

Memoria de Responsabilidad Social Corporativa, 2011
Nuestra apuesta de futuro^{p4}/ Indicadores clave^{p6}/ Nuestra empresa^{p8}/
Nuestro compromiso^{p10}/ Relaciones de confianza^{p14}/ Diálogo y
empatía^{p22}/ Compromiso^{p26}/ Impacto^{p30}/ Tabla de indicadores^{p40}

Nuestro compromiso



Construir relaciones, crear valor

Índice

| | |
|---|----|
| Nuestra apuesta de futuro | 4 |
| Indicadores clave | 6 |
| Nuestra empresa | 8 |
| Nuestro compromiso | 10 |
| Relaciones de confianza | 14 |
| Invertimos en relaciones con nuestros clientes | 14 |
| Aportamos una calidad excelente a nuestros clientes | 16 |
| Invertimos en relaciones con nuestros profesionales | 20 |
| Diálogo y empatía | 22 |
| Apostamos por la creación y difusión de conocimientos | 22 |
| Diálogo con nuestros grupos de interés | 25 |
| Compromiso | 26 |
| Nos ponemos en el lugar del cliente innovando en nuestras soluciones | 26 |
| Fomentamos la carrera de nuestros profesionales | 27 |
| Proporcionamos un entorno adecuado para enriquecer su experiencia | 28 |
| Impacto | 30 |
| Creamos valor en cifras | 30 |
| Contribuimos al desarrollo social del entorno | 32 |
| Protegemos el medio ambiente y fomentamos la sostenibilidad de los negocios | 34 |
| Aportamos valor a nuestra gente potenciando la diversidad | 38 |
| Tabla de indicadores | 40 |

Nuestra apuesta de futuro

En esta primera memoria de Responsabilidad Social Corporativa, quería compartir con vosotros nuestra manera de hacer negocio y aportar valor a nuestros grupos de interés, describiendo las principales iniciativas desarrolladas o consolidadas en el ejercicio 2011.

Un año más, la sociedad española se está enfrentando a una situación compleja marcada por un conjunto de retos y desafíos que nos exigen mirar a largo plazo, anticipando las tendencias futuras para sortear la crisis lo más satisfactoriamente posible y conseguir un éxito sostenible.

Esta exigencia se traduce en nuestra manera de hacer nuestro negocio: nuestro compromiso. Para tener éxito a largo plazo nuestro principal objetivo es hacer nuestro trabajo bajo la perspectiva de generar valor a nuestros grupos de interés, intentando siempre anticiparnos a las expectativas y a las tendencias a través de la innovación y la mejora continua.

De cara a nuestros clientes, queremos contribuir a su excelencia y éxito, centrando nuestros esfuerzos en construir relaciones que van más allá de un simple proyecto y creando un valor sostenible. Para ofrecer un servicio de alta calidad, siempre buscamos tener y ofrecer puntos de vista diferentes, compartiendo nuestros conocimientos y aportando ideas y soluciones diferenciadoras para crear valor a largo plazo.

Asimismo, sabemos que nuestro éxito se debe principalmente al talento de nuestro equipo. Por ello, trabajamos para mantener un alto grado de compromiso con nuestros



profesionales, favoreciendo su desarrollo personal y su crecimiento profesional. Asimismo, en este entorno marcado por grandes desafíos globales y con una rápida evolución normativa y regulatoria, nos esforzamos para prever y anticipar las capacidades futuras que necesitará nuestro negocio, buscando perfiles diversificados y fomentando el intercambio y desarrollo de los conocimientos globales de la firma.

Asumimos como propio el reto de construir una sociedad y un futuro más justo y sostenible, minimizando nuestro impacto ambiental y contribuyendo al desarrollo social de nuestro entorno y, en particular, a través del apoyo a los emprendedores sociales y la profesionalización del tercer sector.

Esta primera memoria de Responsabilidad Social Corporativa destaca ejemplos de iniciativas concretas que hemos realizado en el ejercicio 2011 para aportar valor a nuestros clientes, nuestros profesionales y nuestro entorno. Este documento es interactivo, ya que enlaza con varios informes y publicaciones que sustentan nuestra visión y están disponibles en nuestra página web.

Nuestro compromiso es una apuesta de futuro que exige un esfuerzo diario para lograr marcar la diferencia que nos convierta en la firma líder de servicios profesionales. Pero es un esfuerzo apasionante para todos los que trabajamos en PwC. Este camino lo queremos compartir con vosotros y, por ello, nos gustaría conocer tu opinión y sugerencias para seguir mejorando nuestra actividad y construir un liderazgo sostenible. Escríbenos a rsc@es.pwc.com



Carlos Mas, presidente de PwC España.

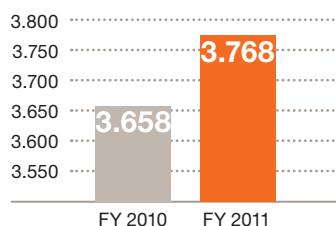


Indicadores clave

Relaciones de confianza

Creación de empleo

Nº total de profesionales en PwC España



Red global de PwC

PwC es la mayor firma de servicios profesionales del mundo. Más de 180.000 personas en 158 países aúnan sus conocimientos, experiencia y soluciones para mejorar la confianza y el valor de sus clientes y grupos de interés.



Diálogo y empatía

Satisfacción de clientes



Satisfacción de los empleados

% de empleados orgullosos de trabajar en PwC



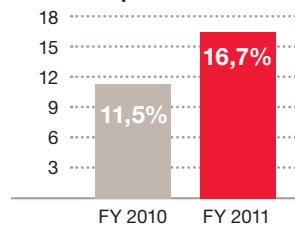
People Engagement Index



Compromiso

Rotación

% de rotación media en PwC España

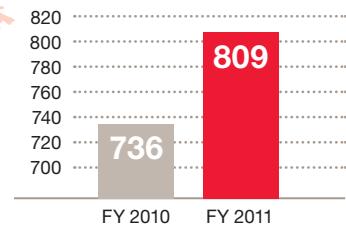


Programas Global Mobility



Desarrollo profesional

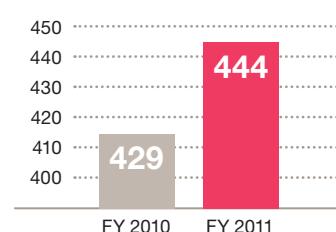
N.º de promociones en PwC España



Impacto

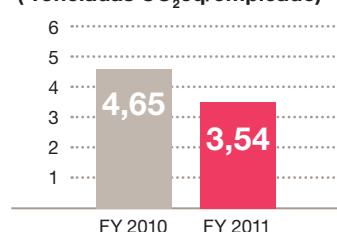
Creación de valor en cifras

Ingresos de PwC España (Millones de €)

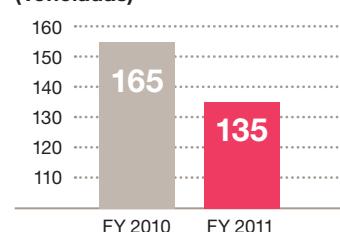


Protegemos el medio ambiente

Ratio de emisiones GEI de PwC España (Toneladas CO₂eq/empleado)

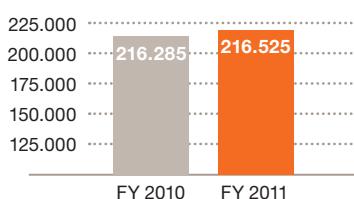


Consumo de papel en PwC España (Toneladas)



Formación

Nº de horas de formación durante el horario laboral en PwC España



Las horas de formación cubren programas de liderazgo y *management*, formación específica según las líneas de negocio y formación sobre las políticas de nuestra firma global durante el horario laboral.

Inversión total por persona (€)

1.647 €
por persona

5%
de los ingresos

En 2011, se han invertido 1.647€ por persona en formación, lo que representa un 5% de la inversión total de los ingresos de PwC España.

