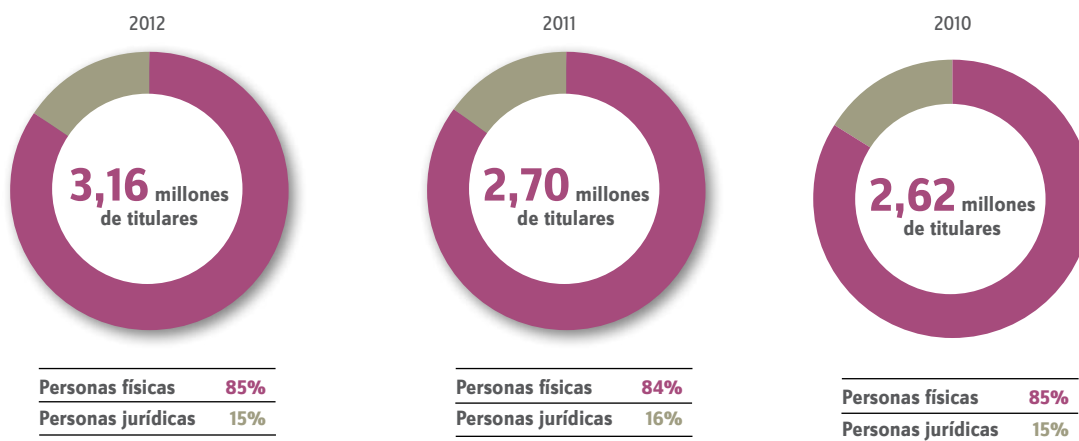
En 2012, Banco Popular ha resultado adjudicatario del concurso convocado por la Tesorería General de la Seguridad Social para realizar el pago de las pensiones a personas desplazadas o residentes en el extranjero hasta 2015. El Banco ha sido el pagador de estas prestaciones durante los últimos doce años lo que refleja la confianza del organismo público en la calidad del servicio ofrecido por el Banco. Estos pagos suponen cada año en torno a 956.000 transferencias, por un importe medio anual de 1.056 millones de euros. Las pensiones están domiciliadas en 140 países, lo que pone de relieve la capacidad del Banco de prestar sus servicios fuera del territorio nacional y su disposición para favorecer el acceso a la actividad bancaria a personas residentes en el extranjero.

Desde su creación en 2010, Banco Popular ofrece a sus clientes con problemas de audición un servicio de banca telefónica denominado “Telesor”, que garantiza la misma funcionalidad que las centralitas telefónicas de voz utilizando medios de comunicación basados en texto escrito.

3.2.2. Banca Multicanal

Banco Popular entiende hoy su relación con sus clientes de una forma multicanal y, por ello, tiene como principal función evolucionar y crear entornos capaces de dar respuesta a clientes con necesidades de interacción cambiantes marcadas por la inmediatez, la necesidad de información, la personalización y la seguridad. A través del servicio de Banca Multicanal, los clientes pueden realizar y consultar el estado de sus operaciones, vía Internet, telefonía fija y móvil.

Distribución de clientes de Banca Multicanal de Grupo Banco Popular - 2010/2012



Los datos del gráfico correspondiente a 2012 muestran los clientes de Banca Multicanal procedentes de Banco Popular y Banco Pastor. Los contratos de ambas entidades son muy similares pero no contienen las mismas especificaciones, por lo que es necesario destacar que, de la cifra total detallada, 303.793 personas físicas y 42.091 personas jurídicas corresponden a Banco Pastor.

La seguridad de los canales es una premisa en la gestión del Banco y, por ello, los clientes cuentan con una serie de elementos de protección y seguridad en su operativa de banca a distancia:

- Código de acceso personal o identificación mediante DNI electrónico
- Distintos métodos de firma como la tarjeta de coordenada
- Servicio de alertas de seguridad en el móvil
- Servicio de atención telefónica especializada
- Web transaccional reforzada con certificados SSL

Canal Internet

Se ha mantenido la tendencia de crecimiento de la actividad en el canal, siendo el número de clientes activos en Internet de 594.403, lo que significa un incremento del 2,71% con respecto a 2011. La cifra anterior tiene en cuenta el descenso de clientes derivado del traslado de clientes a la Banca por Internet de Targobank, pero no incluye los 168.979 clientes activos en el Canal Internet de Banco Pastor.

Durante 2012 se ha continuado monitorizando la calidad del servicio ofrecida por este canal, lo que ha permitido mantener unos niveles positivos de servicio de Atención al Cliente y disponibilidad. Para alcanzar estos niveles, el Banco se preocupa por conocer a los clientes y sus expectativas, igual que se hace desde la sucursal, para saber cómo operan y qué necesitan para ofrecérselo con la mejor calidad de servicio. Proporcionar a los clientes una oferta diferenciada, en función de sus requisitos e intereses, aumenta las posibilidades de fidelización y por tanto de éxito.

Asimismo, se ha ampliado la funcionalidad, tanto en el área de *Particulares* como de *Empresas*, lo que ha permitido mejorar la respuesta a las necesidades de consulta y operación de los clientes, además de posicionar al Banco como referente del sector en la Banca por Internet en España, según AQMETRIX.

En cuanto a la accesibilidad del servicio, Banco Popular tiene por objetivo hacer sus canales más accesibles a todos los usuarios independientemente de sus limitaciones y circunstancias. Por ello, realiza auditorías y certifica su web satisfaciendo los requisitos del nivel "Doble-A Technosite + Euracert WCAG 1.0".

Banco Popular es un REFERENTE EN BANCA POR INTERNET, según Aqmetrix

AVANCES REALIZADOS EN BANCA POR INTERNET

Se han desarrollado las siguientes iniciativas para mejorar la adaptación del Canal Internet a las necesidades de los clientes:

- **Estudios de usabilidad.** En base a una muestra de clientes, que realizaron una serie de operaciones simuladas, se ha obtenido más información sobre el uso del Canal y las principales limitaciones que encuentran los clientes para la consecución de las operaciones más frecuentes que realizan.
- **Desarrollo de *focus group*.** Se han realizado cuatro grupos de discusión con clientes de Banca por Internet de diversos perfiles. El objetivo, era profundizar en cómo perciben el servicio, qué temas les preocupan y qué aspectos son susceptibles de mejora con el fin de tenerlos en cuenta en la renovación del Canal.
- **Mejora de la estructura de contenidos.** Con el objetivo de favorecer el acceso a la información por parte de los usuarios, se ha procedido a redefinir la estructura general del Canal. Esta iniciativa se orienta a mejorar la navegación por la web y facilitar la búsqueda de opciones y contenidos.



Canal Móvil

El Canal Móvil sigue afianzándose entre los clientes como un canal más de comunicación con el Banco, tal y como demuestra el crecimiento mes a mes tanto del número de usuarios como de transacciones efectuadas. Son ya más de 205.000 clientes los que utilizan sus servicios, generando de promedio mensual más de 3,9 millones de transacciones de actividad directa al mes, lo que significa duplicar este dato respecto al cierre del año anterior.

Con el objetivo de mejorar la calidad de los servicios, se ha puesto en funcionamiento un nuevo proceso de recepción y clasificación de las sugerencias emitidas por los clientes a través de los diferentes canales (Call Center y web) sobre los servicios ofrecidos por el Canal Móvil.

167%
aumento de los
CLIENTES DE
BANCA MÓVIL
respecto a 2011

Asimismo, durante 2012 se ha seguido ampliando la oferta de operativas ofrecidas a los clientes dentro de cada uno de los tres servicios fundamentales de este canal:

- **Servicio de avisos SMS:** se han realizado diferentes acciones comerciales con la finalidad de identificar usuarios potenciales y aumentar los clientes del servicio, lo que ha permitido incrementar en un 15% los mismos.
- **Banco en el móvil:** el uso por parte de los clientes del portal de banca móvil de Banco Popular (www.bancopopular.mobi) ha crecido un 167% respecto a 2011.
- **Aplicaciones móviles:** el auge actual de estas aplicaciones, es una tendencia tecnológica que para el Banco no ha pasado desapercibida. Atendiendo a las necesidades y demandas de los clientes, a lo largo de 2012 se ha publicado una nueva aplicación nativa para la nueva plataforma móvil de Windows y se han incorporado nuevas funcionalidades a aplicaciones ya existentes.

Canal Telefónico

Durante 2012, el Canal Telefónico ha continuado implantando iniciativas orientadas a cumplir con el compromiso de mejorar la satisfacción de los clientes. Por un lado, a través de la oferta de nuevos servicios como la actualización de datos básicos del cliente sin necesidad de desplazarse a la sucursal y la creación del servicio de información de la integración de Banco Pastor; y por otro lado, incidiendo en la mejora de la calidad del servicio prestado.

En este sentido, el servicio de Canal Telefónico permite, a través del desarrollo de encuestas telefónicas, monitorizar la calidad de la atención prestada y, por tanto, identificar los puntos de mejora para incrementar la calidad de servicio, la disponibilidad y el rendimiento. El resultado de las 101.874 encuestas realizadas en 2012 es el siguiente:

Resultados de las encuestas telefónicas de calidad - 2012

	INFORMACIÓN GENERAL	BANCA ELECTRÓNICA/ TELEFÓNICA	MEDIOS DE PAGO	bancopopular-e
Índice global de calidad de servicio	9,14	9,22	9,44	9,00
Índice global de satisfacción	9,00	9,10	9,38	8,76

3.2.3. Calidad y satisfacción

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

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

Modelo de Calidad Comercial

En 2012 se ha avanzado en la consolidación del Modelo de Calidad Comercial del Grupo, orientado a identificar y mejorar la percepción que tienen los clientes actuales y potenciales del servicio prestado por el Banco.

El Modelo de Calidad Comercial permite conocer, valorar y cuantificar la satisfacción de los clientes con el servicio prestado en la red de sucursales, a través de la recogida de diversas variables relacionadas como la profesionalidad de los empleados, el trato recibido, el asesoramiento dado y la gestión de incidencias. Para ello, Banco Popular Español ha llevado a cabo en 2012 diferentes actuaciones, entre las que destacan:



- Más de 50.790 encuestas telefónicas para conocer la calidad percibida del cliente tras su paso por la sucursal, obteniéndose una valoración media anual de 8,34.
- Cerca de 7.275 estudios de *mystery shopping* por los que se evalúa la calidad de servicio prestado por los empleados de la red comercial, que han dado como resultado una valoración media anual de 6,07.
- Encuestas *on-line* para conocer la proclividad a la contratación de nuevos productos por parte de clientes y no clientes.
- *Focus group* previos a la comercialización de determinados productos para empresas.

MODELO DE CALIDAD vinculado a la consecución de objetivos de los empleados

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

BANCO POPULAR: EL PERFECTO ANFITRIÓN

Enmarcado dentro del Modelo de Calidad Comercial, se ha lanzado un programa novedoso a todos los empleados de la red, llamado "El Perfecto Anfitrión". Es una iniciativa creada para transmitir de manera efectiva la cultura de calidad de servicio en la red comercial, con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes en el Banco.

Basado en el concepto del "perfecto anfitrión", efectúa un paralelismo entre la vida real y el entorno profesional que lleva a ilustrar como un perfecto anfitrión consigue que los invitados (clientes actuales y potenciales) disfruten de una buena experiencia en su casa (oficina).

De este modo, se busca concienciar a los empleados de la red de su protagonismo como principal eslabón en el Modelo de Calidad, introducir nuevos hábitos en la relación comercial para lograr la excelencia en el servicio y fortalecer la opinión que los clientes actuales y potenciales tienen del Banco.



Servicio de Atención al Cliente

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

Durante 2012 se han producido 8,38 quejas o reclamaciones por cada 10.000 clientes -frente a las 7,34 del ejercicio anterior-. Tan sólo tres de ellas han estado relacionadas con la vulneración de los Derechos Humanos y fueron resueltas de manera favorable a la actuación del Banco.

Incidencias resueltas por el Servicio de Atención al Cliente - 2010/2012 (*)

	2012	2011	2010
Reclamaciones	6.606	4.623	5.170
Quejas	1.434	1.727	1.556
Consultas	787	767	955
TOTAL	8.827	7.117	7.681

(*) El incremento con respecto a 2011 se debe a que se han incluido las incidencias resueltas procedentes de Banco Pastor.

3.2.4. Transparencia en la información

Banco Popular asume el compromiso de facilitar información transparente y veraz de las características y condiciones de sus productos y servicios. Por ello, la publicidad del Banco cumple rigurosamente con las normativas de los países en los que opera y observa los principios de protección de los derechos del cliente, respeto a la ética publicitaria y la utilidad de la publicidad para sus destinatarios. En este sentido, en 2012 no se ha producido ningún incidente que haya conllevado imposición de multa o sanción significativa en relación con la información publicitaria ofrecida sobre los productos.

Con motivo de la adhesión a Autocontrol, asociación sin ánimo de lucro que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitario español, el Banco está haciendo uso del sistema de asesoramiento previo (*copy advice*) como herramienta que contribuye al control preventivo de la corrección de la publicidad. El 100% de las campañas publicitarias realizadas desde el momento de la adhesión a Autocontrol han pasado por este trámite de aprobación.

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

En este sentido además, cabe destacar la concesión del certificado de Responsabilidad Corporativa otorgado a Banco Popular por parte de Autocontrol, por el que acredita la actuación ética y responsable de la Entidad en materia de información publicitaria.

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

Además, el Grupo está sujeto al *Código de Conducta Publicitaria de Inverco*, que recoge las normas deontológicas de la actuación publicitaria y asume voluntariamente el compromiso de garantizar rigurosamente la exactitud de todas sus comunicaciones comerciales.

3.3. PROTECCIÓN Y SEGURIDAD DE LAS OPERACIONES

3.3.1. Protección de Datos

El Grupo dispone de una serie de normas internas de actuación, recogidas en la "Política de Seguridad de los Sistemas de Información", con el fin de proteger eficientemente la información desde un enfoque preventivo, reactivo y dinámico. Como culminación de esta política, diseñada para minimizar los riesgos de incumplimiento y asegurar la coordinación entre las distintas áreas afectadas, se creó el Comité de Protección de Datos de Carácter Personal.

Sobre la base de esta política se han adoptado normas y procedimientos para garantizar la seguridad de los sistemas informáticos y dar cumplimiento a las exigencias legales que establecen la sociedad de la información, el comercio electrónico y el tratamiento de datos de carácter personal. Asimismo, en el clausulado de todos los contratos se informa al cliente de los derechos que le otorga la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) en cuanto a la utilización de sus datos personales. En lo que se refiere a los empleados, se mantiene la advertencia permanente acerca de la importancia del estricto cumplimiento de dicha Ley.

Por otro lado, la publicidad que, por cualquier medio, realicen las entidades de crédito pertenecientes al Grupo sobre operaciones, productos o servicios financieros donde se haga referencia a su coste o rendimiento para el público está sometida tanto a la implantación interna de la Directiva MiFID, como al régimen de supervisión por parte de las instituciones públicas correspondientes.

A lo largo de 2012, el Grupo ha recibido ocho requerimientos de información y no ha sido objeto de ninguna inspección de la Agencia Española de Protección de Datos. Asimismo, se ha iniciado un procedimiento sancionador a Banco Pastor S.A. (hoy Banco Popular Español), otro a Pastor Serfin S.A. y otro a Banco Popular por infracciones en materia de protección de datos y se ha recibido una resolución por la que se estima el recurso de reposición interpuesto frente a la resolución dictada en el procedimiento sancionador abierto a Banco Pastor durante este mismo ejercicio.

3.3.2. Seguridad del cliente

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

Medidas de seguridad de tipo interno

El Grupo lleva a cabo una labor de detección y revisión de las incidencias detectadas en las operaciones cursadas a través de Internet con el fin de evitar operaciones fraudulentas. De este modo, en 2012 se han tratado casi 6,1 millones de transacciones, entre operaciones de *Hal Cash* y transferencias en España y 0,86 millones de transacciones en Portugal.

La partida más elevada en el fraude soportado durante el ejercicio corresponde a operaciones con tarjetas de crédito. Para reducir su incidencia y reforzar las medidas disponibles, existe un equipo específico cuyo cometido principal es la detección, análisis y prevención de este tipo de operaciones y, en su caso, la verificación con el cliente de las transacciones dudosas. En el transcurso del año 2012 este equipo ha tramitado el análisis de 0,72 millones de transacciones.

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

Medidas de colaboración interbancaria

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

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



3.4. DESARROLLO RESPONSABLE DE LA ACTIVIDAD

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



BANCO POPULAR ANTE LA ACTUAL SITUACIÓN HIPOTECARIA

Desde el inicio de la crisis económica, es práctica consolidada del Banco ofrecer, especialmente a sus clientes con primeras viviendas hipotecadas, diferentes soluciones alternativas que ayuden a paliar la situación derivada de la incapacidad transitoria de pago de sus obligaciones.

En los casos en los que ha sido imposible el pago de la deuda e inevitable su reclamación judicial, Banco Popular no ha procedido al desalojo forzoso de ninguna familia cuya vivienda habitual se hubiera adjudicado en un procedimiento de ejecución hipotecaria, alcanzando siempre acuerdos puntuales con sus ocupantes.

Este asunto de máxima relevancia social, ante el que el Banco ha mostrado su absoluta sensibilidad en todo momento, está siendo tratado a través del Gobierno, el Banco de España y la Asociación Española de Banca. En paralelo, el Banco se ha adherido al llamado Código de Buenas Prácticas (regulado por el RDL 6/2012) y ha participado en el "Convenio para la configuración del Fondo Social de Viviendas", firmado en enero de 2013, por el que cederá 336 viviendas para su alquiler a familias desahuciadas.

3.4.1. Inclusión de criterios ASG en las operaciones de *Project Finance*

El Grupo continua avanzando en la inclusión de los criterios ASG (ambientales, sociales y de gobierno) en la evaluación del riesgo. Si bien en 2011 definió un procedimiento para la evaluación de estos criterios en el circuito de aprobación del riesgo de crédito, durante 2012 ha establecido las bases para la adhesión a Principios de Ecuador en 2013. El objetivo es que las operaciones de *Project Finance* de mayor importe se gestionen bajo el marco común de Principios de Ecuador, aportando mayor control y exhaustividad al proceso de evaluación del riesgo.

3.4.2. Inversión Socialmente Responsable

En 2012, el Grupo ha estado presente en los siguientes fondos de inversión que tienen en consideración los criterios de carácter social y medioambiental:

- **WAGA MICROFINANCE FUND SCA SICAR.** Invierte en instituciones de microfinanzas y similares para dar apoyo a microemprendedores y pequeñas empresas, principalmente, en Iberoamérica y Asia, a través de inversiones en deuda (70% del valor) y en capital o híbridas con puesto en el Consejo de Administración (30%). Tiene un doble objetivo: la obtención de retorno financiero para los inversores y la inclusión financiera de los colectivos más desfavorecidos.
- **PBP BIOGEN, FI.** Es un fondo de inversión gestionado por Popular Gestión Privada que invierte el 50% en valores de farmaindustria, un 25% en cuidado de la salud y el 25% restante en biotecnología. Este fondo tiene carácter solidario y cede parte de su comisión a la Fundación para la Investigación Médica Aplicada (FIMA) para el desarrollo de sus proyectos de investigación. FIMA colabora con Popular Gestión Privada en la selección de valores, sobre todo en el campo de la biotecnología.



Además, Popular Banca Privada ha comenzado a definir un nuevo producto de inversión en microfinanzas, el AMBERS MICROFINANCE. FUND, con el fin de ampliar su cartera de productos responsables en 2013. Se trata de un fondo que invierte en instituciones de microfinanzas y similares en América Latina, Asia y África a través de inversiones en deuda (60% del valor) y en capital (40%) y está dirigido a inversores institucionales, privados, fundaciones e instituciones religiosas. Además, el gestor del fondo liga su participación en beneficios al desempeño social conseguido por la cartera de inversiones.

En el marco de colaboración con Dexia Asset Management, Popular Banca Privada distribuye la SICAV Dexia Sustainable, cuyo patrimonio en 2012 ascendía a 1.359 millones de euros. Dexia Asset Management es líder a nivel europeo en Inversión Socialmente Responsable gestionando más de 18.000 millones de euros de activos. Cuenta con un equipo dedicado al análisis extrafinanciero de las empresas, que pone en práctica un proceso de inversión que aúna la selección basada en criterios puramente financieros con el estudio de factores de Responsabilidad Corporativa.

3.4.3. Observancia de los Derechos Humanos

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

Además, de forma voluntaria y con el ánimo de prevenir posibles incumplimientos, la mayoría de las operaciones financieras de envergadura se coordinan por el departamento de Banca Mayorista que tiene en cuenta su observancia a la hora de evaluar sus operaciones. Además, en aquellos casos en que cualquiera de las partes así lo solicite se incluyen cláusulas contractuales específicas al respecto. En este sentido, se mantienen los préstamos sindicados, en Estados Unidos y España, en los que se hace especial reconocimiento al derecho a la salud de las comunidades donde se desarrollan las actividades objeto de financiación.

Asimismo, el Banco es empresa signataria de los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, ratificando de este modo que la actividad desarrollada se realiza conforme a los diez principios establecidos por esta iniciativa internacional, basados en los Derechos Humanos, laborales y medioambientales y de lucha contra la corrupción.

3.4.4. Gestión de la morosidad

El Grupo dispone de una oficina dedicada a esta función cuyo objetivo es la recuperación de los saldos morosos en el menor tiempo y en las mejores condiciones posibles. Así, desde el momento en que se detectan situaciones de dificultad que puedan dar lugar a impagos, se actúa apoyando al cliente en la anticipación y definición de la solución que mejor se adapte a su situación financiera a través del diseño de un calendario de amortizaciones adecuado.

La ratio de morosidad en 2012 ha sido del 8,98% para la actividad en España, mientras que la tasa de cobertura con garantía de la morosidad ha sido del 115,16%.

100%
aplicación del
principio de
observancia de
los **DERECHOS**
HUMANOS en
productos y servicios



3.5. PRODUCTOS CON ESPECIAL BENEFICIO SOCIAL

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

3.5.1. Financiaciones preferentes

Convenios ICO

El Grupo ha mantenido los acuerdos de colaboración con el Instituto de Crédito Oficial (ICO) para conceder financiación a las empresas y autónomos que lleven a cabo proyectos de desarrollo de su actividad, así como para dotar de liquidez a empresas que están en una situación transitoria de restricción de la misma, lo que le ha permitido ser la primera entidad en financiación a empresas con fondos ICO durante 2012.

En total se han desarrollado 17 convenios realizándose más de 35.903 operaciones por un importe superior a los 2.590 millones de euros.

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

- **ICO INVERSIÓN**, que incluye la anterior línea ICO Inversión Sostenible, ha alcanzado 14.932 operaciones con un volumen de 954,7 millones de euros.
- **ICO EMPRENDEDORES**, línea de financiación para el desarrollo de nuevas empresas, ha producido 219 operaciones y 7,79 millones de euros.

En 2012, más de 29.916 empresas se han visto beneficiadas de estas líneas de financiación, lo que supone el 2,45% del total de empresas clientes del Grupo.

**Banco Popular,
PRIMERA ENTIDAD
en financiación a
empresas con fondos
ICO en 2012**

Catering de Julio

Editorial de Silvia

LA MEJOR FINANCIACIÓN ESTÁ MUY CERCA DE TI

Es el momento de apoyar a todos los que necesitan invertir en sus negocios, ideas y proyectos.

LÍNEAS ICO 2012 PARA AUTÓNOMOS Y EMPRESAS

SOLICITA AQUÍ TU PRÉSTAMO ICO.



I Líneas de negocio desglosadas por productos con especial beneficio social – 2012

BANCA COMERCIAL					
	NOMBRE DE PRODUCTO / SERVICIO	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	VALOR MONETARIO	% RESPECTO AL TOTAL DEL ÁREA
Financiaciones preferentes	Convenios ICO	Líneas de financiación preferente para PYMEs y sectores específicos.	PYMEs y trabajadores autónomos	2.590.534.185 €	1,50%
	Programa de Créditos a la Excelencia Académica	Financiación de estudios bajo condiciones especiales.	Estudiantes	4.299.807 €	0,0025%
Particulares	Particulares extranjeros	Servicios financieros adecuados a las necesidades específicas del colectivo inmigrante.	Personas físicas o personas jurídicas	307.736.188 €	0,18%
Medios de pago	Visa Mensajeros de la Paz	Tarjetas de crédito Affinity, en las que un porcentaje de su consumo se destina a una ONG.	Personas físicas o personas jurídicas	14.349.178 €	0,22%
	Visa Domund				
	Visa Aldeas Infantiles				
	Visa Misiones Salesianas				

GESTIÓN DE ACTIVOS					
ÁREA	NOMBRE DEL PRODUCTO / SERVICIO	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	VALOR MONETARIO	% RESPECTO AL TOTAL DEL ÁREA
Fondos de inversión	WAGA MICROFINANCE FUND SCA SICAR	Fondo de inversión en microfinanzas que favorece la inclusión en el sistema bancario de colectivos desfavorecidos.	Instituciones de microfinanzas y similares	16.737.000 €	0,23%
	PBP BIOGEN, FI	Fondo de inversión de carácter solidario.	Personas físicas o personas jurídicas	4.048.526 €	0,06%
Planes de pensiones	Plan de Pensiones de Empleo para PYMEs	Plan de pensiones específico para PYMEs.	PYMEs	44.438.793 €	1,32%

ACTIVIDAD ASEGURADORA					
ÁREA	NOMBRE DEL PRODUCTO / SERVICIO	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS	VALOR MONETARIO	% RESPECTO AL TOTAL DEL ÁREA
Seguros	Euroriesgo Plus	Seguro de vida con cobertura adicional gratuita.	Personas físicas	4.196.802 €	0,99%
	Protección de Pagos	Seguro que garantiza el pago de un préstamo en caso de desempleo o incapacidad temporal.	Personas físicas	4.014.356 €	0,95%
	Plan de Ahorro Juvenil	Ahorro a medio o largo plazo para futuras necesidades del menor de edad.	Personas físicas	21.185.089 €	9,52%

3.5.2. Financiaciones para PYMEs

El modelo de negocio de Banco Popular está muy orientado a la prestación de servicios para PYMEs. Como muestra de ello, el Grupo dispone de varias líneas de financiación preferente para PYMEs a través de la firma de acuerdos de colaboración con diferentes entidades. A continuación se detallan las más significativas:

Líneas de financiación preferente para PYMEs - 2012

ENTIDAD COLABORADORA	OBJETO DE LA COLABORACIÓN
Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)	Impulsar el crecimiento internacional de las PYMEs españolas.
Banco Europeo de Inversiones (BEI)	Financiar los proyectos de inversión y circulante de empresas y autónomos.
Crédito a la Exportación (CESCE)	Prestar cobertura ante los riesgos de impago derivados de las ventas de productos y servicios de las empresas.

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

BANCO POPULAR APOYA A LAS PYMEs Y EMPRENDEDORES

El Banco en su labor de apoyo a las PYMEs, así como al colectivo de emprendedores, ha llevado a cabo las siguientes iniciativas con el fin de avanzar en el desarrollo de una oferta adecuada a las necesidades de sus clientes:

- **Prestación de soluciones financieras apropiadas a sus necesidades.** Incluye desde los productos tradicionales como el descuento y la cuenta de crédito para atender sus requerimientos de circulante, hasta los productos más especializados para sus inversiones en bienes de equipo, como el *leasing* y *renting*, o el *factoring* internacional en operaciones transfronterizas.
- **Participación en la III edición del Salón “Mi Empresa” en calidad de patrocinador.** Se trata de un foro de intercambio de ideas, productos y servicios para permitir a emprendedores, empresarios y autónomos encontrar soluciones a sus inquietudes de negocio.

empresas
Si tienes una idea, aquí tienes tu banco

Un día EminaZero surgió de una idea

En 1989 Banco Popular ofreció a Bodega Maturromera, S.L. la financiación necesaria para hacer realidad una idea. Y en aquel momento nació EminaZero, la primera bodega a base de uva con 0,0% de alcohol.

Así que Bodega Maturromera, S.L. más de 1.000.000 de empresas y autónomos han confiado sus proyectos a Banco Popular. Para ello, contamos con más de 2.000 sucursales y 500 gestores especializados en empresas.

Banco Popular, primer banco en disposición de Fondos ICO en 2012*.

Celia Mori, Presidente de Bodega Maturromera, S.L. - Comercio

ALTA, Descuentos, Seguros, Financiación ICO, 800 10 10 10

*Datos acumulados desde el 1 de enero hasta el 31 de mayo de 2012. Fuente: ICO.

Banco de Andalucía | Banco de Valencia | Banco de Castilla | Banco de Crédito Bahar | Banco de Galicia

empresas
Si tienes una idea, aquí tienes tu banco

Un día Lacasitos surgió de una idea

En 2005 Banco Popular ofreció a Chocolatería Lacasitos la financiación necesaria para hacer realidad una idea. Y así Lacasitos, Canguitos y Turrónes inundaron todas las rincones del mundo.

Así que Chocolatería Lacasitos, más de 1.000.000 de empresas y autónomos han confiado sus proyectos a Banco Popular. Para ello, contamos con más de 2.000 sucursales y 500 gestores especializados en empresas.

Banco Popular, primer banco en disposición de Fondos ICO en 2012*.

Olga Rogo Navarro, Directora Operativa de Chocolatería Lacasitos

ALTA, Descuentos, Seguros, Financiación ICO, 800 10 10 10

*Datos acumulados desde el 1 de enero hasta el 31 de mayo de 2012. Fuente: ICO.

empresas
Si tienes una idea, aquí tienes tu banco

Un día Neck & Neck surgió de una idea

En 1998 Banco Popular ofreció a Neck & Neck la financiación necesaria para hacer realidad una idea. A partir de entonces, 200 tiendas en 10 países empezaron vendiendo a millones de pares.

Así que Neck & Neck, más de 1.000.000 de empresas y autónomos han confiado sus proyectos a Banco Popular. Para ello, contamos con más de 2.000 sucursales y 500 gestores especializados en empresas.

Banco Popular, primer banco en disposición de Fondos ICO en 2012*.

Eduardo Zambrón, Director General de Neck & Neck

ALTA, Descuentos, Seguros, Financiación ICO, 800 10 10 10

*Datos acumulados desde el 1 de enero hasta el 31 de mayo de 2012. Fuente: ICO.

Plan Estatal de Vivienda

Sigue vigente el acuerdo firmado en 2009 con el Ministerio de Vivienda para la financiación de actuaciones protegidas del "Plan Estatal de Vivienda y Rehabilitación 2009-2012". El objetivo es permitir el acceso de los ciudadanos a viviendas tanto de compra como de alquiler, promover la urbanización de suelo para viviendas de protección oficial y mejorar el parque de viviendas mediante la rehabilitación. A 31 de diciembre de 2012, se han realizado 191 operaciones por un importe de más de 25,5 millones de euros.

Colaboración con Bancos Internacionales de Desarrollo

El Grupo mantiene acuerdos con diferentes entidades financieras con el objetivo de fomentar el comercio exterior en los países en vías de desarrollo y facilitar la internacionalización de la empresa española en países donde, hasta el momento, la relación comercial era muy limitada y donde existen sistemas bancarios poco estables. A 31 de diciembre de 2012, están en vigor acuerdos con el Banco Asiático de Desarrollo, el Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo y la Corporación Financiera Internacional dependiente del Banco Mundial.

3.5.3. Colectivos

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

Particulares y empresas

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

Al cierre del 2012, se han firmado 136 acuerdos con diversas agrupaciones de particulares y 93 acuerdos con empresas, a los que se añaden los que las Direcciones Regionales aplican a los empleados de las empresas clientes del Grupo.

Plan de Ahorro Juvenil

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

Jóvenes y mayores

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

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

ACUERDOS
DE COLABORACIÓN:

136

con particulares

93

con empresas



4. Las personas en el Grupo

Grupo Banco Popular ante sus empleados

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

Iniciativas relevantes 2012

Exitosa integración de plantillas de Banco Popular y Banco Pastor	Se ha preservado al máximo el capital humano de ambas entidades, alcanzando un acuerdo laboral que ha logrado minimizar el impacto sobre el empleo, con la negociación de prejubilaciones, jubilaciones y salidas naturales.
Ampliación del "Plan Concilia"	Aumento de dos medidas de conciliación derivadas de la fusión con Banco Pastor.
RISASolidarias	Continuación de las galas solidarias como evento de sensibilización organizado en torno a la Política de Responsabilidad Corporativa del Banco y, en especial, al compromiso social.

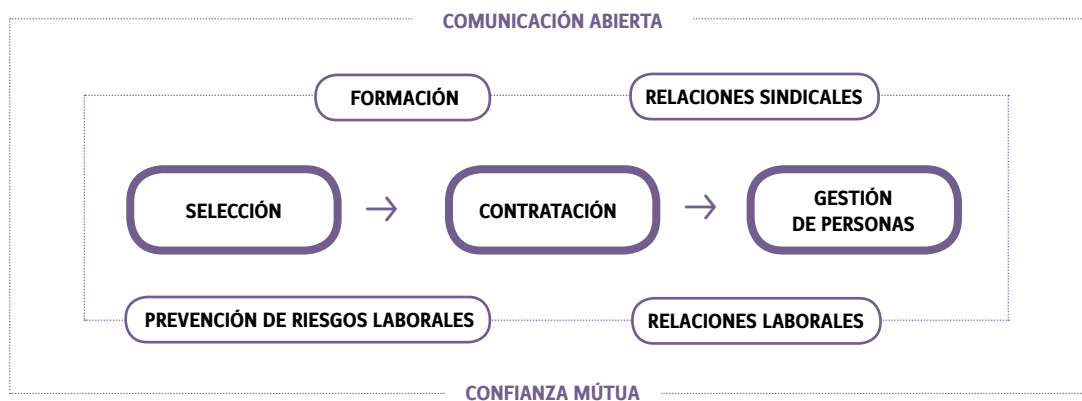
Reto 2013

Refuerzo del "Plan de Igualdad" a través de la formación y sensibilización de la plantilla.

4.1. LOS RECURSOS HUMANOS EN GRUPO BANCO POPULAR

La misión de Recursos Humanos consiste en atraer personas de alto potencial y contribuir a su desarrollo mediante la formación y la experiencia del trabajo en equipo. Las personas que integran el Grupo aprenden asumiendo rápidamente responsabilidades, adquiriendo un elevado grado de autonomía en su trabajo diario y comprometiéndose con los proyectos y consecución de resultados.

I Funciones del Área de Recursos Humanos



MÁS COMUNICACIÓN INTERNA CON MOTIVO DE LA AMPLIACIÓN DE CAPITAL

Tras el anuncio de la operación, el Presidente de Grupo Banco Popular, Ángel Ron, junto con Ángel Rivera, Director General de Negocio en España, se dirigieron a los más de 2.600 directivos del Grupo convocados en Madrid. Todos ellos pudieron escuchar de primera mano, los motivos por los que la ampliación de capital era, no solo la mejor opción para el Grupo, sino también una excelente oportunidad de inversión.