Creación y difusión de conocimiento

+30
informes

En el FY 2011 hemos publicado más de 30 informes sobre tendencias e innovación en los sectores industriales y acerca de los grandes retos globales.

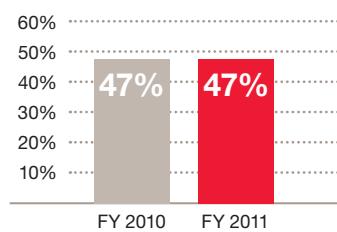
Fomentamos el uso de las redes sociales

+5.000
followers

En Twitter contamos con más de 5.000 seguidores en nuestra cuenta corporativa y, hoy en día, llegamos a una audiencia de 232.820 usuarios.

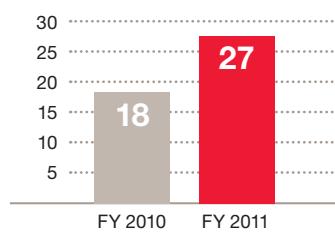
Diversidad de género

% de mujeres en plantilla de PwC España



Innovación

Nº de nuevas soluciones en PwC



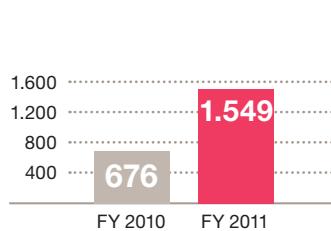
Flexibilidad: Life!

+60
iniciativas

Más de 20 programas disponibles que introducen elementos de flexibilidad, además de las 40 medidas para facilitar las gestiones del día a día y favorecer el equilibrio de la vida profesional y personal.

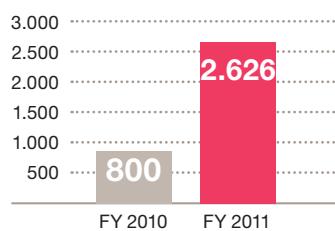
Donaciones

Inversión social de la firma (miles de €)

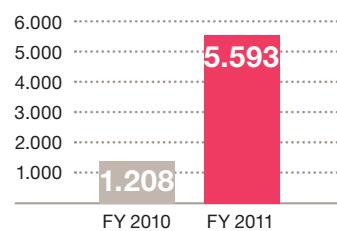


Voluntariado corporativo

Nº de horas – voluntariado general



Nº de horas – voluntariado profesional



Nuestra empresa

PwC es diferente por la especialización



Red de PwC en España

La red de firmas de PwC en España hace referencia a:

- PricewaterhosueCoopers, S.L.,
- PricewaterhouseCoopers Compliance Services, S.L.,
- Landwell- PricewaterhouseCoopers Tax & Legal Services, S.L.,
- PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.
- PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, S.L.
- PricewaterhouseCoopers Corporate Finance, S.L.,
- PricewaterhouseCoopers Recursos Humanos, S.L. y
- Fundación PricewaterhouseCoopers.

Estas compañías son entidades legales separadas e independientes, con órganos de administración igualmente diferentes e independientes entre ellas.

PwC ofrece a sus clientes una visión integrada de sus negocios en todos los aspectos de la consultoría de negocio, auditoría y asesoramiento fiscal y legal.

El modelo de negocio de

PwC se basa en la especialización de sus profesionales, tanto en la tipología de servicios, como en los distintos sectores de actividad económica, lo que permite formar equipos de trabajo especializados en distintas disciplinas, proporcionando valor a las empresas ante las distintas necesidades que se plantean.

La red de PwC en España es la red de firmas con mayor multidisciplinariedad en los equipos de trabajo, lo que asegura un servicio integral en las diversas áreas de actividad de nuestro negocio.

Tenemos una red de 21 oficinas en España con sede principal en Madrid y con más de 3.700 profesionales a su servicio.

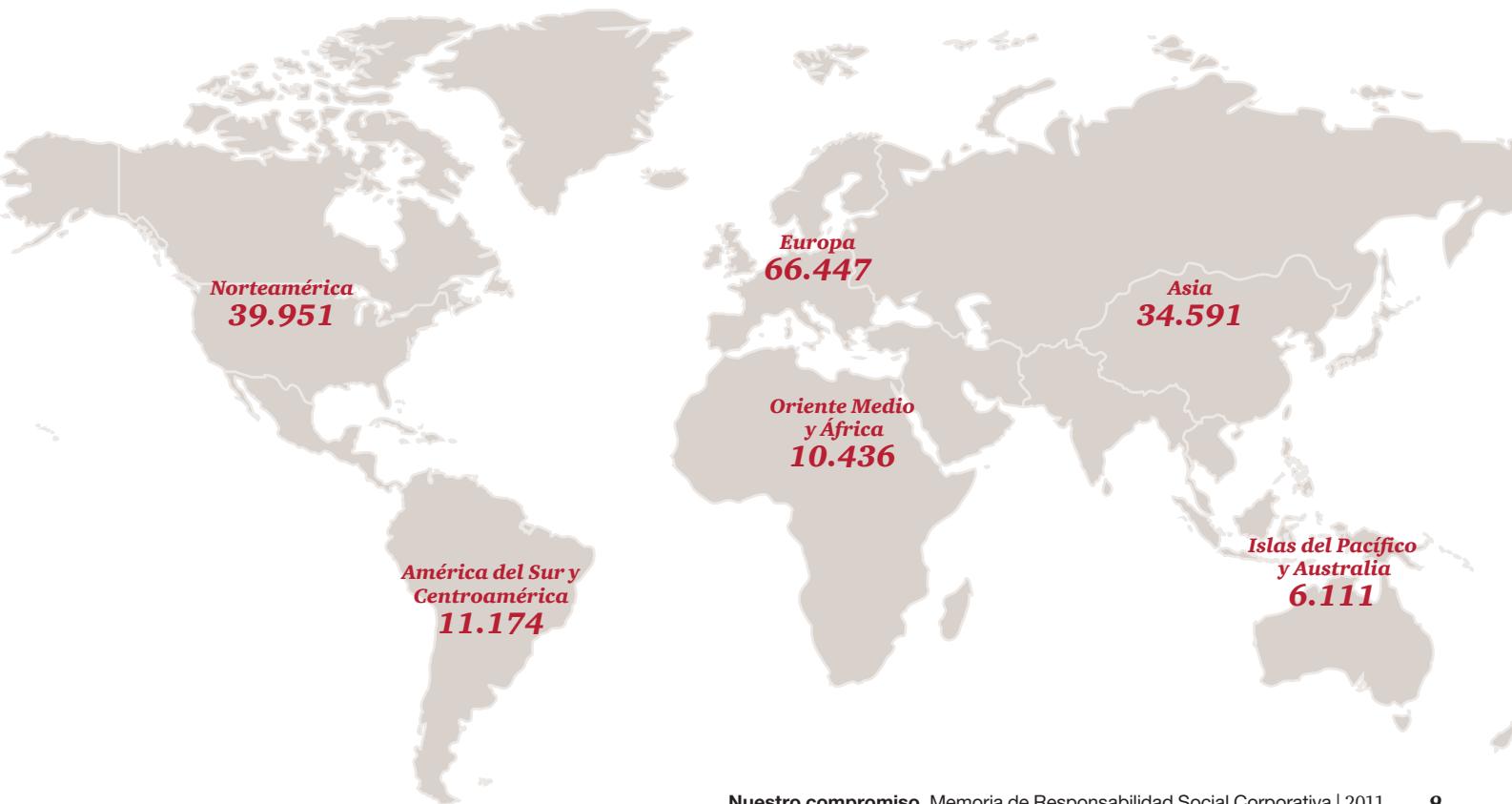
ciación y la generación de valor

PwC es la mayor red global de servicios profesionales en el mundo con la suma de más de 180.000 profesionales presentes en 757 ciudades de 158 países. Cuenta con el mayor número de clientes entre las grandes multinacionales que operan, a escala global, en cada una de las principales áreas geográficas del mundo, lo que nos hace líderes globales entre las firmas de servicios profesionales.