En un ejercicio de transparencia y comunicación directa con los empleados, se ofreció un análisis sobre los resultados del test de estrés aplicado al Banco y el impacto en el Plan de Negocio revisado, cuyo pilar principal era la ampliación de capital por importe de 2.500 millones de euros. Ángel Ron afirmó que esta operación era "la mejor opción para seguir preservando nuestra independencia a largo plazo". Además, el Presidente subrayó que una de las cuestiones que más confianza le generó para proponer la ampliación al Consejo de Administración era su convencimiento de que todos los empleados y, en especial, la red comercial serían capaces de superar los retos que se propusiesen.

A lo largo de todo el proceso de la ampliación de capital, los empleados han estado informados de su evolución a través de los diferentes canales de comunicación interna. Este esfuerzo de comunicación ha permitido que todas las personas que integran el Grupo se sintieran partícipes y comprometidas con los resultados de la operación. Tras la finalización de la misma, Ángel Ron se dirigió a la totalidad de la plantilla a través de un vídeo institucional donde agradecía el esfuerzo de todos y cada uno de los empleados del Grupo en el desempeño de sus funciones de cara al exitoso resultado de la ampliación.



16.501
EMPLEADOS,
 2.439
 más que en 2011
 tras la fusión con
 Banco Pastor

4.2. SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

La Oficina de Selección ejerce sus funciones atendiendo a los méritos y capacidades de los candidatos, con el máximo respeto a la no discriminación e igualdad de oportunidades. En este sentido, el Grupo no ha sido objeto, durante el ejercicio 2012, de ningún incidente que haya supuesto un episodio de discriminación hacia ningún empleado o cualquier persona afectada por las actividades del Grupo.

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

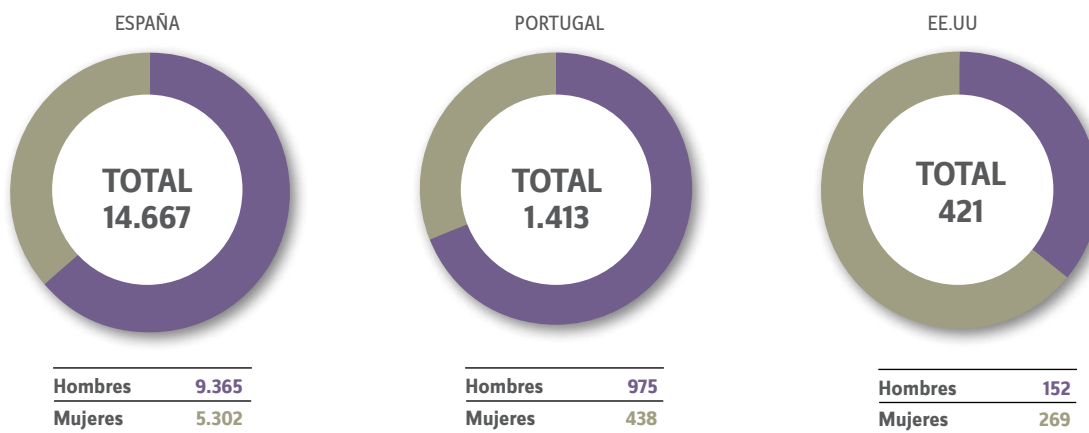
Durante 2012, se han llevado a cabo diferentes iniciativas dirigidas a la contratación directa de personas con discapacidad. Entre ellas, destaca la continuidad del "Convenio Inserta" y la publicación en las bolsas de empleo de Fundosa y *disJob*, una web de búsqueda de empleo dirigida a personas con discapacidad. El Grupo continua participando, en calidad de entidad promotora en la "V Feria de Empleo para Personas con Discapacidad" de la Comunidad de Madrid.

4.2.1. Perfil y distribución de la plantilla

En 2012, el Grupo alcanzó la cifra de 16.501 empleados, 2.439 más respecto a 2011 en el que la plantilla estaba formada por 14.062 personas. Este aumento tan notable de la plantilla obedece al proceso de fusión con el Banco Pastor. La integración de ambas plantillas se ha llevado a cabo con un alto nivel de compromiso con las personas que conforman el Grupo, preservando al máximo el capital humano de ambas entidades y trasladando progresivamente la cultura corporativa al Banco Pastor desde donde se ha hecho suya de manera natural.

La adaptación de la actividad del Grupo a mercados internacionales y la integración del potencial de las personas de distintas nacionalidades se han convertido en palancas de desarrollo de la multiculturalidad del Grupo. Sin duda, Banco Popular Portugal, TotalBank y Targobank continúan siendo el mejor reflejo de la integración de la multiculturalidad del Banco, si bien en el Grupo hay empleados de 23 nacionalidades repartidos por las diferentes áreas. Portugal, EE.UU., Ecuador, Marruecos y China son algunos ejemplos de países representados en nuestro Grupo.

I Distribución de empleados del Grupo por sexo y zona geográfica - 2012



I Nuevas incorporaciones en Grupo Banco Popular - 2012 (*)

REGIÓN	SUBREGIÓN	<30 AÑOS				DE 30 A 50 AÑOS				>50 AÑOS				TOTAL	
		H		M		H		M		H		M		Total	Tasa
		Total	Tasa	Total	Tasa	Total	Tasa	Total	Tasa	Total	Tasa	Total	Tasa		
España	Norte	4	67	6	100	3	75	4	100	-	-	0	-	17	85
	Centro	29	81	37	88	25	100	10	100	2	100	2	100	105	90
	Sur	3	75	6	75	6	100	2	100	-	-	0	-	17	85
Portugal	Norte	1	100	6	100	-	-	-	-	-	-	-	-	7	100
	Sur	1	100	5	100	2	67	2	100	-	-	-	-	10	91
EE.UU.	-	15	83	16	62	16	94	16	94	4	100	5	100	72	83
TOTAL		53	80	76	82	52	95	34	97	6	100	7	100	228	87

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

En 2012, el total de nuevas incorporaciones ha ascendido a 262 personas, de las que 30 no superaron el período de prueba establecido, siendo 14 personas de España, 15 de Portugal y 1 de EE.UU.

I Distribución de empleados de las entidades financieras de Grupo Banco Popular por grupos de edad, sexo y región - 2012

REGIÓN	SUBREGIÓN	<30 AÑOS		DE 30 A 50 AÑOS		>50 AÑOS		TOTAL		
		H	M	H	M	H	M	H	M	TOTAL
España	Norte	101	166	1.772	1.435	1.336	181	3.209	1.782	4.991
	Centro	226	311	2.504	1.875	1.471	185	4.201	2.371	6.572
	Sur	90	147	1.133	838	710	53	1.933	1.038	2.971
	Otras zonas	-	-	4	5	3	4	7	9	16
Portugal	Norte	22	47	280	90	29	4	331	141	472
	Sur	33	68	504	165	58	9	595	242	837
EE.UU.	-	34	57	88	125	30	87	152	269	421
TOTAL								10.428	5.852	16.280

I Índice de rotación de los empleados de las entidades financieras de Grupo Banco Popular por grupos de edad, sexo y región - 2012

REGIÓN	SUBREGIÓN	<30 AÑOS				DE 30 A 50 AÑOS				>50 AÑOS				TOTAL	
		H		M		H		M		H		M		Índice (%)	Nº Bajos
		Índice (%)	Nº Bajos	Índice (%)	Nº Bajos	Índice (%)	Nº Bajos	Índice (%)	Nº Bajos	Índice (%)	Nº Bajos	Índice (%)	Nº Bajos		
España	Norte	0,88	1	1,60	3	1,31	14	1,16	9	1,77	21	-	-	1,42	48
	Centro	2,02	6	2,08	8	0,78	16	1,03	15	0,72	11	-	-	0,95	56
	Sur	0,74	1	-	-	0,74	7	0,62	4	0,12	1	-	-	0,47	13
Portugal	Norte	-	-	-	-	1,42	4	1,41	1	3,85	1	-	-	1,24	6
	Sur	2,22	1	-	-	0,99	5	-	-	-	-	-	-	0,71	6
EE.UU.	-	23,08	6	35,00	21	12,50	10	14,29	18	20,69	6	9,52	8	17,04	69
TOTAL													0,50	198	

I Distribución de empleados de las entidades financieras de Grupo Banco Popular por empresa de contratación, tipo de contrato, sexo y región - 2012

REGIÓN	EMPRESA DE CONTRATACIÓN	CONTRATO FIJO		CONTRATO TEMPORAL		TOTAL	
		H	M	H	M	H	M
España	Banco Popular Español	8.811	4.835	37	50	8.848	4.885
	bancopopular-e	42	46	-	-	42	46
	Popular Banca Privada	98	61	-	-	98	61
	Targobank	356	196	6	12	362	208
Portugal	Banco Popular Portugal	909	342	17	41	926	383
EE.UU.	TotalBank	152	269	-	-	152	269
TOTAL		10.368	5.749	60	103	10.428	5.852

I Distribución de empleados de Grupo Banco Popular por colectivos, empresa de contratación y sexo - 2012

EMPRESA DE CONTRATACIÓN	TÉCNICO		ADMINISTRATIVO		SERVICIOS GENERALES		TOTAL		
	H	M	H	M	H	M	H	M	TOTAL
Banco Popular Español	7.435	4.173	1.383	712	30	-	8.848	4.885	13.733
bancopopular-e	37	37	5	9	-	-	42	46	88
Popular Banca Privada	92	58	5	3	1	-	98	61	159
Targobank	273	156	89	52	-	-	362	208	570
Banco Popular Portugal	797	242	129	141	-	-	926	383	1.309
TotalBank	90	112	62	157	-	-	152	269	421
TOTAL	8.724	4.778	1.673	1.074	31	-	10.428	5.852	16.280

4.3. GESTIÓN DE PERSONAS

4.3.1. La diversidad en Grupo Banco Popular

La diversidad es un valor clave en la gestión de los recursos humanos del Grupo. Por ello, se ha desarrollado la iniciativa "Somos Diversidad" que persigue dar a conocer el compromiso adquirido con su integración como elemento que hace de los valores, capacidades y diferencias de cada empleado, el principal activo del Banco. En esta línea, se han definido cuatro líneas de actuación: igualdad de género, apoyo a la discapacidad, distintas generaciones y diversas nacionalidades.

El Banco es empresa firmante del "Charter de la Diversidad", iniciativa europea que fomenta el compromiso de las organizaciones con los principios de inclusión de la diversidad y la antidiscriminación laboral, como elementos que garantizan la inclusión social y la eficacia de las organizaciones.

4.3.2. Igualdad de oportunidades

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



SELLO DE EXCELENCIA
en Igualdad del
Ministerio de Sanidad
y Política Social
desde 2010

En esta línea, Banco Popular, desde 2010 y por tres años, ha sido reconocido con el sello Excelencia en Igualdad, certificado que el Ministerio de Sanidad y Política Social otorga a aquellas empresas que destacan en la aplicación de políticas de igualdad de trato y oportunidades. De las 600 empresas que se presentaron para obtener este distintivo, sólo a 36 se les concedió la distinción.

4.3.3. Promoción

Los criterios sobre los que se sustenta la promoción son de carácter profesional y se basan en el mérito y capacidad mostrados por el empleado. La mayoría de los directivos son empleados que han desarrollado su carrera profesional dentro del Grupo y que, por méritos propios, y como consecuencia de la formación continuada y la experiencia del trabajo en equipo, han ascendido en su carrera profesional.

Todos los altos directivos que operan en España son de origen local. A 31 de diciembre de 2012, el Grupo contaba con un total de cuatro directores generales, cinco directores generales adjuntos y veinticuatro subdirectores generales, todos ellos de nacionalidad española. En cuanto a Banco Popular Portugal, el máximo ejecutivo es de nacionalidad portuguesa y en el caso de TotalBank, español.

I Distribución de ascensos en las entidades financieras de Grupo Banco Popular en España - 2010/2012

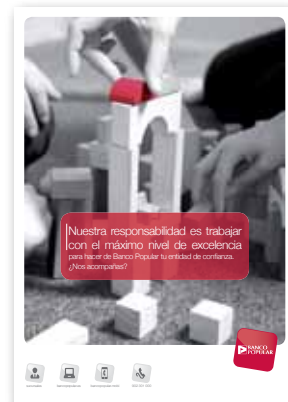
		EMPLEADOS		ASCENSOS	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%
2012	Hombres	9.350	64,26	552	53,38
	Mujeres	5.200	35,74	482	46,62
	TOTAL	14.550	100	1.034	100
2011	Hombres	8.143	68,69	785	53,40
	Mujeres	3.887	31,31	685	46,60
	TOTAL	12.030	100	1.470	100
2010	Hombres	8.158	68,31	818	56,73
	Mujeres	3.785	31,69	624	43,27
	TOTAL	11.943	100	1.442	100

Desde 2011, el "Programa Impulsando Talento" potencia la creación de una cantera de futuros directivos de áreas especializadas que se identifiquen y vinculen tanto con el proyecto de desarrollo de la Entidad, como de sus valores corporativos. Por ello, va dirigido a recién licenciados universitarios con titulación de postgrado y sin experiencia profesional, procedentes de distintas universidades y escuelas de negocio, con un expediente académico destacado y alto nivel de idiomas. Estas personas inician su carrera en el Banco después de un exigente proceso de selección.

Sistema de Evaluación del Desempeño

Este sistema permite medir el nivel de desempeño con el que cada profesional ejerce su puesto en una etapa de su carrera concreta o, si procede, reclasificarlo a una etapa diferente atendiendo a los indicadores resultantes de la evaluación.

La evaluación consta de una fase abierta en la que, tanto evaluador como evaluado, pueden compartir opiniones sobre la misma. Dicha evaluación servirá de referente para adecuar el comportamiento del empleado con lo que se espera de él, constituyendo así tanto una herramienta de comunicación interna de la organización, como una palanca para la gestión del cambio. Durante 2012 han sido evaluadas 4.466 personas, de las cuales 64% son hombres y 36% mujeres, lo que engloba al 31% de la plantilla del Grupo en España.

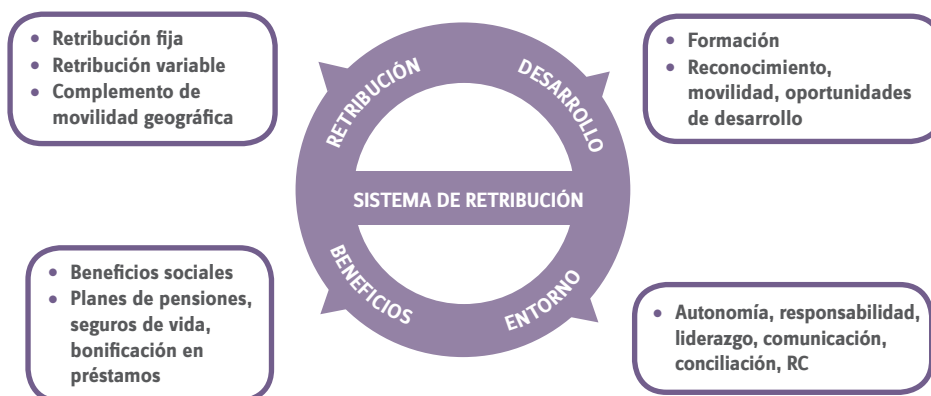


31%
de la plantilla ha sido evaluada por el SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

4.3.4. Remuneración

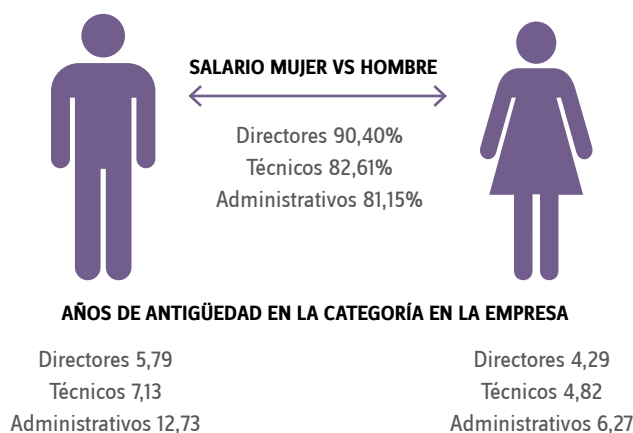
La política retributiva está alineada con la estrategia de negocio y tiene como objetivo retribuir mejor a cada empleado, de forma más equitativa y competitiva. El sistema retributivo, de aplicación en todos los bancos y sociedades del Grupo en España incide en el concepto de compensación total, que supera claramente al concepto de retribución.

I Características del Sistema de Retribución



Los salarios base de los empleados para cada una de las categorías profesionales están regulados por el Convenio Colectivo, siendo idénticos para hombres y mujeres tanto en la categoría de técnicos como de administrativos, de modo que no existe ninguna discriminación salarial por razón de sexo. El salario inicial para empleados de nuevo ingreso, establecido también en el Convenio Colectivo, es de 1.899,88 euros brutos mensuales; 2,96 veces más elevado que el salario mínimo interprofesional (641,4 euros mensuales).

I Ratio salario mujer/hombre - 2012



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

Retribución flexible

El sistema de retribución flexible, puesto a disposición de todos los empleados en activo con contrato indefinido del Grupo en España, ha tenido una acogida muy positiva. Desde su lanzamiento, en 2011, más de 2.000 empleados se han adherido a este Plan.

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

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

Más de
2.000
EMPLEADOS
adheridos al Plan de
Retribución Flexible
desde su lanzamiento

4.3.5. Beneficios sociales

La Guía de Beneficios Sociales recoge las medidas de carácter económico y social que el Grupo pone a disposición de los empleados y de sus familias. Entre estos beneficios destacan las hipotecas y los distintos préstamos a los que pueden acceder los empleados a un tipo de interés preferente, los anticipos de nómina, los planes de pensiones, avales o subvenciones, entre otros.