Las sociedades de PwC en España son miembros de la red de PwC. Cada una de las firmas es una entidad legal separada e independiente. Cada una de ellas opera de manera local en su país.

La red de PwC proporciona a sus miembros la flexibilidad para operar tanto a nivel local como internacional y crea una plataforma en la que las firmas miembro comparten

conocimientos, habilidades, recursos y prestan servicios manteniendo una excelente calidad a clientes dentro y fuera del territorio.



Nuestro compromiso

Cómo nos definimos

PwC posee una cultura y unos comportamientos comunes, con un claro foco en los clientes y en las personas. Queremos que todo aquel que trabaje con nosotros, esté donde esté, sienta cada día que: "Mi relación con PwC me ayuda a crear el valor que busco".

Queremos marcar la diferencia por lo que hacemos y por cómo lo hacemos. Ayudamos con nuestros valores a resolver problemas

de nuestros clientes mediante la **excelencia, el trabajo en equipo y el liderazgo**.

Entendemos que nuestros valores no son exclusivamente normas morales, sino los pilares sobre los que nuestra firma se basa para conseguir sus objetivos. Todos aceptamos una responsabilidad personal para un correcto desempeño de nuestro papel en la firma, demostrando nuestros valores y comportamientos.

Cómo nos vemos a largo plazo

Nuestra ambición es ser el número uno en servicios profesionales, siempre adelantándonos a las tendencias y respondiendo a las expectativas de nuestros grupos de interés. La Responsabilidad Social Corporativa ocupa un lugar importante en las prioridades estratégicas de nuestra firma. Por ello, apostamos por un liderazgo no solamente en el mercado y nuestros clientes, sino también en tres ámbitos clave que son las personas, la comunidad y el medio ambiente.

Mercado y Clientes

PwC apuesta por el desarrollo de negocios éticos y que generen confianza. Queremos ser una voz de referencia, tanto internamente como con nuestros clientes y otros grupos de interés, a la hora de promover prácticas de negocio basadas en la responsabilidad, la confianza y la integridad.

Personas

Las personas son clave para nuestro éxito. Construir un entorno que fomenta la

diversidad y garantice el desarrollo integral de nuestros profesionales es esencial para hacer de PwC España una firma innovadora, ágil y de rendimiento excepcional en nuestro mercado.

Comunidad

Cada actividad que desarrollamos, tanto como organización como individuo, tiene un impacto en nuestra comunidad. Nuestro compromiso es ayudar a garantizar su desarrollo, a través de la educación, la creación de capacidades y el impulso de los emprendedores sociales.

Medio ambiente

Asumimos nuestro compromiso en la preservación de nuestro medio ambiente. Esto conlleva una estrategia medioambiental integrada en nuestra gestión, un decidido compromiso frente al cambio climático y la colaboración en la búsqueda de soluciones y compromisos para fomentar acciones sostenibles.



¿Cómo lo queremos conseguir? Generando valor en todos los ámbitos a través de la experiencia de PwC

La experiencia de PwC es un modelo basado en cuatro comportamientos que son algo más que meras aspiraciones. Son acciones. Son compromisos. Con estos comportamientos queremos: Aumentar el valor percibido por parte de nuestros clientes proporcionando ideas e informes de valor añadido,

un servicio personalizado y una experiencia única.

Aumentar el valor percibido por parte de nuestros equipos proporcionando condiciones para el desarrollo profesional individual y ofreciendo una experiencia única, basada en relaciones de confianza,

compromiso, influencia mutua y reconocimiento.

Esta es la esencia: relaciones de valor que marquen la diferencia.





Código de Conducta

PwC cumple con todas las normas profesionales, leyes, reglamentos y políticas internas aplicables a nuestro negocio. Además, existe un Código de Conducta para todas las firmas miembro de PwC. El Código sirve de marco de referencia para que las firmas de PwC establezcan políticas territoriales específicas que contemplen los aspectos locales.

Todos los profesionales de PwC deben conocer y comprender no sólo las pautas contenidas en el Código, sino también los valores en los que están basadas. El Código de Conducta de PwC define la forma de comportarnos y

desarrollar nuestra actividad en diversos escenarios y situaciones. Es único para toda la firma y es muy importante su aplicación.

Formación de nuestros empleados

Con la finalidad de reforzar el conocimiento de los estándares de ética y gestión de riesgos, se han diseñado una serie de *e-learning*s para mayor impacto directo en nuestro día a día.

Se abordan temas como la independencia, corrupción y el Código de Conducta en la formación de nuevos empleados y en cursos de promoción.

Oficina de ética

La Oficina de ética se responsabiliza de la actualización del Código de Conducta, asesora en la formación sobre temas de comportamiento profesional, gestiona las consultas recibidas a través de los canales de denuncia anónimos, e identifica y aplica las mejores prácticas. Si se infringe el Código o las políticas y procedimientos de PwC, habrá medidas disciplinarias incluso llegando al despido. Tales medidas se aplicarán si se ordena o aprueban las infracciones o si se tiene conocimiento de ellas y no se actúa inmediatamente para corregirlas (oficina.de.ethica@es.pwc.com).



El comité de ética está formado por expertos en aspectos de gestión de riesgos, derecho laboral y recursos humanos. Éste gestiona las obligaciones de la oficina de ética en el día a día y tiene como objetivos:

- Impulsar un ambiente de trabajo coherente con los valores y el Código de Conducta.
- Identificar y adoptar las medidas que permitan mantener una cultura basada en principios éticos y en la transparencia de la firma.
- Supervisar los procedimientos y mecanismos que aseguran la comunicación confidencial para presentar

consultas o denuncias sobre valores y ética.

- Participar en la formación de los profesionales de la firma.
- Informar a otros comités en asuntos relacionados.

100%

El 100% de nuestros profesionales firman una confirmación de adhesión al código de conducta, reconociendo las pautas y los valores.

Relaciones de confianza

Invertimos en relaciones con nuestros clientes

Queremos construir relaciones que van más allá de un simple proyecto con nuestros clientes. En este sentido, buscamos entender el negocio del cliente y sus preocupaciones, y valorar el contexto más global en el cual se define el “valor”, tanto para el cliente como para su empresa.

Dado que no hay dos situaciones iguales en nuestra relación con los clientes, es clave tener la flexibilidad necesaria para adaptar nuestro enfoque a cada uno de ellos con un comportamiento basado en unos principios comunes.

La aplicación de estos principios genera un círculo virtuoso, en el que el conocimiento de las expectativas de nuestros clientes y el *feedback* que recibimos de ellos, mejora la calidad de nuestros servicios.

1

Entender y acordar con el cliente sus expectativas de valor.

2

Solicitar y recibir *feedback* periódico de nuestros clientes.

3

Discutir y evaluar con nuestros clientes el valor aportado.



PwC Experience Awards

PwC ha desarrollado los PwC Experience Awards, una oportunidad de demostrar cómo contribuyen las conductas y actitudes especiales y diferentes a crear experiencias únicas con equipos y clientes. Este programa permite premiar a los equipos y compartir las mejores prácticas.



1. Entender y acordar con el cliente sus expectativas de valor.

El concepto de valor es diferente para cada organización e individuo, por lo que resulta clave saber qué es lo que se espera de nosotros.

2. Solicitar y recibir feedback.

Al recibir feedback y estar en comunicación constante sobre nuestro trabajo durante todo el año, podemos introducir los cambios necesarios en cualquier momento, para aportar valor real y superar las expectativas de nuestros clientes.

3. Discutir y evaluar con nuestros clientes el valor aportado.

Para nuestros clientes, el valor es fundamental en cada interacción que mantenemos con ellos, ya sea personal o profesional. En este sentido, consideramos esencial intercambiar opiniones con ellos sobre el valor al concluir cada trabajo.

Aportamos una calidad excelente a nuestros clientes

Risk & Quality

El objetivo de la función de Risk & Quality (R&Q) dentro de las firmas de PwC en España es promover una calidad y gestión del riesgo óptima que contribuya a la excelencia en la prestación de servicios en nuestros negocios en un marco de cumplimiento regulatorio y que permita asegurar un crecimiento sostenible y diferencial en el mercado. Actúa desde cuatro áreas diferenciales:

- Gestión de riesgo
- Independencia
- Calidad
- Regulación

Sistema de calidad interno

Desarrollamos nuestra actividad profesional en el marco de las normas profesionales, leyes y políticas y estándares internos establecidos para todas las firmas de PwC. Estos estándares buscan la garantía de que cualquier cliente, en cualquier lugar, tenga siempre la misma experiencia diferencial al trabajar con nuestra firma. Para ello, y con la finalidad de mantener una actualización y formación continua de nuestros profesionales para la consecución de dicho objetivo, desde PwC, hemos desarrollado plataformas accesibles a todos ellos, donde se incluyen las políticas globales y sus



adaptaciones territoriales, todo ello reforzado con sesiones de formación presencial.

Los estándares de gestión de riesgo establecen unos requisitos mínimos de cumplimiento para todos los miembros de la red mundial de PwC que entre otros incluyen independencia, ética y conductas comerciales, buen gobierno de la firma, protección de datos y confidencialidad. Es necesario que anualmente cada una de las firmas de PwC confirme el cumplimiento con dichos estándares.

Sistema de revisión y control

Las firmas de la red de PwC en España han implementado un sistema de revisión estricto, constructivo y que permite un crecimiento cualitativo y cuantitativo de las firmas y sus profesionales.

El programa de control de calidad de las firmas incluye revisiones llevadas a cabo en el ámbito nacional así como por equipos internacionales miembros de la red de PwC. Dichas revisiones incluyen programas de control centrados tanto en la revisión de trabajos específicos en

cada una de las líneas de servicio, como la revisión, en el caso de la firma auditora, del cumplimiento con la *International Standard Quality Control* (ISQC1) y su transposición en la norma técnica de control de calidad interno de los auditores, que es el marco de referencia sobre el control de calidad de las firmas de auditoría.

Todos los resultados de las revisiones son analizados en profundidad con la finalidad de definir planes de acción prácticos, eficaces y eficientes que pongan en marcha las acciones a llevar a cabo en relación con cualquier recomendación o necesidad de mejora puesta de manifiesto en los informes de resultados obtenidos.

Política de independencia

Consideramos que la objetividad en nuestro trabajo es un tema clave para el éxito y crecimiento sostenible de la economía. La función de independencia está monitorizada por el equipo de R&Q, con socios responsables de la función en cada una de las sociedades, quienes están en contacto continuo con la práctica profesional y que, con el apoyo de un equipo de especialistas, fomentan el cumplimiento de las políticas, procedimientos, la utilización

de herramientas y se encargan de la función consultiva.

La red de PwC cuenta con una serie de herramientas dirigidas a facilitar el cumplimiento de los requisitos de independencia en la aceptación y ejecución de nuestros trabajos tales como: *Central Entity System*, *Global Portfolio System* y *Authorisation for Services*.



100%



El 100% de los profesionales realizan anualmente una declaración de independencia.



100%

El 100% de los directores y socios de la firma participaron en un e-learning relativo a la normativa anti-trust y defensa de la competencia.

Defensa de la competencia y anti-corrupción

Nuestra firma tiene un Código de Conducta en normas *anti-trust* y de defensa de la competencia y un protocolo anti-corrupción, accesible a todos los empleados a través de la intranet. Estos dos estándares se encuentran en los estándares globales que toda firma de la red PwC y sus profesionales deben cumplir.

De cara a mitigar los riesgos asociados a la corrupción, hemos desarrollado un mapa de riesgos que engloba todas las operaciones de PwC en España. Derivado de este mapa de riesgos se ha puesto en marcha un plan de acción y mejora. PwC España está comprometida en apoyar las iniciativas locales e internacionales contra la corrupción y fomenta la involucración y la sensibilización de sus empleados a través de varias medidas y campañas de comunicación.

Confidencialidad y tratamiento de información privilegiada

La confidencialidad es indispensable para todos los profesionales de la red de PwC y en el servicio que se presta a nuestros clientes, sin excepciones. La confidencialidad es la base de la confianza, elemento clave de nuestro Código de Conducta y uno de los estándares globales que toda firma de la red de PwC y sus profesionales deben cumplir. Por ello, PwC tiene una política de protección de datos, accesible a todos los empleados a través de la intranet y comunicada anualmente a toda la plantilla. En caso de duda, los empleados pueden comunicarse con la oficina de protección de datos. En el caso de los servicios de auditoría, la confidencialidad no es sólo un estándar a aplicar sino que es adicionalmente un requerimiento legal estipulado en la ley de auditoría.

Prevención de riesgos laborales

La prevención de riesgos laborales (PRL), es decir, la consecución de la mejora de las condiciones de trabajo y la protección de la salud de todos los profesionales de PwC, es un objetivo estratégico para la firma. PwC mantiene un compromiso constante para cumplir con la reglamentación existente en aspectos de PRL y otros requerimientos que la organización suscriba. Cada profesional que se incorpora a la firma recibe un correo con información sobre los principales riesgos generales y específicos de la actividad a desarrollar y las principales medidas existentes para prevenirlos. Adicionalmente, el servicio de PRL de PwC transmite información a los empleados a través de la intranet.

Comunicación responsable

Existe una política de comunicación de PwC España que incluye normas y líneas de conducta que deben cumplir nuestros profesionales en relación con los medios de comunicación, identidad visual, publicidad, patrocinios, eventos y encuestas, redes sociales, etc.

Invertimos en relaciones con nuestros empleados

Entendemos que nuestra mayor ventaja competitiva radica en las personas que forman PwC y, por eso, uno de nuestros principales objetivos es atraer, retener, formar y motivar a los mejores profesionales.

836
Nuevas
incorporaciones

**468 universitarios
incorporados y 368
profesionales con
experiencia
durante el FY 2011.**



Pantallazo del juego online PwC Quest.

Creación de empleo

El incremento neto de la plantilla en 2011 fue de 109 profesionales. De los 3.768 empleados de PwC, un 13% son profesionales recién licenciados. Con un aumento de un 3%, PwC demostró un año más su compromiso por la captación de talento y, en particular, con los jóvenes y recién licenciados.

Innovación en el reclutamiento de nuestros profesionales: PwC Quest

PwC ha desarrollado un juego *online* que permite a los participantes aprender a conocerse mejor y entrar en contacto con la cultura

corporativa y las áreas de negocio de la firma. El juego interactivo consta de tres fases: "Conócete", "Conócenos" y "Proyecto" y ofrece la oportunidad de demostrar capacidades en el entorno de trabajo profesional.

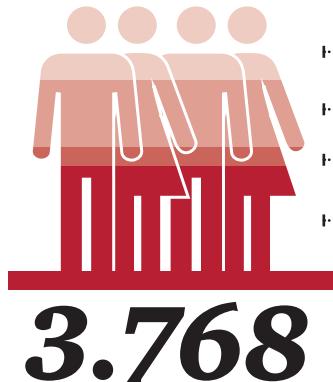
Integración de nuevos empleados

La forma en que se integran los profesionales recién incorporados marca enormes diferencias en términos de cómo se sienten en PwC. Al mostrar interés por su formación y capacidades, informándoles sobre las herramientas y procesos y dándoles apoyo, contribuimos a un nuevo éxito de los miembros del equipo.