En 2012, tuvo lugar la actualización de los capitales asegurados de los seguros de vida que los bancos del Grupo en España tienen contratados para todos sus empleados en activo, con valores a 31 de diciembre de 2011. El capital asegurado es por fallecimiento por cualquier causa e invalidez absoluta y permanente, que se duplica en el supuesto de fallecimiento por accidente y se triplica para el supuesto de fallecimiento por accidente de circulación. La vigencia de la póliza es hasta la edad de 65 años.

Esta medida se toma en un año especialmente complicado y su objetivo es mejorar la cobertura de las posibles contingencias por fallecimiento e invalidez. El seguro de vida forma parte por tanto de los beneficios sociales con los que cuentan los empleados por el hecho de trabajar en Grupo Banco Popular.

EL BANCO SE UNE AL "COMPROMISO FAMILIA"

En colaboración con la Fundación Juan XXIII, el Banco ofrece a los empleados que tengan a su cargo una persona con discapacidad el programa "Compromiso Familia". Se trata de un servicio gratuito de asesoramiento dirigido a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad y sus familias, ayudándoles a encontrar los apoyos necesarios para solventar sus necesidades personales y/o sociales, y potenciando su propia implicación en la resolución de sus problemas. Además, "Compromiso Familia" presta especial atención a la búsqueda de empleo y formación para las personas con discapacidad con el fin de favorecer su integración sociolaboral.

El asesoramiento se lleva a cabo de forma exclusiva e individualizada por un equipo multidisciplinar de la Fundación Juan XXIII, integrado por psicólogos, educadores y preparadores laborales, garantizando así la confidencialidad de las consultas.

Esta iniciativa complementa las medidas de conciliación en apoyo a la discapacidad implantadas en el Grupo desde el año 2005. Las medidas de "Ayuda familiar para situaciones especiales" y "Ayuda económica para empleados con discapacidad" tienen por objeto apoyar y ayudar a las familias en la mejora de su calidad de vida.



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

Los empleados en España y Portugal tienen acceso a 32 medidas de conciliación que tienen por finalidad facilitar la conciliación de su vida personal y laboral. Tras la fusión con Banco Pastor, se ha ampliado el Plan Concilia con dos medidas nuevas: "Licencia no retribuida para técnicas de reproducción asistida" y "Anticipo para necesidades de personas dependientes con discapacidad".

PLAN CONCILIA
en 2012: más de
3.800 peticiones
gestionadas cuya
inversión supera los
2,6 millones de euros

La solicitud se dirige a la Oficina de Compensación y Beneficios a través del *Portal del Empleado* y la concesión es, en la mayoría de los casos, inmediata debido a la automatización del proceso. Desde 2005 se han gestionado más de 18.800 peticiones, habiéndose tramitado en este ejercicio 3.826 peticiones. El Plan Concilia ha supuesto, en este ejercicio, una inversión de más de 2,6 millones de euros y casi 16 millones de euros desde su creación. Las medidas más solicitadas han sido las siguientes:

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

I Principales medidas de conciliación recogidas en el "Plan Concilia"



Ampliación del disfrute del período vacaciones
Cobertura bajas maternales
Días adicionales por cesárea
Días de libranza por fidelidad y vinculación
Excedencia formativa
Excedencia para el cuidado de familiares
Excedencia para el cuidado de hijo menor de 3 años
Excedencia solidaria
Licencia no retribuida adopción extranjero
Licencia retribuida madres trillizos o hijos con discapacidad
Semanas adicionales retribuidas



Flexibilidad durante la primera semana curso escolar
Flexibilidad horaria hijos menores 6 años
Horario continuado por hijos hasta los 3 años
Horario especial en el último mes embarazo
Reducción jornada por cuidado a familiares
Sustitución hora lactancia por licencia
Licencia no retribuida para técnicas de reproducción asistida **NUEVO**



Anticipo para adopciones
Ayuda especial empleados/as con discapacidad
Ayuda familiar para situaciones especiales Cheques guardería
Complemento maternidad/paternidad
Anticipo para necesidades de personas dependientes con discapacidad **NUEVO**



Formación en materia de igualdad

Planes de pensiones

Los compromisos para cubrir las contingencias de jubilación, fallecimiento e invalidez de la plantilla de los bancos del Grupo en España se encuentran totalmente externalizados e instrumentados mediante planes de pensiones del sistema de empleo y pólizas de seguro. Dichos compromisos se recogen en mayor detalle en la Nota 15p) del Informe Anual 2012.

La existencia de planes de pensiones de empleo en Banco Popular Español, Targobank y bancopopular-e implica la participación de los trabajadores en su gestión, a través de sus respectivas comisiones de control. Europopular Integral es el fondo en el que se encuentran integrados los planes de pensiones de empleo existentes en el Grupo. Al cierre de 2012 contaba con un patrimonio de 816 millones de euros, 13.032 partícipes y 2.068 beneficiarios. A estos datos habría que añadir los correspondientes al Plan de Pensiones de los empleados de Banco Pastor cuyo patrimonio, a la misma fecha, ascendía a 158 millones de euros, siendo 3.762 los partícipes y 238 los beneficiarios.

Por otra parte, con motivo de la integración de Banco Pastor, en junio de 2012, la Dirección del Grupo Banco Popular y la representación sindical de ambas entidades suscribieron un acuerdo para la convergencia y homologación de las condiciones laborales de aplicación a la plantilla resultante de la fusión. En el primer semestre de 2013, está prevista la integración del Plan de Pensiones de los empleados de Banco Pastor en el Plan de Pensiones de los empleados de Banco Popular.

PLAN DE PENSIONES del Grupo

974
millones de euros

13.032
partícipes

2.068
beneficiarios

4.4. FORMACIÓN

El desarrollo de los profesionales es una pieza clave para hacer frente a los retos de negocio. Por ello, la misión de la Oficina de Formación y Desarrollo es potenciar un modelo de mejora profesional continua, teniendo en cuenta el modelo de negocio, la cultura corporativa y la adaptación al entorno. Las principales áreas de actuación del departamento son las siguientes:

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

La subvención recibida en este ejercicio de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo, entidad perteneciente al Sector Público Estatal, ha sido de 1,41 millones de euros, frente a 1,43 millones de euros del año anterior.

I Horas de formación de empleados por categoría y sexo - 2012

	TÉCNICOS	ADMINISTRATIVOS	HOMBRES	MUJERES
				
PROMEDIO	19,70	5,74	16,43	19,41
TOTAL	241.558	12.971	153.594	100.935

Más de
254.000
horas de FORMACIÓN
en 2012



EL BANCO ACTUALIZA SU PORTAL DE FORMACIÓN Y DESARROLLO

Tras más de diez años de funcionamiento, el Banco ha renovado y actualizado por completo "Formanova", sustituyéndolo por un nuevo *Portal de Formación y Desarrollo*. Este nuevo espacio, adaptado al formato del resto de portales corporativos, incluye nuevas funcionalidades, simplifica el acceso a los recursos autoformativos y permite introducir de forma progresiva una mayor variedad de recursos y metodologías pedagógicas que faciliten y potencien el aprendizaje y la gestión del conocimiento.

Durante 2012, 11.600 empleados accedieron al *portal Formanova* para consultar algún tipo de recurso formativo, lo que muestra su grado de aceptación y uso por parte de la plantilla. El nuevo *Portal de Formación y Desarrollo* aspira a incrementar esos datos de utilización y a constituir una referencia y soporte adecuados para la mejora continua de la capacitación de los empleados del Grupo.

4.4.1. Principales acciones formativas en materia de RC

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

Código de Conducta

En el *Código de Conducta* se recogen las principales pautas de comportamiento a tener presente como empleados de Grupo Banco Popular, más una Guía con los Principios de Actuación para la prevención de riesgos penales. A fin de facilitar su conocimiento por parte de los empleados, se ha habilitado una cápsula formativa al respecto.

Prevención de Blanqueo de capitales y financiación del terrorismo

- Durante 2012 han recibido formación en esta área 881 empleados, de los que un 22% eran administrativos y un 78% eran técnicos, suponiendo en conjunto un 6% de la plantilla total de Grupo Banco Popular.
- Por otra parte, el *Portal de Formación* pone a disposición de los empleados la cápsula formativa sobre Prevención del Blanqueo de Capitales, difundiendo los aspectos relevantes sobre la política de admisión de clientes del Grupo y las obligaciones de colaboración y confidencialidad en esta materia.

Gestión de la RC

- Desde 2010 se hace llegar a los nuevos empleados un pack de bienvenida con información corporativa donde se incluye un módulo sobre la Política de Responsabilidad Corporativa y las diferentes actuaciones que el Banco desarrolla en esta materia.

Inversión Socialmente Responsable (ISR)

- Durante 2012, empleados del Banco participaron en un curso de análisis de las herramientas e indicadores aplicados para la implantación y valoración de los criterios ambientales sociales y de gobierno (ASG) en las políticas de inversión. Se concluyó el curso con las experiencias aportadas por los operadores más significativos del mercado de la ISR en España.

Observancia de los Derechos Humanos

- Se han desarrollado acciones formativas para 348 personas -un 2,4% de la plantilla-, alcanzando un total de 9.818 horas. Además, desde 2011, el *Portal de Formación* pone a disposición de todos los empleados un vídeo explicativo sobre la Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- El 100% del personal de seguridad tiene formación en aquellos aspectos de los Derechos Humanos que resultan de especial interés en el desempeño de sus labores.

CÓDIGO DE CONDUCTA
formación on-line para toda la plantilla

4.5. COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

4.5.1. Comunicación interna

El Área de Recursos Humanos se caracteriza por mantener un contacto directo, fluido y constante con los profesionales del Grupo. Se fomenta un entorno en el que todos gozan de la libertad necesaria para plantear los temas que consideren de interés. Durante este ejercicio, se han realizado 4.025 entrevistas individuales, lo que supone un 29% de la plantilla en el Grupo.

BIENVENIDOS A ABELIAS

La web www.nosvamosabelias.com ha sido utilizada como canal de comunicación con los empleados que han sido trasladados a la nueva sede. En esta web están disponibles las principales características y servicios de la nueva sede corporativa del Grupo, además de información de utilidad para la gestión de los traslados y los medios de transporte de acceso al edificio. También, cuenta con una amplia galería fotográfica para conocer los diversos espacios de los que se compone el Edificio Abelias.

Como complemento a la web, la Oficina de Comunicación Interna también envió a cada empleado con destino en el Edificio Abelias un pack de bienvenida. De este modo, se entregaron las normas de uso de Abelias, junto con las normas de acceso y seguridad y las fichas de manual de uso relativas al día a día de la oficina. Estas iniciativas han servido para facilitar la adaptación a este nuevo centro de trabajo de más de 1.400 empleados.





El boletín electrónico *Canal Popular*

Boletín informativo que se distribuye a través del correo electrónico a los empleados en España y que proporciona información de interés sobre la organización. Cuenta, además, con una sección específica de RC, desde donde se informa de las novedades en esta materia.



Intranet

Permite el acceso y el conocimiento a toda la información sobre los asuntos más relevantes que afectan a la gestión del Banco como las reuniones de la Dirección General, los comunicados comerciales o el lanzamiento de nuevos productos.



La revista *Más Popular*

La revista corporativa se hace llegar a toda la plantilla del Grupo en España, Portugal y Estados Unidos con una periodicidad trimestral. Editada en papel y disponible en versión digital desde 2009, *Más Popular* permite al empleado profundizar en su conocimiento sobre la Entidad.



El Portal del Empleado

Es un canal esencial para la comunicación con los empleados y sus familias. Dividido en dos áreas -"Personal" y "Club"- ofrece información profesional y extraprofesional a la plantilla. El portal cuenta además con una sección específica de RC, ampliada desde 2010 con la iniciativa "Somos Diversidad".



Los Blogs de innovación

Foro de discusión en el que los empleados comparten su experiencia profesional y sus propuestas de mejora, con independencia de las barreras geográficas u organizativas.



El Buzón del Empleado y el Buzón de Sugerencias

Las consultas del Buzón del Empleado tratan, principalmente, sobre temas relacionados con Recursos Humanos, formación, administración de personal y el *Portal del Empleado*, mientras que aquellas tramitadas vía Buzón de Sugerencias son ideas de mejora. Durante 2012, se han recibido 391 sugerencias en el Buzón del Empleado, 204 en 2011. Respecto al Buzón de Sugerencias, se recibieron 613 consultas frente a las 521 del año anterior.



Club del Popular

Es un espacio en Internet dirigido a un colectivo de más de 6.000 personas formado por los empleados jubilados y prejubilados del Grupo. Incluye, igualmente, una sección específica de RC cuyo cometido es informativo y participativo.

CENTENARES DE EMPLEADOS Y SUS FAMILIAS DISFRUTAN DE LAS RISASOLIDARIAS

Madrid es la primera de las ocho ciudades españolas que acoge RISASolidarias, una jornada solidaria en la que los Doctores Sonrisa de la Fundación Theodora ofrecen su espectáculo "Risas de Emergencia". Durante la jornada se da a conocer a los asistentes la Política de Responsabilidad Corporativa del Banco y, en especial, el compromiso social.

Por cada familia asistente, el Banco financia la visita de los Doctores Sonrisa, los payasos de la Fundación Theodora, a un niño hospitalizado, contribuyendo así a humanizar su ingreso hospitalario. Además, gracias a la colaboración entre el Banco y la Fundación Theodora, los niños y adolescentes ingresados en el Hospital Universitario 12 de Octubre de Madrid disfrutaron de este mismo espectáculo. 'Risas de Emergencia' es una función en la que se realiza un homenaje a los pequeños pacientes y sus familias, ya que reproduce los estados de magia y sonrisas que consiguen los Doctores Sonrisa en los hospitales.



4.5.2. Relaciones sindicales

La libertad de asociación y afiliación es un derecho de cada persona. Grupo Banco Popular, consciente del respeto que debe a sus empleados, facilita los elementos necesarios para que puedan ejercer sus derechos como tales en todos los países en los que opera.

El Convenio Colectivo de Banca, de aplicación a toda la plantilla -99,7%-, a excepción de la Alta Dirección, establece que “las relaciones laborales de las empresas deben estar presididas por la no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo, religión o cualquier circunstancia personal o social”. Cualquier modificación de las condiciones de trabajo de carácter colectivo que tuviera la consideración de sustancial, debería ir precedida de un periodo de consultas con los representantes de los trabajadores, cuya duración no podría ser inferior a quince días, con el objetivo de negociar de buena fe entre las partes y poder alcanzar un acuerdo satisfactorio.

La Oficina de Relaciones Sindicales

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

Banco Popular Español cuenta con 677 delegados sindicales, incluyendo los provenientes de Banco Pastor, mientras que en Banco Popular Portugal son 5 los representantes sindicales. En Estados Unidos, los empleados son libres de pertenecer a sindicatos, pero no existe estructura sindical organizada; el tamaño de TotalBank facilita, no obstante, la participación e información de sus empleados.

677
DELEGADOS
SINDICALES en
España tras
la fusión con
Banco Pastor

El Comité Estatal de Seguridad y Salud, CESS

Este comité, de acuerdo con la normativa vigente, está compuesto con carácter paritario por representantes de la empresa y de los trabajadores y se encarga del seguimiento en materia de salud laboral y prevención de riesgos. El 95,07 % de la plantilla del Grupo se encuentra representada por estos comités.

4.6. SEGURIDAD Y SALUD

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

El “Plan de Prevención 2007-2011”, en vigor durante 2012 a través de una ampliación del mismo, tiene como objeto integrar todas las actuaciones relativas a esta materia dentro de un marco definido por la política preventiva del Grupo. Esta política fue aprobada en la Dirección General de julio de 2009, completándose con la creación de un Manual de Gestión de la Prevención, que incluye procedimientos de trabajo e instrucciones operativas en prevención de riesgos laborales.

4.6.1. Evaluaciones de riesgos

En 2012, se han efectuado 204 evaluaciones de riesgo, frente a las 434 del año anterior. Los datos recogidos en las evaluaciones se difunden a través del Portal del Empleado.

4.6.2. Formación en Prevención de Riesgos Laborales

El "Plan de Formación en Prevención de Riesgos Laborales" se ha aplicado mediante cursos presenciales distribuidos en un módulo para nuevos ingresos, impartido en las jornadas de "Sucursal Piloto" y en el módulo para interventores, en los cursos de nuevos interventores y de reciclaje periódico. Durante este año, 537 empleados han recibido esta formación.

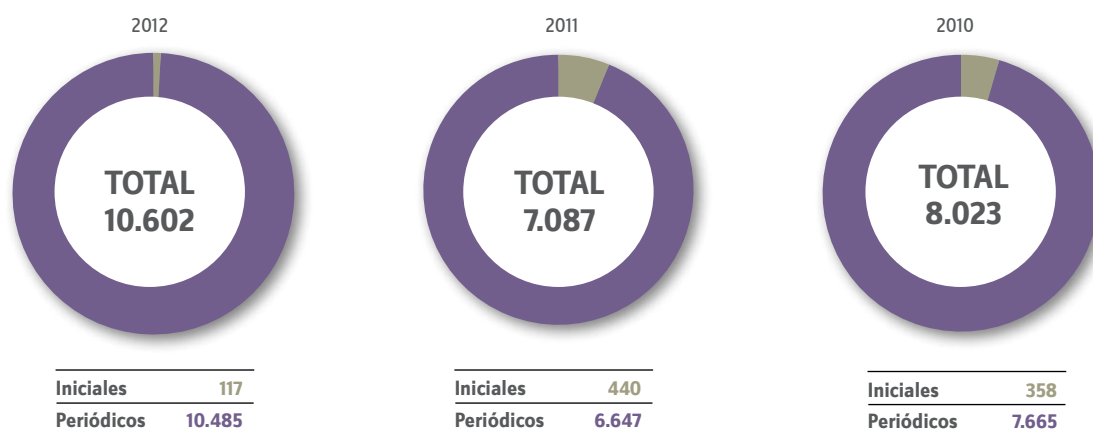
Periódicamente, se imparten cursos de actualización para los miembros del equipo de emergencia en los edificios del Grupo, así como cursos específicos en materia de primeros auxilios; en total asisten 690 empleados. La formación en riesgos laborales se completa desde 2009 mediante una cápsula *on-line*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

4.6.3. Vigilancia de la salud y accidentalidad laboral

El Grupo lleva a cabo diferentes actuaciones dirigidas a la vigilancia de la salud y la prevención de la accidentalidad laboral. En 2010, Banco Popular firmó la adhesión a la *Carta Europea de la Seguridad Vial*, plataforma que tiene por objeto disminuir la siniestralidad en las carreteras europeas. Asimismo, se han llevado a cabo jornadas de sensibilización sobre conducción eficiente y seguridad vial que han tenido por objeto trasladar los beneficios de la ecoconducción, tanto para la seguridad del conductor como para el medio ambiente.