Evolución de la plantilla en los tres últimos años

| | FY 2009 | FY 2010 | FY 2011 |
|-----------------------|---------|---------|---------|
| Total de la plantilla | 3.637 | 3.658 | 3.768 |
| Equipo directivo | 1.020 | 1.030 | 1.112 |
| Equipo no directivo | 2.617 | 2.628 | 2.663 |

Plantilla de PwC España en el FY 2011



En PwC, hay una búsqueda permanente del liderazgo en nuestros clientes y mercado. Eso nos exige ayudar a nuestros profesionales a convertirse en líderes, tanto por su competencia técnica como por su capacidad relacional. En este marco, desde PwC, estamos trabajando para ofrecer a nuestros profesionales formación de calidad, tanto a nivel técnico, como en el ámbito de las habilidades y el conocimiento de los mercados donde trabajamos.

El plan de formación y los programas de gestión de talento se personalizan según la categoría y nivel de experiencia de cada profesional. Los programas están diseñados y alineados con la estrategia de la firma potenciando la cultura de crear valor trabajando juntos. Por otro lado, ofrecemos la posibilidad de acceder a programas de formación externa, subvencionando cursos a nuestros profesionales.

Además de los programas formativos habituales, se siguen impulsando jornadas de formación y *workshops*, dirigidos a los directivos y socios de la firma, para obtener una visión global de los temas de mayor actualidad en el mundo empresarial.

Para el desarrollo y la impartición de nuestros programas del plan de formación global, contamos con *partners* y colaboradores de primer nivel como ESIC, IESE, IE, ESO, INSEAD, ICADE, ESADE y *Eurofirm School of Business*.

1.647 €

En 2011, se ha invertido más de 6,2 millones de € en formación, lo que representa 1.647€ por persona.

El camino hacia la excelencia transcurre necesariamente por la formación.

| Categorías de PwC | Associate | Senior | Manager | Senior manager |
|----------------------------|---|--|---------|----------------|
| Entorno de negocio y firma | Formación sobre el papel del profesional en la firma así como la estrategia y políticas internas (independencia, riesgo y calidad), los valores y ética, etc. | | | |
| Formación de habilidades | | Formación sobre comunicación, herramientas y metodologías de gestión, gestión de equipo y proyecto, fomento de la innovación, <i>coaching</i> , etc. | | |
| Formación comercial | | Formación sobre el modelo comercial de la firma, la gestión de las relaciones de negocio, etc. | | |
| Formación sectores | | Formación en temas específicos sectoriales como la normativa, las tendencias, oportunidades y retos de cara a potenciar el intercambio de información y experiencia. | | |

Diálogo y empatía

Apostamos por la creación y difusión de conocimiento

En PwC asumimos que el conocimiento no debe limitarse ni dividirse.

Tenemos el compromiso de compartir y colaborar en el desarrollo de los conocimientos globales en nuestro ámbito de negocio. Por eso, publicamos cada año una serie de publicaciones sobre tendencias e innovación.

Encuesta Mundial de CEOs

Coincidiendo con el Foro de Davos, PwC realiza una encuesta mundial de CEOs, acerca de sus percepciones, retos y tendencias empresariales. En la XIV Encuesta Anual de CEOs, *Reinventando el crecimiento*, un total de 1.201 presidentes y consejeros delegados de empresas de 69 países - 97 de ellos españoles- explican las perspectivas de crecimiento de sus negocios durante el ejercicio 2011. En la encuesta, destacan tres áreas clave para cambiar la estrategia de negocio: la innovación, el talento y la colaboración público-privada.

Para más información sobre la encuesta mundial de CEOs, accede a www.pwc.es

Consenso económico

Desde 1999, PwC realiza y publica un informe trimestral de coyuntura a partir de la opinión de un panel de expertos y empresarios. En 2011, las principales conclusiones del Consenso Económico se han centrado en la necesidad de salir de la crisis con la elaboración de reformas urgentes para mejorar la competitividad y productividad de la economía española.

Para más información sobre el Consenso Económico, accede a nuestra página web en España: www.pwc.es

Colaboración con asociaciones sectoriales e institutos

A través de foros y eventos colaboramos con las organizaciones de manera interactiva. Durante todo el año se organizan los *Encuentros de PwC y la Comercial*, los *Desayunos de trabajo de La Vanguardia* y *PwC y el Foro económico de las Provincias* y *PwC* en los que intervienen empresarios y representantes de la vida económica e institucional para compartir ideas sobre la situación económica de España y sus perspectivas futuras. Asimismo, durante todo el año, se han organizado encuentros informativos sobre las reformas, novedades y tendencias actuales y futuras que podría afectar al mundo de la empresa.

PwC organiza más de 150 foros cada año en los que se ofrece la oportunidades de conocer el pensamiento y compartir la experiencia de los profesionales de la firma.

Participación en debates públicos

La aportación de PwC al debate público se canaliza a través de nuestra propuesta de un nuevo modelo de *Crecimiento Inteligente* y de nuestras publicaciones sobre tendencias e innovación.

+30
informes

En 2011, PwC España ha publicado más de 30 informes. Para más información sobre nuestros publicaciones, visita nuestra página web: www.pwc.es

Consideramos que las soluciones más sorprendentes vienen de la mano de puntos de vista diferentes. La búsqueda de nuevos caminos abre la puerta a soluciones más eficaces.

Desde PwC, queremos facilitar la creación de un modelo abierto de colaboración con clientes, medios de comunicación y grupos de interés a través las nuevas tecnologías y las redes sociales

A través del blog de nuestros profesionales *Un punto de vista diferente*, y las redes sociales, intentamos mostrar nuestra visión de los distintos temas económicos y empresariales, de innovación y de los sectores que forman el tejido económico de nuestro país.

La apuesta de PwC por fomentar el uso de las redes sociales durante este año, ha dado sus frutos, con un incremento del número de apariciones a lo largo del año, con 14.862 menciones durante este ejercicio fiscal en medios sociales.

En PwC compartimos nuestro conocimiento entre todas las firmas de nuestra red

La red de PwC y su capacidad para compartir conocimiento ayuda a crear una nueva

forma de hacer negocios y satisfacer así y las expectativas de los clientes, al poder ofrecer diferentes puntos de vista y experiencias basados en metodologías comunes.

Para fomentar el intercambio de información a través las redes de PwC, se han diseñado plataformas y redes sociales internas.

Esta iniciativa permite crear un proceso de intercambio de información entre las distintas firmas miembro de PwC, lo que permite a nuestra firma tener acceso a una multitud de información en todos los países donde estamos presentes.



Generación de ideas

Nuestras publicaciones generan un liderazgo de ideas de gran valor para nuestros profesionales y nuestros clientes actuales y potenciales. El ranking global *Most Admired Knowledge Enterprises* ha valorado por octavo año nuestra aportación en materia de ideas, situándonos entre las compañías que más destacan por el uso del liderazgo de ideas como ventaja competitiva.

Síguenos en las redes sociales



Fan page PwC Spain

<http://www.facebook.com/PwC.Spain>
Vídeos, información foros de empleo, desayunos con universitarios, etc.



Cuenta en Twitter

(@PwC_Spain) http://twitter.com/#!/PwC_Spain
Comunicación de los eventos corporativos, noticias y publicación de ofertas de empleo.



Grupo PwC Spain

Foros de debates sobre tema financieros/empresariales, publicación de ofertas senior, informes y estudios de la firma, etc.



Canal PwC Spain

<http://www.youtube.com/PwC>
Canal de visualización de todos los vídeos producidos por PwC: cambio de marca, declaraciones de socios, auditoría de los Oscar, etc.



Grupo PwC Spain

http://www.flickr.com/photos/pwc_spain/
Publicación de fotografías de los días de voluntariado y acción social, iniciativas empleados, etc.



Nuestra página en Google Plus

<http://plus.google.com/113098661236238484418>"
Te contamos todas nuestras novedades: publicaciones, noticias, convocatorias... ¡Síguenos!.