50%
aumento de los
**RECONOCIMIENTOS
MÉDICOS**
tras la fusión
con Banco Pastor

Reconocimientos médicos realizados en Grupo Banco Popular - 2010/2012 (*)



(*) El aumento de reconocimientos médicos periódicos con respecto a 2011 se debe a la inclusión de los realizados a los empleados procedentes de Banco Pastor.



I Accidentes de trabajo de empleados de Grupo Banco Popular en España - 2012

ABSENTISMO POR ACCIDENTES DE TRABAJO	HOMBRE				MUJER				TOTAL
	NORTE	CENTRO	SUR	TOTAL	NORTE	CENTRO	SUR	TOTAL	
Accidentes totales	34	53	22	109	22	43	19	84	193
Accidentes sin baja	20	27	9	56	15	27	14	56	112
Accidentes con baja	14	26	13	53	7	16	5	28	81
Jornadas totales perdidas	272	656	723	1.651	261	377	26	664	2.316

4.6.4. Absentismo por enfermedad común y otras situaciones
I Empleados con derecho a permiso parental - 2012

	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Número de empleados con derecho a permiso parental	392	378	770
Número de empleados que ejercieron ese derecho	392	378	770
Número de empleados que, tras ejercerlo, se reincorporaron al trabajo	390	354	744
Tasa de reincorporación al trabajo tras ejercer el derecho a permiso parental	99,5%	93,7%	96,6%
Número de empleados que, un año después de una baja parental, siguen en la organización	300	276	576
Tasa de retención de empleados que, un año después de una baja parental, siguen en la organización	99,3%	97,5%	98,5%

I Volumen y tipología de absentismo de Grupo Banco Popular en España por sexo y región - 2012

	HOMBRE				MUJER				TOTAL
	NORTE	CENTRO	SUR	TOTAL	NORTE	CENTRO	SUR	TOTAL	
Bajas totales	593	605	425	1.623	496	625	377	1.498	3.121
Altas	411	441	295	1.147	341	477	262	1.080	2.227
Jornadas laborables totales perdidas	13.501	12.072	8.954	34.528	10.226	11.861	7.839	29.926	64.454
Índice de accidentes	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001
Índice de días perdidos	0,252	0,178	0,294	0,228	0,346	0,304	0,446	0,347	0,270
Índice de absentismo	1,894	1,337	2,209	1,708	2,596	1,537	3,343	2,600	2,027





5. Relación con proveedores

Grupo Banco Popular ante sus proveedores

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

Datos relevantes 2012

Volumen de compras	514,68 millones de euros gestionados desde las oficinas de Compras e Inmuebles.
Perfil de los proveedores	4.720 son proveedores locales con domicilio fiscal en España y 57 no residentes.
Facturación correspondiente a proveedores locales	508,35 millones de euros, que suponen el 98,77% de la facturación total

Reto 2013

Actualización y difusión del *Código de Conducta de Proveedores* y aceptación por parte de los mismos.

5.1. PERFIL DE PROVEEDORES Y VOLUMEN DE COMPRAS

La relación que el Grupo promueve con sus proveedores está basada en la transparencia y la confianza mutua, con el fin de garantizar una prestación de servicios eficiente y de calidad.

5.1.1. Proveedores residentes y no residentes

En 2012, el Grupo contrató productos y servicios a sus proveedores significativos, aquellos con los que se suscriben contratos relativos a aspectos claves del negocio y cuyos pagos se gestionan desde las oficinas de Compras e Inmuebles, por 514,68 millones de euros.

Información sobre proveedores residentes de Grupo Banco Popular - 2012

4.720

PROVEEDORES RESIDENTES
98,81% SOBRE EL TOTAL

508,35

MILLONES DE EUROS FACTURADOS
98,77% DEL IMPORTE FACTURADO

5.1.2. Centros Especiales de Empleo

En línea con el compromiso adquirido por el Banco con la integración socio laboral de las personas con discapacidad, se promueve la contratación de productos y servicios a Centros Especiales de Empleo (empresas cuya plantilla está formada mayoritariamente por personas con discapacidad certificada).

La colaboración mantenida con estos Centros durante 2012 ha permitido al Grupo llevar a cabo, entre otras, las siguientes actuaciones:

- Revisión de la accesibilidad web
- Digitalización de documentos
- Producción de material promocional
- Consultoría de proyectos de construcción
- Reciclado de tóners
- Organización de eventos corporativos
- Preparación y distribución de material de oficina

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



5.2. GESTIÓN DE PROVEEDORES

5.2.1. Código de Conducta y Ficha de Evaluación

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

Dicho *Código* recoge los criterios de selección y actuación que el Grupo aplica a todos sus proveedores para su homologación, de acuerdo con su cultura corporativa y los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas al que la Entidad está adherida, relativos a los derechos humanos, las normas laborales, la protección al medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

El sistema de homologación comprende una Ficha de Evaluación por la que los proveedores declaran aspectos de carácter económico y de gestión, información relativa a medidas medioambientales e indicadores de desempeño social, así como la aceptación del Código de Conducta. El Grupo ha solicitado la cumplimentación de la ficha al 100% de los nuevos proveedores, que en 2012 han sido 23.

La selección de los proveedores se basa en criterios objetivos para garantizar la máxima profesionalidad, independencia e imparcialidad; y la relación posterior en la confianza y el respeto mutuo. No obstante, el incumplimiento reiterado de los plazos y condiciones de entrega o la calidad deficiente de los productos y servicios prestados son considerados faltas muy graves a dicha confianza. En estos casos, el proveedor quedaría excluido de futuros concursos, sin perjuicio de ejecutar, en su caso, las acciones y penalizaciones contempladas al efecto.

Cabe destacar que, durante este ejercicio, no se ha cancelado ningún contrato ni rechazado a ningún proveedor debido al incumplimiento de alguna de las pautas que se exigen en la citada ficha o en el Código de Conducta.

5.2.2. Canales de consulta y diálogo

Con el objetivo de mantener una relación fluida y transparente con los proveedores, el Grupo dispone de una serie de canales generales de consulta y diálogo por el que se incorporan y gestionan las demandas de los mismos. En este sentido, el Grupo siempre está dispuesto a escuchar todas aquellas sugerencias que tengan por objeto mejorar calidades o servicio.

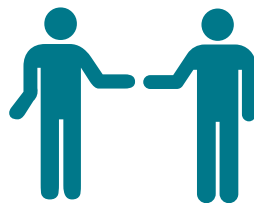
Anualmente, se invita a los principales proveedores a cumplimentar una encuesta de satisfacción con el fin de conocer los aspectos más valorados o susceptibles de mejora en la relación existente entre el proveedor y el Banco, así como en los ámbitos de la negociación, atención y facturación.

Aspectos más valorados por los proveedores - 2012



SERVICIOS

Capacidad de respuesta



TRATO

Grado de confianza en el proveedor
Atención y trato recibidos
Igualdad de oportunidades

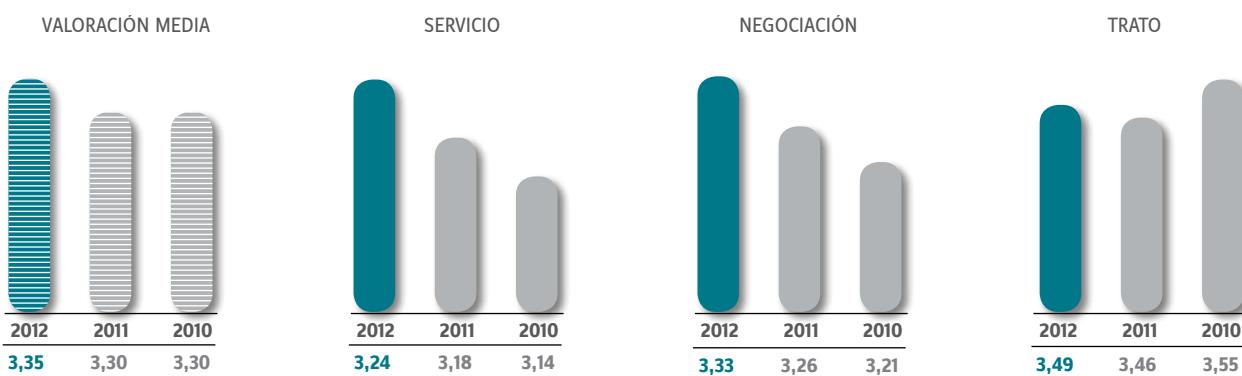


PAGO

Confianza depositada en el Grupo
Escucha en las negociaciones
Respeto de los plazos de pago

**SELECCIÓN DE
PROVEEDORES**
basada en criterios
de profesionalidad,
independencia e
imparcialidad

I Valoración de Grupo Banco Popular en la encuesta de satisfacción de proveedores - 2010/2012 (*)



(*) Escala de valoración de 0 a 4.

Como puede observarse, la valoración de los proveedores ha mejorado en el último ejercicio manteniéndose en niveles elevados de satisfacción. Destaca el aumento de la valoración de los proveedores en cuanto a la negociación por parte del Grupo, pasando de un 3,26 a un 3,33.

Ante la situación actual de mercado, Banco Popular se preocupa porque las relaciones con los proveedores sean cada vez más directas y transparentes. De este modo, se anticipa a posibles contingencias y establece las medidas a tomar de mutuo acuerdo con los proveedores, bajo una actitud colaboradora y dialogante. Algunas de las medidas desarrolladas en 2012 han sido la asignación parcial de productos estratégicos a varios proveedores o la ampliación de los plazos de contrato para garantizar las necesarias provisiones del proveedor.

Además, el Grupo muestra especial empeño en tomar en cuenta los aspectos medioambientales, de confidencialidad y protección de datos, por lo que con regularidad se revisan y actualizan los protocolos establecidos con los proveedores implicados.

NUEVO PORTAL DE PROVEEDORES DE RENTING

En 2012 se llevó a cabo una prueba piloto del nuevo Portal de Proveedores de Renting. Dicho portal dotará a los proveedores de una herramienta que permitirá tramitar el ciclo completo de las solicitudes de Renting de sus clientes, conocer en cada momento el estado de las operaciones solicitadas y, todo ello, reduciendo el tiempo de gestión y los desplazamientos.

Las operaciones realizadas en el piloto han supuesto una reducción del 50% del tiempo del ciclo completo, así como la eliminación de los trámites manuales que hasta ahora se venían realizando.

El desarrollo de este proyecto supone un paso más del Banco en la implantación de iniciativas que permitan agilizar las gestiones de nuestros clientes, reducir costes operativos y potenciar el crecimiento del negocio.



5.3. PARTICIPACIÓN EN FOROS EMPRESARIALES

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



6. Compromiso con la sociedad

Grupo Banco Popular ante la sociedad

Aportación a la economía

Banco Popular tiene un peso destacado en la creación de valor económico a escala nacional. El valor añadido creado en 2012 asciende a 3,35 millones de euros.

Líneas estratégicas de la acción social

La actividad principal del Banco se complementa con otras acciones orientadas al fomento de la educación y la formación de las personas, a la mejora de la calidad de vida de la población en países emergentes y a la integración de colectivos en riesgo de exclusión.

Fundación Banco Popular

Ordena y dirige la inversión social con total separación de la actividad bancaria y de acuerdo a los criterios de integridad, transparencia y discreción que caracterizan el modelo de Responsabilidad Corporativa del Banco.

Iniciativas relevantes 2012

Educación y formación de las personas.

Incremento de más del 26% de las cantidades dedicadas a que estudiantes, profesores e investigadores no interrumpan sus estudios ni sus proyectos de investigación por falta de recursos.

Programa de Créditos a la Excelencia

Extensión a dos universidades extranjeras de la iniciativa que facilita el acceso a una educación de calidad a estudiantes con talento y escasos recursos económicos.

Voluntariado

Convenio con la Fundación Síndrome de Down de Madrid para promover entre los empleados del Banco la integración social de las personas con discapacidad a través del voluntariado.

Reto 2013

Promoción de la educación y formación profesional para colectivos en riesgo de exclusión.

6.1. IMPACTO EN LA ECONOMÍA

La principal aportación de Banco Popular al desarrollo económico y social se define por los impactos que, con su actividad empresarial, genera en las comunidades en las que actúa: defensa de los intereses de sus accionistas, satisfacción de las necesidades de los clientes a través de sus productos y servicios, mantenimiento del empleo, fomento de proveedores locales y pago de impuestos, entre otros. A continuación se analiza el impacto económico que el Banco, con éstas y otras acciones, ha generado en 2012.

6.1.1. Aportación directa de Banco Popular a la economía

El desarrollo de la actividad de negocio del Banco comporta la generación de valor económico que incide directamente en el sistema en el que opera y que repercute en sus principales grupos de interés -accionistas, clientes, empleados, proveedores y Administraciones Públicas- y en el conjunto de la sociedad.

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

I Valor económico generado, distribuido y retenido (miles de euros) - 2010/2012 (*)

VARIABLES ECONÓMICAS	2012	2011	2010
VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO			
Margen Bruto	3.777.816	2.996.634	3.397.622
Resultado baja de activos	150.134	506.853	517.889
Ganancias activos no corrientes	-799.013	-339.111	-523.893
TOTAL VALOR ECONÓMICO	3.128.937	3.164.376	3.391.618
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO			
Empleados: gasto personal	949.734	778.756	778.266
Proveedores: gastos generales de administración	548.772	394.193	355.647
Administraciones Públicas: impuestos sociedades y tributos	-933.609	36.668	265.635
Accionistas: dividendos	0	70.007	168.750
Comunidad (sin fundaciones)	131	116	553
Compromiso con la sociedad (fundaciones)	9.050	13.513	13.493
TOTAL VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	574.078	1.293.137	1.582.344
VALOR ECONÓMICO RETENIDO	2.554.859	1.871.239	1.809.274

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

I Valor económico añadido por grupos de interés (miles de euros) - 2010/2012 (*)

GRUPO DE INTERÉS		2012	2011	2010
ACCIONISTAS	Dividendos	0	70.007	168.750
EMPLEADOS	Gastos de personal	949.734	778.756	778.266
CLIENTES	Intereses y cargas asimiladas	2.777.657	2.493.610	1.713.875
PROVEEDORES	Otros gastos generales de administración	548.772	394.193	355.647
SOCIEDAD	Impuestos sobre beneficios	-1.030.776	-39.835	206.372
	Otros impuestos	97.167	76.503	59.263
	Recursos destinados por Grupo Banco Popular	131	116	553
	Recursos destinados por las fundaciones	9.050	13.513	13.493
TOTAL VALOR ECONÓMICO AÑADIDO		3.351.735	3.786.863	3.296.219

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

6.1.2. Aportación indirecta de Banco Popular a la economía

Además del valor económico directo que Banco Popular crea y distribuye entre sus grupos de interés, hay otras aportaciones que derivan de la relación del Banco con el resto de agentes económicos y sociales. Estos efectos indirectos, que van desde la actividad económica que estimula a sus clientes hasta la contribución a la solidez y dinamismo del sistema económico o la protección del medioambiente, se producen a través de:

- Financiación de empresas del sector de las energías renovables.
- Apoyo económico a Pymes, emprendedores y negocios relacionados con la I+D+i.
- Contratación, directa e indirecta, de personas con discapacidad.
- Consumo de bienes y servicios ofertados por terceros.
- Concesión de ayudas para la formación de colectivos desfavorecidos.
- Bancarización de personas con dificultades de acceso al sistema financiero.

6.1.3. Aportación de Banco Popular a la estabilidad en el empleo

Como se recoge con detalle en el capítulo 4 de este informe, en 2012 la plantilla del Grupo creció en 2.439 personas. Este incremento se debe al proceso de fusión con Banco Pastor, en el que el objetivo primordial ha sido ofrecer la máxima protección al capital humano de ambas entidades. Además, pese a estar inmersos en un contexto económico que se caracteriza por la destrucción de empleo, Banco Popular continúa apostando no solo por la estabilidad de su plantilla sino por el fortalecimiento de las capacidades de sus empleados y por el impulso de su desarrollo profesional.

6.2. INVERSIÓN SOCIAL

I Programas de Acción Social de Banco Popular (miles de euros) - 2012



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

Durante el ejercicio 2012 se han destinado a la acción social 9,05 millones de euros, sin contar otras ayudas como las contribuciones en especie o el coste atribuido a las financiaciones preferentes.

6.2.1. Fundación Banco Popular

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

Las dotaciones que recibe la Fundación se gestionan de forma autónoma y se destinan en su totalidad al cumplimiento de sus fines sociales pues no soporta ningún gasto de gestión ni operativo. El Convenio firmado entre el Banco y la Fundación en 2008 ratificó las líneas generales de acción social que el Grupo ha venido siguiendo durante los últimos años y garantizó los recursos suficientes para su continuidad.

PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL

63 de Fundación
Banco Popular

8 de Banco
Popular Portugal

11 de TotalBank

I Líneas de acción social prioritarias de la Fundación Banco Popular



Promoción del progreso educativo, cultural y socio asistencial.

Dirigido a las personas y colectivos con más carencias económicas y en riesgo de exclusión en los países con economías en desarrollo a través de programas de acceso al microcrédito, así como otras iniciativas para mejorar las condiciones educativas, sociales y sanitarias.



Acceso a educación de calidad.

Concesión de ayudas y facilidades a quienes prueben capacidad suficiente y carezcan de medios económicos que impidan su acceso a una educación de calidad. Se presta especial atención a los proyectos que facilitan la inserción laboral.



Integración de personas con discapacidad.

Proyectos asistenciales, de formación del voluntariado y de agentes sociales.

6.2.2. Proyectos más significativos

A través de la Fundación Banco Popular, en 2012 se han puesto en marcha 63 proyectos de diverso alcance, 25 de los cuales se han desarrollado en España y 38 en el extranjero -los programas de cooperación y desarrollo se han llevado a cabo en África e Hispanoamérica principalmente-. En Portugal, Banco Popular ha colaborado en 8 proyectos que van desde la concesión de ayudas a estudiantes excelentes a la donación de material informático y de acciones de voluntariado para organizaciones solidarias. Por su parte, TotalBank concedió 45.416 dólares en donativos a diferentes asociaciones benéficas del Estado de Florida (EE.UU.), participó en 2 proyectos vinculados a la infancia (salud y prevención de abusos a menores) y organizó 9 jornadas de voluntariado profesional dirigidas a trabajadores estacionales extranjeros, madres jóvenes, minorías étnicas y jóvenes emprendedores. Además TotalBank es miembro activo de una decena de organizaciones no lucrativas que, entre otros fines, trabajan por el desarrollo económico, la salud y la igualdad de oportunidades en diferentes condados del sur de Florida.

IMPULSO DEL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO EN PARAGUAY

Banco Popular ha contribuido a la financiación de 5.140 microcréditos dirigidos a pequeños comerciantes y agricultores de los Departamentos Central, Cordillera y San Pedro. En 2012, han sido 2.481 los beneficiarios directos, de los cuales un 50,30% son mujeres y un 49,70% hombres. Los créditos, concedidos individual o solidariamente y por importes entre 100 y 400 euros, han permitido mejorar el uso de los recursos y la generación de ingresos, asegurando la sostenibilidad de comunidades rurales y favoreciendo la integración laboral de sus habitantes. Igualmente, más de 200 personas han recibido formación en seguridad alimentaria, comercialización de productos, asociacionismo y autogestión comunitaria. La aportación de Banco Popular, a través de su Fundación, ha sido de 105.201 euros, lo que representa un 1,16% de la inversión social de Banco Popular en 2012.



DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA ACCIÓN SOCIAL - 2012

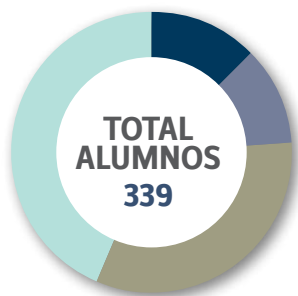


Los recursos invertidos se han destinado, principalmente, a facilitar el acceso a la educación y la formación de las personas. El número de beneficiarios de estas ayudas económicas, que se prestan bajo diversas modalidades (becas, ayudas reintegrables, préstamos blandos, etc.), fue de 4.982 personas. Destaca en este ámbito el “Programa de Créditos a la Excelencia Académica” para alumnos de la Universidad de Navarra. El convenio suscrito con la universidad contempla la posibilidad de que sea la Fundación Banco Popular quien amortice los intereses, gastos e incluso hasta el 75% del importe del crédito concedido por el Banco, a aquellos estudiantes que obtengan unas calificaciones excelentes. En el curso académico 2011/12, 296 de los 339 estudiantes que se acogieron a esta modalidad de crédito vieron recompensado económicamente su esfuerzo tal y como se muestra en el gráfico correspondiente. En el curso 2012/2013, se han formalizado 539 créditos, de los que 263 corresponden a nuevos alumnos y 276 a renovaciones de los concedidos en los tres ejercicios anteriores, y cuyo límite es de 4.299.807 euros. Por otra parte, el programa se ha extendido a 2 universidades extranjeras (Kenia y Colombia), habiéndose concedido 26 nuevos créditos por un importe total de 75.740 euros.



I Programa de Créditos a la Excelencia - 2011/2012

DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIARIOS POR TIPO DE BONIFICACIÓN OBTENIDA



Sin bonificación ¹	43
Intereses + gastos ²	38
50% crédito ³ + intereses y gastos	111
75% crédito ⁴ + intereses y gastos	147

DISTRIBUCIÓN DEL IMPORTE AMORTIZADO POR LA FUNDACIÓN BANCO POPULAR



Importe no amortizado ¹	1.211.963,07
Intereses + gastos ²	24.354,07
50% crédito ³ + intereses y gastos	533.094,47
75% crédito ⁴ + intereses y gastos	953.272,82

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

2,8
millones de euros
concedidos en
**CRÉDITOS A LA
EXCELENCIA
ACADÉMICA** en el
curso 2011/12

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

Programa de capacitación profesional de la mujer (Mombasa, Kenia)

El objetivo final de este programa es reducir el nivel de pobreza en el distrito más deprimido de la capital a través de la formación para el empleo y el emprendimiento. Los cursos, de dos años de duración, ofrecen a mujeres entre los 16 y los 25 años de edad una formación equilibrada (contabilidad, informática, inglés, hostelería) que les proveerá de las competencias precisas para mejorar sus condiciones de vida y las de su comunidad.

Apoyo educativo para menores y adolescentes en riesgo de exclusión (Madrid, España)

Estudiantes españoles y extranjeros han fortalecido sus competencias académicas y lingüísticas así como su formación reglada mediante un itinerario individualizado, con clases de refuerzo en las principales asignaturas y con un espacio asistido para el estudio del que carecen en su ámbito familiar. Los beneficiarios han sido más de 300 niños y jóvenes de entre 5 y 18 años con dificultades de aprendizaje, bajo rendimiento escolar y escasos recursos económicos.

Formación para la promoción del bienestar en la tercera edad (Lisboa, Portugal)

Un grupo de 25 profesionales de los servicios asistenciales han recibido formación multidisciplinar con el fin de mejorar el bienestar físico, social y emocional de los mayores. Los beneficiarios de este programa serán, además de los destinatarios de la formación, más de 200 usuarios en riesgo de exclusión que frecuentan centros de día y centros comunitarios de varias instituciones sociales.

Centro ocupacional para personas con discapacidad intelectual (Cádiz, España)

La asociación que rige el centro desarrolla, con el apoyo de un equipo de psicopedagogos, logopedas y profesionales de la salud, un programa de desarrollo personal y social para que los 80 usuarios dispongan de las herramientas necesarias que les permitan adoptar decisiones de forma autónoma independientemente del entorno en que se encuentren. Disponen además de actividades para el respiro familiar y sirven de nexo de unión entre las familias y la Administración.

6.2.3. Discapacidad

La apuesta de Banco Popular a favor de las personas con discapacidad se pone de manifiesto a través de diferentes líneas de actuación que, establecidas en 2010 en su plan global de discapacidad, tienen por objeto su integración social, económica y laboral:

- Inserción laboral directa e indirecta
- Compra de productos y servicios a centros especiales de empleo
- Fomento de la accesibilidad universal
- Difusión y sensibilización social
- Financiación de programas desarrollados por entidades especializadas

Además, Banco Popular es miembro del Consejo asesor del Foro Inserta Responsable, espacio de participación y de innovación social sobre la responsabilidad social empresarial y discapacidad promovido por la Fundación ONCE.

6.2.4. Voluntariado corporativo

Banco Popular cuenta desde 2010 con un amplio programa de voluntariado a través del cual anima a sus profesionales a participar, de manera presencial o virtual, en iniciativas solidarias organizadas tanto por el Banco como por las principales ONG y asociaciones destacadas del tercer sector.

Todas las acciones se coordinan a través de *con tu ayuda*, el portal web creado específicamente para canalizar parte del compromiso solidario de la red social del Grupo a la vez que se promueven valores como la solidaridad, el respeto y la responsabilidad. Además, *con tu ayuda* permite difundir el apoyo de Banco Popular a las iniciativas de diferentes organizaciones no lucrativas.

Durante el ejercicio 2012, Banco Popular ha puesto a disposición de su plantilla más de dos mil oportunidades de voluntariado, 21 de las cuales fueron promovidas directamente por el Banco y en las que participaron 112 empleados. El ejercicio 2012 ha sido un año positivo para el portal, produciéndose incrementos notables en los principales indicadores de tráfico: páginas vistas y visitantes únicos.

Entre las oportunidades promovidas por el Grupo destaca el voluntariado especializado en el que los empleados ofrecen su conocimiento y experiencia profesionales a los técnicos de organizaciones sociales. El objetivo es que estos últimos adquirieran diferentes habilidades que puedan resultar útiles para atender de forma más efectiva a los colectivos con los que trabajan.

Datos de *con tu ayuda*, el portal de voluntariado de Grupo Banco Popular - 2012



**PÁGINAS
VISITADAS**
70.518



**VISITANTES
ÚNICOS**
626



**USUARIOS
REGISTRADOS**
609



**OPORTUNIDADES ONG
PUBLICADAS**
2.406



**OPORTUNIDADES
BPE**
21

Empleados
del Banco
**COMPARTEN SUS
CONOCIMIENTOS
TÉCNICOS con el
tercer sector**



6.2.5. Otras formas de colaboración

Además de las ayudas económicas y de las actividades de voluntariado en las que participan sus profesionales, Banco Popular asiste a muchas entidades sin ánimo de lucro mediante la donación de recursos materiales para el mejor cumplimiento de sus fines.



Ayudas en especie

Donación de productos, material informático y mobiliario, así como la asistencia técnica para el desarrollo y mantenimiento de páginas web.



Campañas

Participación de la red de sucursales en las campañas de captación de fondos para la financiación de organizaciones del tercer sector.



www.ayudaaemergencias.org

Los particulares pueden realizar sus donativos mediante transferencia, sin gastos ni comisiones, a más de veinte organizaciones humanitarias.



Sensibilización

El Grupo Banco Popular cede gratuitamente espacios en sus canales de comunicación para la difusión de la labor que realizan diferentes entidades como Acción Contra el Hambre, Unicef, Entreculturas y Plan Internacional España, entre otras.

Más de

3.000

KILOS DE ALIMENTOS
donados por los empleados

CAMPAÑA DE DONACIÓN DE ALIMENTOS

Banco Popular organizó una campaña de recogida de alimentos durante las fiestas navideñas con el fin de facilitar que personas sin recursos pudieran celebrar esas fechas. Esta iniciativa permitía a los empleados dos formas de colaboración, una a través de la donación de productos no perecederos en las principales oficinas de Madrid durante una jornada y, otra, mediante aportaciones económicas con las que se compraron alimentos.

Gracias a la buena acogida de la campaña entre los empleados, el Banco consiguió recoger más de 3.000 kilos de alimentos que fueron donados a dos comedores sociales de Cáritas y Manos de Ayuda Social.





7. Gestión medioambiental

Grupo Banco Popular ante el medio ambiente

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

Iniciativas relevantes 2012

Nueva sede corporativa	Inauguración de la nueva sede corporativa Abellas, certificada por IDAE y con sello LEED, por su eficiencia energética y mínimo impacto medioambiental.
Energía verde	En 2012, se ha aprobado que la contratación del suministro eléctrico sea de origen 100% renovable a partir de 2013.
Sistemas de inmótica	120 sucursales del Grupo cuentan con sistemas de inmótica que permiten ahorrar un 20% en el consumo energético de la oficina.

Reto 2013

Definición e implantación del Plan de Ecoeficiencia del Grupo

7.1. GESTIÓN AMBIENTAL EN GRUPO BANCO POPULAR

La Política Medioambiental del Grupo se despliega en cuatro líneas prioritarias de trabajo, cuyos principales resultados se expondrán a lo largo del presente capítulo.

líneas de actuación de la gestión ambiental de Grupo Banco Popular



"Plan de Eficiencia Energética" y reducción del impacto ambiental.



Financiación de proyectos de impacto ambiental positivo.



Formación y sensibilización medioambiental de empleados.



Normativa y compromisos medioambientales.

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

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

NOS VAMOS A ABELIAS: EL ESTRENO DE UN EDIFICIO SOSTENIBLE

Después de cuatro años de trabajo, en 2012, se ha dado por concluida la construcción de la nueva sede corporativa de Banco Popular. Solidez, confianza, discreción y transparencia son, entre otros, algunos de los valores que transmite el edificio como reflejo de la esencia del Banco.

El Edificio Abielias es un ejemplo del compromiso del Grupo con el medio ambiente, ya que su construcción ha tenido en cuenta los estándares más exigentes de la edificación sostenible y ha causado el menor impacto en el entorno gracias al ahorro energético y a la reducción en el consumo de agua.

Por todo ello, ha obtenido la calificación de liderazgo en energía y diseño sostenible, la denominada Certificación LEED, otorgada por uno de los organismos oficiales más representativos en esta materia, el *U.S. Green Building Council* (Consejo Norteamericano de Construcción Verde).



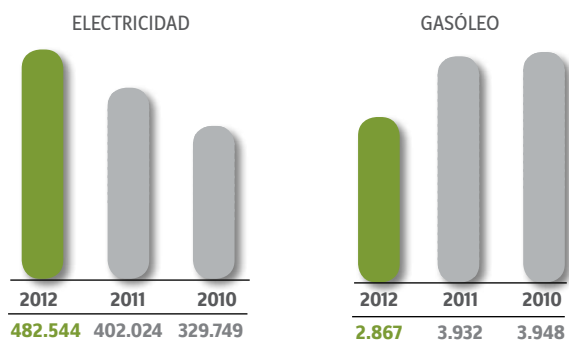
7.2. PLAN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA Y REDUCCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

La actuación del Grupo en materia medioambiental se centra principalmente en tres áreas: el consumo de recursos, la gestión de residuos y las emisiones producidas. Los datos que a continuación se reflejan tienen en cuenta los consumos realizados por Banco Popular durante el ejercicio 2012, así como los procedentes de Banco Pastor desde el momento de su integración en el Grupo.

7.2.1. Energía

Grupo Banco Popular centra sus medidas de eficiencia energética en la reducción del consumo eléctrico y de gasóleo que representa el 99% y el 1% respectivamente de la energía total consumida. A lo largo de 2012, se han desarrollado las siguientes iniciativas que han implicado un ahorro energético:

Consumo de energía en Grupo Banco Popular (datos en Gj) - 2010/2012



A lo largo de 2012, se han desarrollado las siguientes iniciativas que han implicado un ahorro energético:

- **Inauguración del Edificio Abelias, la nueva sede corporativa del Grupo.** Tanto el diseño como la construcción del edificio Abelias, inaugurado a finales de 2012, ha tenido en cuenta altos estándares medioambientales. Las emisiones estimadas para el edificio son de 44,6 kg CO₂/m² al año, lo que le ha permitido obtener la clasificación energética B por parte de IDAE. Estas emisiones se conseguirán gracias al despliegue de medidas como la producción de 55.820 kWh/año de energía renovable en el propio edificio, la captación y reutilización de agua, el uso de materiales de construcción sostenibles, el guiado de vehículos en el parking o los sistemas de eficiencia energética implantados.
- **Sistema de inmótica en las oficinas comerciales:** En los últimos tres años se han instalado 120 sistemas de inmótica en la red de sucursales que reducen en un 20% el consumo energético de cada oficina. El sistema de inmótica permite la monitorización total del consumo eléctrico, la gestión centralizada de temperaturas, de la iluminación e incluso, de los horarios de encendido de los rótulos.
- **Oficinas:** Durante 2012 se ha procedido a renovar el equipamiento de climatización de algunas oficinas del Grupo con los que se podrá conseguir un ahorro de 11.639 kWh/año.

Las iniciativas en el área energética se completan con la apuesta decidida por la energía renovable, consumiendo un 74% sobre el total. Además, durante 2012 se ha negociado la contratación del suministro eléctrico a partir de 2013 siendo requisito obligatorio para los ofertantes que el 100% de la energía suministrada sea de origen renovable.