Diálogo con nuestros grupos de interés

Encuesta anual a profesionales

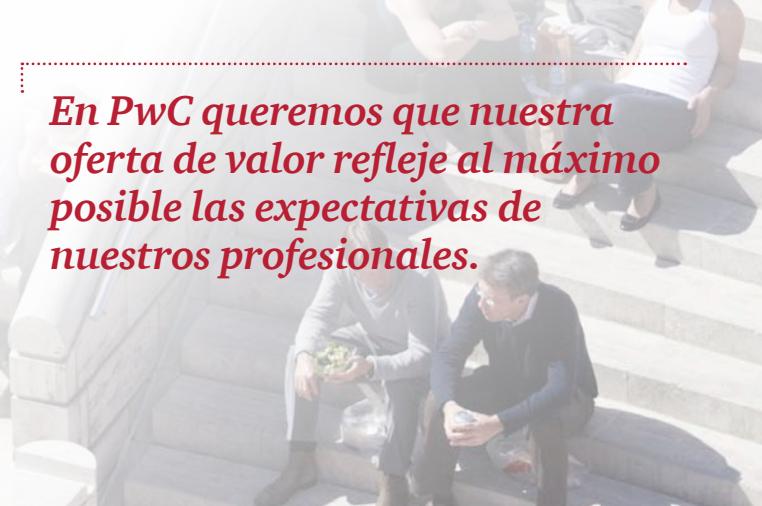
Se realizan dos encuestas globales al año -*Global People Survey* y *Pulse Survey*- para conocer de primera mano las opiniones de nuestros profesionales sobre diferentes ámbitos de la gestión de nuestro negocio, especialmente aquellos relacionados con las personas, nuestro modelo de negocio y nuestras iniciativas en materia de RSC. Asimismo, permite a cada uno de nuestros profesionales aportar ideas y posibles mejoras para diseñar el futuro de PwC. Cada año se calcula el *People Engagement Index*, indicador que combina las percepciones de nuestros profesionales en temas de satisfacción, compromiso, orgullo, lealtad, fuerte sentido de la responsabilidad, y un deseo de aconsejar la

firma a otros. Con el objetivo de mejorar nuestra comunicación interna, hemos desarrollado en 2011 un proyecto interno para analizar la percepción de la oferta de valor de la firma y conocer cuáles son los canales de comunicación interna que se consideran más efectivos.

Gestión de los equipos

En el ejercicio 2011, se ha puesto en marcha un proyecto piloto para gestionar de forma diferente a los equipos con la figura del *people manager*. Esta figura tiene un papel activo en la gestión del desarrollo, la carrera profesional y el bienestar de todos nuestros profesionales. En una primera fase, participaron 22 gestores en Madrid y Barcelona. Gradualmente, el programa se implantará en todos los niveles y en todas las oficinas.

En PwC queremos que nuestra oferta de valor refleje al máximo posible las expectativas de nuestros profesionales.



En PwC nos centramos en mejorar la satisfacción de nuestros clientes

Para conocer cómo nos valoran nuestros clientes, realizamos cada año una encuesta entre nuestros principales clientes para analizar su grado de satisfacción.

En la edición 2010-2011, el proceso ha incluido a 188 clientes. Con la información que obtenemos, desarrollamos un plan de acción para seguir mejorando día a día con nuestros clientes.

En PwC queremos fomentar el contacto entre antiguos empleados

En 2011 se celebraron 12 reuniones, facilitando el reencuentro profesional y personal con antiguos profesionales de la firma. La creciente proyección de nuestra red Alumni también se refleja en las redes sociales. En LinkedIn hay registrados 1.300 alumni.



Compromiso

Nos ponemos en el lugar del cliente innovando en nuestras soluciones

26
Nuevas
soluciones
comerciales

Se han lanzado 26 nuevas soluciones comerciales –más de una al mes– para adelantarnos a las tendencias y responder a las expectativas de nuestros clientes.

Transformar nuestro modelo de negocio a través la innovación

En el contexto actual, la innovación se convierte en una de las principales palancas de crecimiento de nuestra firma. Nuestro programa de *Innovación* implantado en 2011, es el proyecto que engloba todas las iniciativas de innovación de la firma, abarcando programas estratégicos globales, programas

divisionales y programas de lanzamiento de soluciones para cada una de las tres divisiones de negocio.

El objetivo del programa es poner a disposición de los clientes, de forma rápida y atractiva, soluciones que den respuesta a las necesidades específicas y prioridades estratégicas identificadas por nuestros profesionales.

Asimismo, se ha creado un equipo de innovación por línea de negocio, integrado, por término medio, por 10 profesionales que dedican parte de su tiempo a fomentar proyectos de innovación.

Compromiso con la innovación de nuestros servicios

La sostenibilidad está transformando la forma de hacer negocios. El éxito empresarial ya no se mide sólo

por cuánto se gana, sino también por cómo se gana. PwC propone soluciones multidisciplinares, pensadas para ayudar a las empresas a posicionarse y avanzar con eficacia hacia un modelo de negocio sostenible y responsable y hacia una economía baja en carbono.

El informe integrado es un ejemplo de tema innovador sobre el cual trabajamos con nuestros clientes.

Colaboración con líderes de opinión

La colaboración con instituciones externas de la firma es una de las características de nuestro modelo de innovación. En 2011, hemos realizado la primera jornada de la *Oxford Innovation Society* en España, conjuntamente con la Universidad de Oxford y la Fundación Barrié.

Para más información sobre nuestras nuevas soluciones comerciales, accede a nuestra página web: www.pwc.es



21%

Un 21% de los profesionales de PwC España han sido promocionados en 2011.

Fomentamos la carrera de nuestros profesionales

En PwC queremos proporcionar las herramientas necesarias para que cada uno de nuestros profesionales tenga la mejor proyección profesional

Es clave conocer la valoración de todos nuestros profesionales, tanto sobre su desempeño como sobre su potencial. En este sentido, hemos iniciado distintos programas de evaluación del desempeño definidos bajo la base de nuestros principios.

Nuestro modelo de gestión del talento y de carrera profesional quiere desarrollar un entorno basado en la cultura de *coaching* y potenciar el desarrollo de nuestros profesionales y el mejor desempeño de sus habilidades.

Para ello, nuestros profesionales tienen asignado un tutor que tiene como responsabilidad impulsar el éxito profesional de cada uno de sus tutelados. Este proceso garantiza el seguimiento

individualizado de cada profesional de la firma.

Cada profesional recibe un *feedback* de su rendimiento con el objetivo de establecer un plan de desarrollo para seguir fortaleciendo los puntos fuertes y desarrollar las áreas de mejora.

Asimismo, este programa permite diseñar programas de formación adaptados.

Queremos seguir trabajando en el desarrollo profesional individual mejorando la experiencia relacional que ofrecemos y fomentando nuestra cultura de compromiso, influencia mutua y reconocimiento del éxito individual y colectivo.

Número de promociones desglosado por género y categoría en los 3 últimos ejercicios.

| Categorías de PwC | FY 2009 | | FY 2010 | | FY 2011 | |
|---------------------|---------|-----|---------|-----|---------|-----|
| | H | M | H | M | H | M |
| Toda la plantilla | 461 | 308 | 438 | 298 | 501 | 308 |
| Equipo no directivo | 284 | 231 | 248 | 220 | 280 | 213 |
| Equipo directivo | 147 | 70 | 167 | 73 | 192 | 91 |
| Socios | 30 | 7 | 23 | 5 | 29 | 4 |

En PwC implicamos a nuestra gente con el proyecto Impulsa

Desde PwC incentivamos y encauzamos el potencial de nuestros profesionales en beneficio de las necesidades sociales y de las asociaciones de las comunidades en las que estamos presentes. Para ello, hemos lanzado el proyecto *Impulsa*, una plataforma de colaboración que permite colaborar con ONGs. El objetivo es poner nuestras capacidades técnicas al servicio de organizaciones que tienen como objetivo ayudar a los más desfavorecidos. En 2011, PwC ha colaborado con Cruz Roja y la Fundación Secretariado Gitano.

Proporcionamos un entorno adecuado para enriquecer la experiencia



60 profesionales han participado en los programas de Global Mobility en el FY 2010/11.