Consumo de energía por fuentes primarias - 2010/2012 (*)

ENERGÍA POR FUENTES PRIMARIAS (GJ)	2012	2011	2010
Carbón	28.845	11.319	6.263
Fuel	4.623	4.312	2.386
Gas natural	32.544	28.566	15.806
Nuclear	36.611	27.488	15.209
Renovable	355.143	313.092	280.542
Cogeneración	18.121	12.397	6.859
Cogeneración de alta eficiencia	4.438	3.234	1.789
Otras	2.219	1.617	895

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

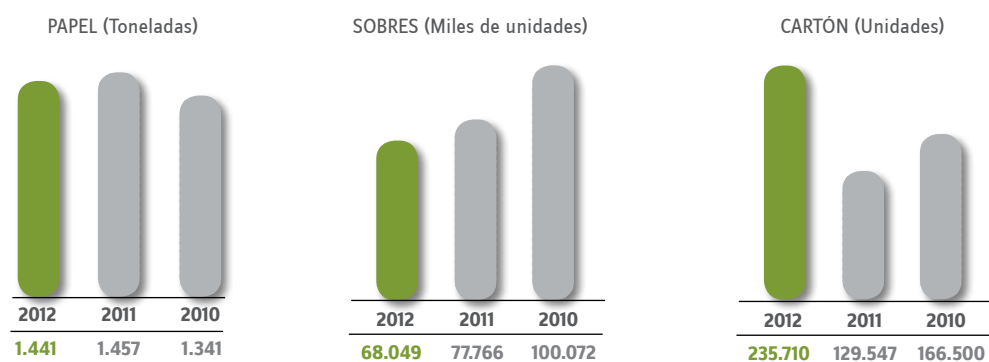
7.2.2. Papel

El Grupo pone en práctica distintas iniciativas con el fin de reducir el consumo de papel y cartón, destacando en 2012 las siguientes:

- **Extensión de los criterios medioambientales en la compra de papel y cartón en sus distintos formatos.** En el caso de las hojas, el 82% es papel 100% reciclado con la acreditación Ángel Azul, mientras que el papel restante cumple la certificación PEFC. El 61% de los sobres son "Neutros de Carbono", compensando así el Grupo las emisiones de CO₂ derivadas. Por último, el cartón es 100% reciclado.
- **Reducción del número de sobres enviados a clientes.** Además de la reducción del número de sobres totales enviados en un 12% respecto a 2011, la agrupación de comunicaciones ha permitido el ahorro de más de 123 millones de sobres respecto a la comunicación no integrada que se realizaba en el pasado.
- **Tasa de reciclaje de papel.** En 2012 la tasa de reciclaje ha sido del 68% habiéndose reciclado 992 toneladas de papel. Eso supone un aumento de 7 puntos porcentuales respecto a 2011.

Reducción de
123
MILLONES
DE SOBRES
enviados a clientes

Consumo de papel en Grupo Banco Popular - 2010/2012



7.2.3. Emisiones

Emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero generadas por Grupo Banco Popular - 2010/2012

EMISIONES (TONELADAS DE CO ₂)	2012	2011	2010
EMISIONES DIRECTAS			
Gasóleo	211	289	290
Electricidad	14.012	6.756	1.168
Flota vehículos	577	556	710
TOTAL DIRECTAS	14.799	7.600	2.168
EMISIONES INDIRECTAS			
Desplazamiento trabajadores ¹	11.702	9.972	1.728
Viajes de trabajo ²	511	531	924
TOTAL INDIRECTAS	12.213	10.503	2.652
TOTAL EMISIONES	27.012	18.103	4.820

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

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

25.139
TONELADAS DE CO₂
NO EMITIDAS
 en 2012

Algunas de las iniciativas desarrolladas en 2012 que han ayudado a la reducción paulatina de las emisiones de CO₂ son:

- **Energía verde.** La energía renovable consumida en el Grupo supone el 74% de la energía recibida. Esto significa:
 - Evitar la emisión a la atmósfera de 24.860 toneladas de CO₂.
 - Reafirmar el compromiso con el medio ambiente y apoyar el desarrollo de las tecnologías relativas a energías renovables.
- **Multiconferencias.** El Grupo promueve su uso en lugar de desplazamientos en automóviles o aviones. Banco Popular Español ha realizado 6.231 multiconferencias equivalentes a más de 296.000 minutos, lo que supone un ahorro de 275 toneladas de CO₂ y de 15.088 litros de combustible de la flota de vehículos.
- **Consumo de papel.** La utilización de papel reciclado, junto con la reducción del consumo de papel, conlleva un ahorro de 4 toneladas de CO₂, mientras que la integración de documentos en un único sobre suponen 698. Además, con la utilización de los sobres neutros de carbono se han compensado 424 toneladas de CO₂.
- **Car sharing.** A finales de 2012, con motivo de la inauguración de la nueva sede corporativa, se ha lanzado un programa para compartir coches entre empleados del edificio Abelian con el objetivo de reducir las emisiones derivadas de los desplazamientos de los trabajadores a su lugar de trabajo.

7.2.4. Otros

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

- **Agua.** El consumo de agua ha sido de 295.644 m³, dividiéndose por fuentes de la siguiente manera: aguas superficiales (67%), aguas subterráneas (29%), desalación (3%) y otros tipos de recursos hídricos (1%).
- **Toners.** Se han consumido 27.861 tóneres donde 20.018 son remanufacturados, siguiendo con la política de máximo consumo posible de cartuchos remanufacturados.
- **Plásticos.** Los plásticos utilizados son fundamentalmente los derivados del uso de transporte de fondos, documentación y encartuchado de monedas. El 100% de las bolsas de plástico es oxobiodegradable / fotodegradable y se ha producido una reducción en el consumo del 15%, habiéndose consumido 1.385.000 unidades en 2012.
- **Residuos.** En total, se han gestionado 50.980 kg de residuos habiendo realizado la correcta gestión de todos ellos. Dichos residuos se dividen en 40.022 kg de residuos peligrosos (tóneres, baterías, monitores,...) y 10.958 kg de residuos no peligrosos (plástico, chatarra, CPU,...). De ellos, destacan la gestión de 29.602 kg en tóneres, 9.320 kg en monitores y 5.560 kg en equipos electrónicos como CPU, rack o servidores.

Residuos gestionados en Banco Popular - 2011/2012

TIPO DE RESIDUO	2012	2011
Residuos peligrosos gestionados	40.022	64.751
Residuos no peligrosos gestionados	10.958	20.406
TOTAL RESIDUOS GESTIONADOS	50.980	85.157

7.3. FINANCIACIÓN DE PROYECTOS DE IMPACTO AMBIENTAL POSITIVO

7.3.1. Análisis del riesgo ambiental en la operaciones de *Project Finance*

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

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

7.3.2. Financiación de proyectos con componente medioambiental

Grupo Banco Popular ha consolidado su apoyo al desarrollo de proyectos de generación de energía de fuentes renovables. En la última década se han financiado proyectos de infraestructuras energéticas en el ámbito nacional e internacional por valor de 926 millones de euros. Durante 2012 la financiación de nuevos proyectos se centró en la energía eólica, comprometiendo 97 millones de euros para 6 proyectos.

I Inversión total de Grupo Banco Popular - 2001/2012



SOLAR

27 proyectos - 57%



EÓLICO

31 proyectos - 37%



BIOMASA

6 proyectos - 3%



RESIDUOS

6 proyecto - 3%

7.4. FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL DE EMPLEADOS

Entre las principales actuaciones del Grupo están la de formación, sensibilización y motivación medioambiental de sus empleados. Con ellas se busca implicar a todo el personal en el uso de prácticas orientadas al desarrollo sostenible en su actividad diaria. Para ello se utilizan las herramientas de comunicación más efectivas para cada caso que tiene Banco Popular: la revista *Más Popular*, el boletín *Canal Popular* y el portal *con tu ayuda*.

Entre las iniciativas llevadas a cabo en 2012, se pueden destacar las siguientes:

- **Voluntariado corporativo.** Se han desarrollado diferentes actividades de voluntariado con temática medioambiental, entre ellas, la plantación de un huerto junto con miembros de la Fundación Síndrome de Down Madrid.
- **Difusión y fomento de iniciativas sostenibles entre los empleados.** Se han llevado a cabo iniciativas como el "Día Mundial del Medio Ambiente WED 2012", "Semana Europea de la Movilidad", "El Valor de cada Gota" y "Dona tu móvil".
- **Apagado de la iluminación de los edificios del Banco más representativos.** Esta acción se llevó a cabo con motivo de "La Hora del Planeta de WWF 2012".

Financiación de

70

PROYECTOS
de impacto
ambiental positivo

7.5. NORMATIVA Y COMPROMISOS MEDIOAMBIENTALES

En 2012, el Grupo no ha recibido ninguna multa o sanción por incumplimiento de la normativa medioambiental vigente y su compromiso con el medio ambiente va más allá del mero cumplimiento de la legislación en esta materia. Además, el Banco colabora con agencias y organismos referentes que evalúan y valoran la actividad del Banco en aspectos medioambientales. A modo de ejemplo, destaca que Banco Popular es entidad signataria del CDP (*Carbon Disclosure Project*) y del *CDP Water Disclosure*, mientras que *bancopopular-e.com* lleva a cabo el proyecto Cero CO₂.

bancopopular-e.com MANTIENE SU COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

bancopopular-e.com obtiene por tercer año consecutivo el sello CeroCO₂, promovido por las organizaciones sin ánimo de lucro Fundación Ecología y Desarrollo y Acciónatura. Este sello se ha vuelto a obtener al haber cumplido con el compromiso de reducción de emisiones adquirido en 2011, representando un 32% menos de emisiones respecto al año anterior. La compensación de emisiones se ha realizado contribuyendo al proyecto SCOLEL de la Plataforma CeroCO₂ de reforestación en Chiapas, Méjico. Actualmente es la única entidad financiera española que cuenta con este certificado.



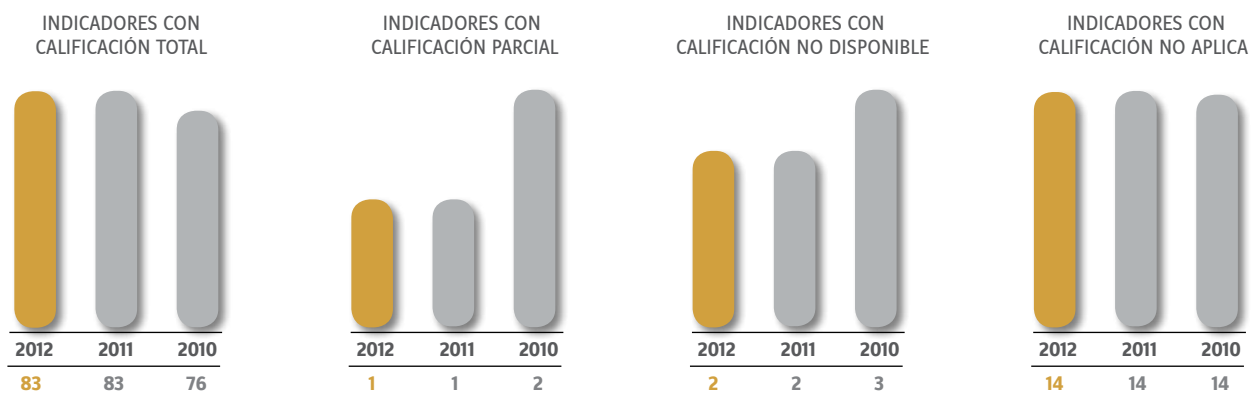


8. Acerca del Informe

Aspectos significativos

Contenido del Informe	El Informe de RC se ha elaborado conforme a las directrices establecidas por el <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i> en su guía <i>G3.1</i> y en el suplemento sectorial financiero.
Principios seguidos en la elaboración del Informe	Para la elaboración del presente Informe se han tomado en consideración los principios detallados por GRI para la definición del contenido y la calidad de la información.
Nivel de calificación	El Informe de RC 2012 ha sido verificado por auditores externos y ha obtenido la calificación "A+" de GRI, la valoración más alta que otorga esta institución internacional.

Resultado de la verificación



8.1. ALCANCE DEL INFORME DE RC

El presente Informe recoge todas las actividades de interés relacionadas con la Responsabilidad Corporativa realizadas por Banco Popular Español, S.A. y el grupo económico al que pertenece, denominado en este Informe el Grupo o Grupo Banco Popular, en el período que abarca desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2012.









Desde 2005, los Informes de RC del Grupo han sido verificados de acuerdo con la *Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI (Global Reporting Initiative)* por la firma independiente PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. que, asimismo, audita los datos financieros del Grupo. De este modo, se pretende dar una imagen fiel, completa y transparente de la actuación del Grupo en todos los ámbitos donde la política de RC tiene una presencia significativa.

El Informe de RC refleja los datos más relevantes relacionados con los cambios estructurales del Grupo acaecidos en 2012. En este sentido, cobra especial relevancia la integración de Banco Pastor por la que se han conseguido grandes avances en torno a aspectos legales, institucionales y de Recursos Humanos.

8.2. PRINCIPIOS Y ORIENTACIONES DEL INFORME DE RC

Para la elaboración del actual Informe se han tenido en cuenta las sugerencias de los diferentes grupos de interés y las directrices establecidas por el *Global Reporting Initiative (GRI)* en su guía *G3.1* y en el suplemento sectorial financiero, del mismo modo que se hizo con el último Informe de RC publicado por el Grupo en 2011. Asimismo, el contenido del Informe se adecua a los principios GRI concernientes tanto a la definición como a la calidad de la información que se detallan a continuación.

I Principios GRI para la definición del contenido y la calidad, junto con su reflejo en el presente Informe de RC

		PRINCIPIOS DEL G3.1		REFLEJO EN EL INFORME
CONTENIDO		Materialidad: Presentar aspectos que reflejen los impactos significativos –sociales, ambientales y económicos– de la organización.	→	Información sobre políticas, estrategias y datos que afectan a la organización y su entorno de manera trascendente.
		Participación de los grupos de interés: Identificar sus grupos de interés y describir cómo se ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.	→	Equilibrio entre la información presentada para los diferentes grupos de interés: accionistas, clientes, empleados, proveedores y comunidad social y medioambiental.
		Sostenibilidad: Informar del desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad.	→	Presentación de las medidas que contribuyen a preservar el contexto social y medioambiental del entorno de influencia del Grupo.
		Exhaustividad: Indicar el alcance, cobertura y tiempo del Informe.	→	Exposición de las actividades desarrolladas por el Grupo con el mayor detalle posible en cuanto a su contenido y período temporal.
CALIDAD		Equilibrio: Reflejar aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para facilitar una valoración general.	→	Presentación que permite apreciar las tendencias de los datos y analizar los cambios experimentados por la organización en el tiempo.
		Periodicidad: Mostrar la información a tiempo y siguiendo un calendario periódico	→	Publicación del Informe en el primer trimestre del año posterior al reportado.
		Comparabilidad: Presentar la información de manera consistente, facilitando su comparabilidad.	→	Información elaborada de manera consistente y presentada por años naturales.
		Claridad: Ofrecer información de manera comprensible y accesible a los grupos de interés.	→	Contenido ordenado sistemáticamente sobre las distintas iniciativas del Grupo.
		Precisión: Reportar información precisa y suficientemente detallada, de forma que permita valorar el desempeño de la organización.	→	Descripción detallada y precisa de la información, haciendo referencia a otros documentos públicos de la organización para más información.
		Fiabilidad: Garantizar que la información ha sido recopilada, registrada, compilada, analizada y presentada de forma que pueda estar sujeta a examen.	→	Veracidad de los datos del Informe y precisión de los mismos, certificados a través de la verificación de auditores externos.

8.3. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

A continuación se detallan las páginas del Informe en las que se dan respuesta a los requisitos de perfil, los enfoques de gestión e indicadores de desempeño establecidos por GRI en su guía G3.1. En caso de falta u omisión de información se explica la razón de la misma en el apartado de "Notas Aclaratorias", habiéndose aplicado en estos casos el principio de materialidad.

8.3.1. Perfil

1	ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	PÁG.
1.1.	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	4-5
1.2.	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	20, 59, 60
2	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	
2.1.	Nombre de la organización.	73
2.2.	Principales marcas, productos y/o servicios.	10, 11, 34-37
2.3.	Estructura operativa de la organización.	9-11
2.4.	Localización de la sede principal de la organización.	IA (11)
2.5.	Número de países en los que opera la organización.	10
2.6.	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	10, 73, IA (11)
2.7.	Mercados servidos.	10
2.8.	Dimensión de la organización informante.	10-12, 40-42
2.9.	Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad.	73
2.10.	Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	8
3	PARÁMETRO DE LA MEMORIA	
Perfil de la memoria		
3.1.	Período cubierto por la información contenida en la memoria.	73
3.2.	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	73
3.3.	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	73
3.4.	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	92
Alcance y cobertura de la memoria		
3.5.	Proceso de definición del contenido de la memoria.	3, 73
3.6.	Cobertura de la memoria.	73
3.7.	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	73
3.8.	La base para cubrir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre períodos y/o organizaciones.	73
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.	73
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.	73
3.11.	Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	73
3.12.	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	3
3.13.	Política y práctica en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	73
4	GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
Gobierno		
4.1.	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	9, 12, IGC (110)
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 (125, 126)
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 (113, 114)

4.4.	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	13, 14, 18
4.5.	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	IGC (116-119)
4.6.	Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	14, IGC (145, 146)
4.7.	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	IGC (123-125)
4.8.	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	7, 59, 60, 67
4.9.	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, código de conducta y principios.	IGC (147-153)
4.10.	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	IGC (123-125)
Compromisos con iniciativas externas		
4.11.	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	14, 15 IGC (147-153)
4.12.	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	21, 58-65
4.13.	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	19
Participación de los grupos de interés		
4.14.	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	17-19
4.15.	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	17-19
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.	17-19
4.17.	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	17-19

8.3.2. Enfoques de gestión

DIMENSIÓN DEL IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	PÁG.
Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocios. FS1	60, 61, 66, 67
Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio. FS2	32, (a)
Procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones. FS3	(b)
Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio. FS4	48, 71
Interacciones con clientes/sociedades participadas /socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales. FS5	34, 35, 56, 69-71
DIMENSIÓN ECONÓMICA	
Desempeño económico	59, 60
Presencia en el mercado	9-11, 59, 60
Impacto económico indirecto	60
DIMENSIÓN AMBIENTAL	
Materiales	69, 70
Energía	68
Agua	70
Biodiversidad	(c)
Emisiones, vertidos y residuos	69, 70
Productos y servicios	71
Cumplimiento normativo	71
Transporte	69, 70
Aspectos generales	67