9
años

Nueve años consecutivos siendo la empresa más admirada del sector, según el Índice de Reputación Corporativa MERCO.

En PwC proporcionamos un entorno adecuado para enriquecer la experiencia de nuestros profesionales y ayudarles a tener una visión completa del negocio y del cliente con el programa Global Mobility

El programa de *Global Mobility*, facilita la movilidad de nuestros equipos y ha sido una prioridad de la firma para el año fiscal 2011. 60 profesionales de PwC España, de las diferentes líneas de negocio y sectores, han salido fuera de nuestras fronteras para apoyar a los clientes en

su expansión internacional. Este programa permite a cada participante familiarizarse con una nueva cultura y conocer la forma de trabajar de otros países, facilitándoles una visión global de los negocios y de las necesidades de los clientes.

En PwC queremos dar respuesta a las aspiraciones de nuestros profesionales

La firma ha puesto en marcha el programa *Career Choice* que ofrece la posibilidad de continuar la carrera profesional en una línea de negocio diferente, ofertando, en primer lugar, los puestos vacantes internamente. Además, existe la posibilidad de realizar traslados nacionales a cualquiera de las oficinas de PwC donde tenga presencia la línea de negocio a la que pertenezca el empleado.



En PwC transformamos nuestro modelo de negocio para ser un mejor lugar para trabajar

Las personas altamente motivadas y cualificadas son clave para nuestro éxito. Por tanto, nos esforzamos para ofrecer a nuestro personal el mejor lugar para trabajar. Por ello, entre otros, PwC ha puesto en marcha para todos los profesionales el programa *Life!* con el objetivo de:

- Avanzar en el equilibrio entre vida personal y profesional.

**126
bajas**

126 bajas por maternidad o paternidad durante el año 2011, de las cuales, el 100% de los empleados se ha reincorporado después de la baja.

Programa +Life!

Además del programa *Life!* se ha desarrollado *+Life!*, un ambicioso programa con el que se ofrece una gran amplitud de servicios con descuentos e iniciativas desarrolladas con un único objetivo: hacer el día a día un poco más fácil, ayudando a equilibrar la vida laboral y personal de nuestros profesionales.

- Hacer de PwC un entorno mejor para trabajar.
- Adaptar la cultura de nuestra firma al cambio en los estilos de vida y los valores de los jóvenes profesionales.

Impacto

Creamos valor en cifras

Ingresos de PwC por línea de negocio (en millones de euros)

A pesar de la situación económica actual, nuestra firma ha aumentado sus ingresos en un 3,5%, lo que demuestra la confianza de nuestros clientes en nuestra firma para la búsqueda de nuevas oportunidades y la resolución de problemas complejos.

En el año fiscal que concluyó el 30 de junio de 2011, PwC España trabajó con 33 de las 35 empresas del índice bursátil IBEX, lo que representa el 94% del total.

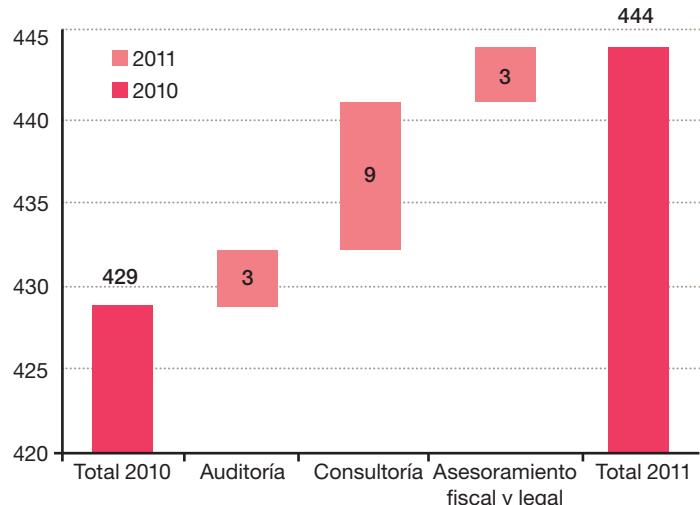
Remuneración de los socios

Un elemento fundamental de la cultura de PwC es la existencia de unos principios comunes para la remuneración de los socios basados en el rendimiento y la calidad de su trabajo, teniendo en cuenta el rol desempeñado y los resultados de la firma. Los socios tienen asignadas unidades de

Ingresos de PwC España por línea de negocio (en millones de euros)

| | FY 2009 | FY 2010 | FY 2011 |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Auditoría | 171,2 | 176,3 | 179,0 |
| Consultoría | 121,1 | 133,2 | 142,3 |
| Asesoramiento fiscal y legal | 117,2 | 119,2 | 122,4 |
| Total | 409,5 | 428,7 | 443,7 |

Ingresos de PwC España en el FY 2011 desglosado por línea de negocio (en millones de euros)



participación, estando su retribución directamente ligada al número de unidades asignadas en cada caso. Las

unidades de participación son revisadas anualmente considerando en dicha revisión los siguientes



criterios mediante los que se determina sus unidades para el próximo ejercicio y en consecuencia las bases de su retribución: La consecución de los objetivos marcados anualmente, el rol desempeñado y su antigüedad en el rol y la ausencia de incidencias de carácter técnico y de calidad.

Remuneración de nuestros profesionales

Nuestro sistema de remuneración se basa en las evaluaciones individuales que toman en cuenta las capacidades de crecimiento, el desempeño, la calidad en el trabajo y la integración de nuestros principios, así como los objetivos fijados al principio del año. No hacemos diferencias relativas al género y nos aseguramos de respetar el principio de equidad salarial basado en el reconocimiento objetivo del éxito del profesional.

Plan de compensación flexible

El plan de compensación flexible es un sistema de retribución personalizado por el que cada empleado decide voluntariamente cómo percibir su retribución total anual para que se adapte a sus necesidades personales y familiares en cada momento. El plan de compensación es voluntario y modificable cada año.

Contribuimos al desarrollo social del entorno

PwC España y la Fundación de PwC promueven el desarrollo y el beneficio social.

Para ello, colaboramos con la sociedad compartiendo nuestras capacidades,

experiencia y recursos en el estudio y difusión del conocimiento. Prestamos especial atención a las organizaciones del sector social para mejorar su

gestión y maximizar el impacto positivo sobre la sociedad.

Programa social

Programa académico

Programa cultural

La Fundación de PwC tiene la misión de colaborar con la sociedad española.

Apoyamos e impulsamos los valores de la **innovación social y el compromiso con nuestra sociedad** a través de un conjunto de iniciativas que pongan nuestras capacidades y recursos al servicio de organizaciones y emprendedores sociales con el objetivo de ayudarles a crear un valor social sostenible y replicable.

Impulsamos la **reflexión corporativa y académica sobre temas centrales para la economía y la empresa española**, enmarcados en los ejes de nuestro programa.

Impulsamos la cultura española colaborando con organizaciones e instituciones de referencia que contribuyan a **hacer de la cultura una realidad creadora de valor social y articuladora de nuestra sociedad**.

Uno de los elementos más significativos de nuestra estrategia de acción social es el fomento y el apoyo a los emprendedores. Las diversas iniciativas que llevamos a cabo al respecto, buscan la promoción del espíritu emprendedor para encontrar soluciones innovadoras y socialmente responsables para los retos a los que se enfrenta la sociedad

actual. Realizamos actividades de formación, orientación, divulgación, colaboración y asesoramiento, para hacer que las entidades o individuos emprendedores lo tengan más fácil a la hora de materializar sus ideas y para que éstas sean viables económicamente y tengan cabida en el mercado.