DIMENSIÓN SOCIAL		PÁG.
Prácticas laborales y ética del trabajo		
Empleo		40-42
Relación Empresa/Trabajadores		49, 50
Salud y Seguridad en el trabajo		51-53
Formación y Educación		47, 48
Diversidad e Igualdad de oportunidades		42, 43
Derechos Humanos		
Prácticas de inversión y aprovisionamiento		21
No discriminación		21, 40-44
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos		51
Abolición de la Explotación Infantil		21
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio		21
Quejas y procedimientos conciliatorios		40-51
Prácticas de Seguridad		51-53
Derechos de los indígenas		21
Sociedad		
Comunidad		58-65
Corrupción		15
Política Pública		21
Comportamiento de Competencia Desleal		14
Cumplimiento normativo		14
Responsabilidad sobre productos		
Salud y Seguridad del Cliente		23, 24, 30, 31
Etiquetado de Productos y Servicios		30
Comunicaciones de Marketing		30
Privacidad del Cliente		30, 31
Cumplimiento normativo		14
Políticas de comercialización justa de productos y servicios financieros. FS15		30, 31

8.3.3. Indicadores de desempeño

IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		PÁG.
Lista de productos		
FS6.	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: microempresas/PYMEs/grandes) y el sector de actividad.	23, IA (46-55)
FS7.	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	24, 25, 34, 35
FS8.	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	71
Auditoría		
FS9.	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	(a)
Propiedad activa		
FS10.	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	32, 33, 35
FS11.	Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	34, 35, 36, 71
FS12.	Política(s) de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	67

DESEMPEÑO ECONÓMICO		PÁG.
Desempeño económico		
EC1.	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	59
EC2.	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	70, 71
EC3.	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	46, 47, IA (nota 15p)
EC4.	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	47
Presencia en el mercado		
EC5.	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	44
EC6.	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	55
EC7.	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	43
Impactos económicos indirectos		
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.	37, 59-61
EC9.	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	60

DESEMPEÑO AMBIENTAL		PÁG.
Materiales		
EN1.	Materiales utilizados por peso o volumen.	69, 70
EN2.	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	69, 70
Energía		
EN3.	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	68
EN4.	Consumo indirecto de energía desglosado por la biodiversidad.	68
EN5.	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	67, 68
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.	67-69
EN7.	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y reducciones logradas con dichas iniciativas.	67-69
Agua		
EN8.	Captación total de agua por fuentes.	70
EN9.	Fuentes de agua que han sido afectados significativamente por la captación de agua.	(d)
EN10.	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	(d)
Biodiversidad		
EN11.	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	(e)
EN12.	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	(f)
EN13.	Hábitats protegidos o restaurados.	(f)
EN14.	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	(f)
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.	(f)
Emisiones, vertidos y residuos		
EN16.	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	69
EN17.	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	69
EN18.	Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero y las reducciones logradas.	69-71
EN19.	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	(g)
EN20.	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	(g)
EN21.	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	(d)
EN22.	Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento.	70
EN23.	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	(h)
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.	(h)

DESEMPEÑO AMBIENTAL		PÁG.
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.	(e)
Productos y servicios		
EN26.	Iniciativas para mitigar los impactos medioambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	69, 70
EN27.	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	(h)
Cumplimiento normativo		
EN28.	Coste de la multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa medioambiental.	71
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.	69, 70
General		
EN30.	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones medioambientales.	71

PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO		PÁG.
Empleo		
LA1.	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por género.	40-42
LA2.	Número total y tasa porcentual de empleados que causaron alta y baja en la organización, desglosado por género, edad y geografía.	41
LA3.	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por principales localizaciones geográficas.	45, 46
LA15.	Número de reincorporaciones al trabajo y tasas de retención después de un permiso de maternidad, desglosado por género.	53
Relaciones empresa/trabajadores		
LA4.	Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	51
LA5.	Período mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	51
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 asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	51
LA7.	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por género.	53
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.	51, 52
LA9.	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	51
Formación y educación		
LA10.	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	47
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.	47, 48
LA12.	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por género.	43
Diversidad e igualdad de oportunidades		
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.	9, 41
LA14.	Relación entre salario base y la remuneración de las mujeres con respecto al de los hombres, desglosado por categoría profesional y región.	44

DERECHOS HUMANOS		PÁG.
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.	33, 56
HR2.	Porcentaje de los principales distribuidores, contratistas y otros socios comerciales que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	56
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.	48
No discriminación		
HR4.	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	40
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.	51
Explotación infantil		
HR6.	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	21
Trabajos forzados		
HR7.	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	21
Prácticas de seguridad		
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.	48
Derechos de los indígenas		
HR9.	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	21
Evaluación		
HR10.	Porcentaje y número total de operaciones que han sido sujetas a revisión en materia de derechos humanos y/o evaluaciones de impacto.	33
Resoluciones		
HR11.	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos presentadas, tramitadas y resueltas a través de mecanismos de queja formal.	29

SOCIEDAD		PÁG.
Comunidad		
SO1.	Porcentaje de operaciones con compromiso de implicación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	60, 61
FS13.	Acceso a servicios financieros en áreas despobladas/desfavorecidas por tipo de acceso.	25
FS14.	Iniciativas para mejorar el acceso a personas con minusvalías o impedimentos.	25-29
SO9.	Operaciones con impactos negativos significativos reales o potenciales en las comunidades locales.	25, 60
SO10.	Medidas de prevención y mitigación implementadas en las operaciones con impactos negativos significativos reales o potenciales en las comunidades locales.	25, 60
Corrupción		
SO2.	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	15
SO3.	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.	48
SO4.	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	14
Política Pública		
SO5.	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	19
SO6.	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	24
Comportamiento de competencia desleal		
SO7.	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	14
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.	14

RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		PÁG.
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 tales procedimientos de evaluación.	24
PR2.	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichas incidencias.	23
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.	30
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.	31
PR5.	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción.	28, 29
FS16.	Iniciativas para ampliar la cultura financiera, desglosadas por tipos de beneficiarios.	18, 19, 61-63
Comunicaciones de marketing		
PR6.	Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	30, 31
PR7.	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	30
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.	30, 31
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.	30, 31

Notas

- (a) El Grupo establecerá a medio plazo los procedimientos para la evaluación de estos riesgos y las correspondientes auditorías.
- (b) Se instaurarán a medio plazo sistemas de monitorización de los requisitos sociales y ambientales incluidos en los contratos.
- (c) El Grupo tiene sus sedes en terrenos urbanos. Debido al carácter estrictamente financiero de su actividad, no afecta significativamente a la biodiversidad.
- (d) El Grupo tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que tanto el agua captada como la vertida se hace a través de la red urbana.
- (e) El Grupo tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene ningún terreno adyacente o ubicado dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.
- (f) El carácter financiero de los productos y servicios del Grupo no generan un impacto directo significativo en la biodiversidad.
- (g) El Grupo no emite sustancias destructoras de la capa de ozono, incluidas en los Anexos correspondientes del Protocolo de Montreal.
- (h) La información carece de relevancia dada la actividad financiera del Grupo.

Nomenclatura

IA:	Informe Anual
IGC:	Informe de Gobierno Corporativo
N.A.:	No Aplica
N.D.:	No Disponible

Publicaciones de interés

Informe Anual
Informe de Gobierno Corporativo

8.4. GRI - NIVEL DE CALIFICACIÓN

Grupo Banco Popular ha elaborado el presente Informe de RC conforme al Nivel A+ de aplicación de la Guía G3.1 y el suplemento sectorial financiero establecido por GRI. Dicho Informe se ha sometido a verificación externa por parte de la firma de auditores PricewaterhouseCoopers Auditores S.L. Posteriormente ha sido revisado por el propio GRI, corroborando que se cumplen los requisitos asociados al Nivel A+ de Aplicación del G3.1.



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **BANCO POPULAR** ha presentado su memoria "INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA – 2012" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A+.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3.1 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3.1 de GRI. Para conocer más sobre la metodología: www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

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

Amsterdam, 20 Febrero 2013



Nelmar Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative



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

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

Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 20 Febrero 2013. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

8.5. INFORME DE VERIFICACIÓN



INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2012 DE GRUPO BANCO POPULAR

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

Alcance del trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2012 de Banco Popular Español, S.A. y su Grupo Consolidado, en adelante Grupo Banco Popular, en relación a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1 (G3.1).

La preparación del Informe de Responsabilidad Social Corporativa, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Dirección de Grupo Banco Popular, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma ISAE 3000 *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Social Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de Grupo Banco Popular que han participado en la elaboración del Informe de Responsabilidad Social Corporativa, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Grupo Banco Popular para conocer los enfoques de gestión aplicados y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2012.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe de Responsabilidad Social Corporativa en función del entendimiento de los requerimientos de los grupos de interés.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Social Corporativa a lo señalado en la Guía G3.1 de GRI.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados a cada grupo de indicadores.

*PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., Torre PwC, Pº de la Castellana 259 B, 28046 Madrid, España
T: +34 915 684 400 / +34 902 021 111, Fax: +34 913 083 566, www.pwc.es*

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

(1)



- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores principales y adicionales de la Guía G3.1 así como los indicadores del Suplemento Financiero, ambos correspondientes al Global Reporting Initiative (GRI) e incluidos en el Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2012. Asimismo, hemos comprobado su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Grupo Banco Popular. En los anexos adjuntos se detallan los indicadores revisados así como el alcance de su revisión.

El alcance de una revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

Conclusión

Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2012 de Grupo Banco Popular contiene errores o no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con la guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.1 (G3.1).

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

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ferran Rodríguez', written over a circular scribble.

Ferran Rodríguez
Socio

14 de febrero de 2013



Anexos al Informe relativo a la verificación externa de los indicadores del Informe de Responsabilidad Corporativa 2012 de Grupo Banco Popular

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

Aspectu	Tipo	G3.1	Descripción	Conclusión
Indicadores Económicos				
Desempeño Económico	Principal	EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Total
	Principal	EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Total
	Principal	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Total
	Principal	EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Total
Presencia en el Mercado	Adicional	EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Total
	Principal	EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Total
	Principal	EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Total
Impactos Económicos Indirectos	Principal	EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	Total
	Adicional	EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Total
Indicadores Medioambientales				
Materiales	Principal	EN1	Materiales utilizados en peso o volumen.	Total
	Principal	EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Total
Energía	Principal	EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Total
	Principal	EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Total
	Adicional	EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Total

(1)



Indicadores Medioambientales (Cont.)				
Energía	Adicional	EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	Total
	Adicional	EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y reducciones logradas con dichas iniciativas.	Total
Agua	Principal	EN8	Captación total de agua por fuentes.	Total
	Adicional	EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No aplica
	Adicional	EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No aplica
Biodiversidad	Principal	EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	No aplica
	Principal	EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	No aplica
	Adicional	EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No aplica
	Adicional	EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la diversidad.	No aplica
	Adicional	EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	No aplica
Emisiones, vertidos y residuos	Principal	EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Total
	Principal	EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Total
	Adicional	EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Total
	Principal	EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No aplica
	Principal	EN20	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No aplica
	Principal	EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	No aplica
	Principal	EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Total
	Principal	EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No aplica

(2)

Indicadores Medioambientales (Cont.)				
Emisiones, vertidos y residuos	Adicional	EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No aplica
	Adicional	EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	No aplica
Productos y servicios	Principal	EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Total
	Principal	EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	No aplica
Cumplimiento normativo	Principal	EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Total
Transporte	Adicional	EN29	Impactos medioambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Total
General	Adicional	EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones medioambientales.	Total
Indicadores Sociales				
Empleo	Principal	LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por género.	Total
	Principal	LA2	Número total y tasa porcentual de empleados que causaron alta y baja en la organización, desglosado por género, edad y geografía.	Total
	Adicional	LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por principales localizaciones geográficas.	Total
	Principal	LA15	Número de reincorporaciones al trabajo y tasas de retención después de un permiso de maternidad, desglosado por género.	Total
Relaciones empresa / trabajadores	Principal	LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Total
	Principal	LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Total
Salud y seguridad en el trabajo	Adicional	LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de empresa-empleado, para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	Total



Indicadores Sociales (Cont.)

Salud y seguridad en el trabajo	Principal	LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por género.	Total
	Principal	LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Total
	Adicional	LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Total
Formación y educación	Principal	LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Total
	Adicional	LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales	Total
	Adicional	LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por género.	Total
Diversidad e igualdad de oportunidades	Principal	LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	Total
	Principal	LA14	Relación entre salario base y la remuneración de las mujeres con respecto al de los hombres, desglosado por categoría profesional y región.	Total
Indicadores de desempeño en materia de Derechos Humanos				
Prácticas de inversión y abastecimiento	Principal	HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Total
	Principal	HR2	Porcentaje de los principales distribuidores, contratistas y otros socios comerciales que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	Total
	Adicional	HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Total
No discriminación	Principal	HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Total

(4)

Indicadores de desempeño en materia de Derechos Humanos (Cont.)

Libertad de asociación y convenios colectivos	Principal	HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Total
Explotación infantil	Principal	HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Total
Trabajos forzados	Principal	HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Total
Prácticas de seguridad	Adicional	HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Total
Derechos de los indígenas	Adicional	HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Total
Evaluación	Principal	HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido sujetas a revisión en materia de derechos humanos y/o evaluaciones de impacto.	Total
Resoluciones	Principal	HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos presentadas, tramitadas y resueltas a través de mecanismos de queja formal.	Total

Indicadores del desempeño con respecto a la Sociedad

Comunidad	Principal	SO1	Porcentaje de operaciones con compromiso de implicación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	Total
	Principal	SO9	Operaciones con impactos negativos significativos reales o potenciales en las comunidades locales.	Total
	Principal	SO10	Medidas de prevención y mitigación implementadas en las operaciones con impactos negativos significativos reales o potenciales en las comunidades locales.	Total



Indicadores del desempeño con respecto a la Sociedad (Cont.)				
Corrupción	Principal	SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Total
	Principal	SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	Total
	Principal	SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Total
Política pública	Principal	SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Total
	Adicional	SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Total
Comportamiento de competencia desleal	Adicional	SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Total
Cumplimiento normativo	Principal	SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Total
Indicadores de desempeño respecto a la responsabilidad sobre productos				
Salud y seguridad del cliente	Principal	PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Total
	Adicional	PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida distribuidos en función del tipo de resultado de dichas incidencias.	Total
Etiquetado de productos y servicios	Principal	PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Total
	Adicional	PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Total
	Adicional	PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción.	Total

(6)



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

Comunicaciones de Marketing	Principal	PR6	Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Total
	Adicional	PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultados de dichos incidentes.	Total
Privacidad del cliente	Adicional	PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Total
Cumplimiento normativo	Principal	PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Total

TIPOS DE ALCANCE DE LA VERIFICACIÓN EFECTUADA:

- **Verificación total:** Verificación del cálculo de los indicadores cuantitativos y de los aspectos de carácter cualitativo, así como su adecuada compilación a partir de la información extraída por las distintas unidades de Grupo Banco Popular y fuentes de información externa.
- **Verificación parcial:** No se han podido verificar todos los aspectos asociados al indicador que establece el GRI versión G3.1, pero se ofrece una parte de la información y para ésta se ha realizado la verificación del cálculo de los indicadores cuantitativos y de los aspectos de carácter cualitativo, así como su adecuada compilación a partir de la información extraída por las distintas unidades de Grupo Banco Popular y fuentes de información externa.
- **No disponible:** Grupo Banco Popular no dispone de la información necesaria asociada a este indicador.
- **No aplica:** En base a los principios del GRI versión G3.1 y a la actividad de Grupo Banco Popular la información asociada a este indicador no es de aplicación.



Anexo 2. Indicadores del Suplemento Financiero

Aspecto	Tipo	G3.1	Descripción	Conclusión
Indicadores del Suplemento Financiero				
Lista de Productos	Principal	FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: microempresas/PYMES/grandes) y el sector de actividad.	Total
	Principal	FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	Total
	Principal	FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	Total
Auditoría	Principal	FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	No disponible
Propiedad Activa	Principal	FS10	Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad, con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	Total
	Principal	FS11	Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	Total
	Principal	FS12	Política(s) de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	Total
Comunidad	Principal	FS13	Acceso a servicios financieros en áreas despobladas/desfavorecidas por tipo de acceso.	Total
	Principal	FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a personas con minusvalías o impedimentos.	Total
Etiquetado de productos y servicios	Principal	FS16	Iniciativas para ampliar la cultura financiera, desglosadas por tipos de beneficiarios.	Total

TIPOS DE ALCANCE DE LA VERIFICACIÓN EFECTUADA:

- **Verificación total:** Verificación del cálculo de los indicadores cuantitativos y de los aspectos de carácter cualitativo, así como su adecuada compilación a partir de la información extraída por las distintas unidades de Grupo Banco Popular y fuentes de información externa.
- **Verificación parcial:** No se han podido verificar todos los aspectos asociados al indicador que establece el GRI versión G3.1, pero se ofrece una parte de la información y para ésta se ha realizado la verificación del cálculo de los indicadores cuantitativos y de los aspectos de carácter cualitativo, así como su adecuada compilación a partir de la información extraída por las distintas unidades de Grupo Banco Popular y fuentes de información externa.
- **No disponible:** Grupo Banco Popular no dispone de la información necesaria asociada a este indicador.
- **No aplica:** En base a los principios del GRI versión G3.1 y a la actividad de Grupo Banco Popular la información asociada a este indicador no es de aplicación.



Para cualquier duda, sugerencia u opinión puede ponerse en contacto con:
Oficina de Responsabilidad Corporativa
C/. Ortega y Gasset, 29 - 28006 Madrid
rc@bancopopular.es
Tel.: +34 915 207 300

Agradecimientos:

Eduardo Diéguez - DYD Fotógrafos / Fotografía de la Carta del Presidente

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



www.bancopopular.es