Momentum Project

Esta iniciativa de ESADE, BBVA y la Fundación de PwC, surge para promover el emprendimiento social en España. Se desarrollan dos líneas de trabajo: consolidación y maximización del impacto de los proyectos y creación de un ecosistema de apoyo a los emprendedores. Según unos criterios de participación, cada año se seleccionan las diez mejores ideas para que accedan a un Social Investment Day dirigido a clientes de banca privada de BBVA. Un equipo de profesionales de PwC ha sido el responsable de analizar y evaluar los proyectos. Momentum Project ha sido premiado por Actualidad Económica con el premio “100 mejores ideas” en el apartado de RSC.



Dentro del programa social, también se desarrollan iniciativas para favorecer la profesionalización del tercer sector. Este año, 18 socios y directores de PwC han asesorado a líderes de entidades sociales de nuestro país, como parte del programa de liderazgo social desarrollado con ESADE, que pretende intercambiar conocimientos, experiencia y reflexiones sobre cómo mejorar la gestión de las organizaciones.

El proyecto *Néstor*, parte del programa social, pone en contacto a líderes sociales y socios o directores de PwC.

Adicionalmente, mantenemos numerosas alianzas con diversas entidades para el desarrollo conjunto de proyectos sociales:

- Fundación Tomillo
- Unicef
- Fundación Bertelsmann
- Cruz Roja
- Fundación Lealtad

Programa Más Social

La Fundación Barrié y PwC han diseñado y desarrollado un programa de orientación y apoyo para las entidades sociales gallegas hacia una dirección y gestión profesional económicamente sostenible. Además, ha permitido la reinserción laboral de profesionales que se encontraban en situación de desempleo. PwC ha llevado a cabo la selección de las entidades y los profesionales y posteriormente el desarrollo del plan de formación y la implantación de los planes de acción personalizados. En 2011, las ayudas han beneficiado a diez entidades.

- Cáritas
- Fundación Reina Sofía
- Gent Gent
- Fundación La Marató de TV3

Entre las iniciativas del ámbito académico cabe destacar la realización de encuestas a altos directivos de empresas españolas sobre temas económicos de actualidad y la investigación para el desarrollo de buenas prácticas de gobierno y para el

fomento de la innovación del Sector Público. Asimismo, se ha realizado un estudio del proceso de internacionalización de empresas españolas a través del Observatorio de la Empresa Multinacional Español (OEME).

Además, mantenemos acuerdos y convenios con instituciones académicas como:

- Fundación Seres
- Universidad Católica de Valencia
- Círculo de Empresarios
- Universidad Carlos III de Madrid
- Fundación de Estudios Financieros
- Universidad Carlos III de Madrid
- IE Business School

Con motivo de nuestra apuesta por la cultura y su difusión, colaboramos con diferentes entidades:

- Fundación Príncipe de Asturias
- Museo Nacional del Prado
- Teatro Real
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía
- Palau de les Arts Reina Sofía

Trabajamos por un Crecimiento Inteligente

Desde PwC apostamos por un modelo de crecimiento basado en la innovación, la calidad, el talento y el valor añadido, que además sea sostenible social y ambientalmente. Los cinco pilares de este modelo de crecimiento son:

- Innovación
- Internacionalización
- Economía del conocimiento
- Economía baja en carbono
- Modernización de las Administraciones Públicas

Programa de graduados de la Fundación Junior Achievement

50 profesionales de la firma han asesorado y apoyado en sus planes de empresa a emprendedores sociales de diez universidades españolas durante el curso académico 2010-11.

Protegemos el medio ambiente y fomentamos la sostenibilidad de los negocios

Política de medio ambiente de la firma

Como empresa líder en servicios profesionales, queremos liderar el cambio hacia un crecimiento sostenible y responsable que integre aspectos sociales y ambientales en el desarrollo de los negocios. Trabajamos

para minimizar el impacto sobre el medio ambiente de nuestra actividad y ofrecemos soluciones sostenibles a nuestros clientes para que ellos también actúen en la protección del medio ambiente y en la prevención y mitigación del cambio climático.

Nuestra política de medio ambiente establece una serie de objetivos y metas que orientan las medidas y actuaciones que desarrollamos para garantizar el respeto medioambiental. Los compromisos que hemos adquirido mediante nuestra política de medio ambiente son los siguientes:



Aspectos clave de la política de medio ambiente de PwC España

Cumplimiento de los requisitos legales y otros requisitos.

Mejora continua del comportamiento ambiental.

Prevención de la contaminación y preservación de los recursos naturales.

Fomento de una cultura de respeto al medio ambiente.

-13%

En el último año, nuestro consumo de papel ha sido un 13% menor que en el ejercicio anterior.



-7%

Nuestro consumo de agua ha sido de 8.095 m³, un 7% menor que en el ejercicio anterior.

Estrategia ambiental de la firma

Nuestra estrategia ambiental se basa en el liderazgo responsable, minimizando el impacto de nuestra actividad, seleccionando nuestros proveedores y contratistas, teniendo en cuenta criterios ambientales, sensibilizando a nuestros clientes y a la sociedad y ofreciendo soluciones que promuevan un buen desempeño ambiental. Además, realizamos una importante labor de comunicación interna; sensibilizamos a nuestros empleados y les hacemos partícipes de nuestros esfuerzos en esta materia.

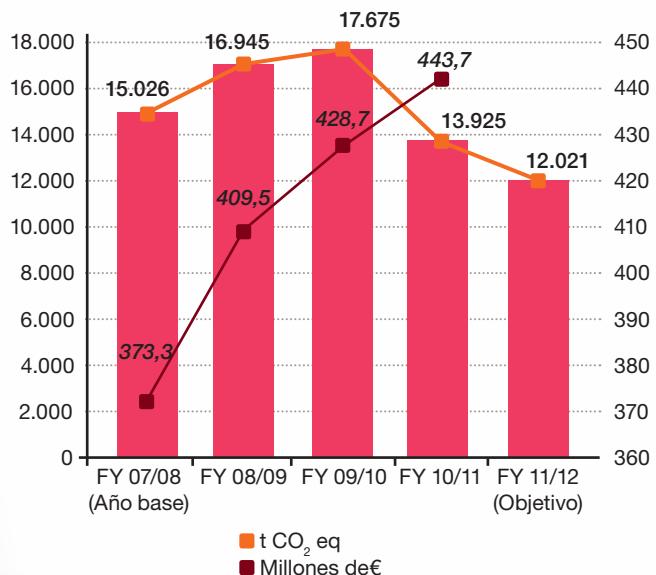
Nuestros principales impactos sobre el medio ambiente son el consumo de recursos (energía, agua y materiales), la emisión de GEI y la influencia en otras empresas. Trabajamos para minimizar

nuestros impactos y para aprovechar la oportunidad de orientar las actuaciones de las empresas con las que trabajamos.

Huella de carbono

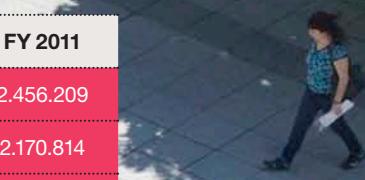
Desde hace cuatro años, calculamos nuestra huella de carbono para poder controlar y reducir nuestras emisiones de GEI, estableciendo, además, medidas y objetivos de reducción. Más del 80% de nuestras emisiones son indirectas debidas al consumo de electricidad y a los desplazamientos de nuestros empleados. En 2011 nuestras emisiones han descendido un 21%, con respecto al ejercicio anterior, y un 7% con respecto al año base 2008, a pesar del 30% de incremento en nuestra actividad.

Evolución del total de las emisiones de GEI en relación con los ingresos de la firma



Estrategia frente al cambio climático**1****Prioridades estratégicas****Cálculo y reducción de nuestra huella de carbono.****2****Optimización de los consumos de otros recursos y selección de materiales sostenibles.****3****Minimización de los residuos generados y correcta gestión de los mismos.****4****Extensión de nuestra política de medio ambiente a nuestra cadena de suministro.****5****Fomento de una cultura enfocada hacia la sostenibilidad.****Lo que hacemos**

- Implementación de un sistema de gestión ambiental certificado según la norma UNE-EN-ISO 14001 con un plan de acción para la reducción de consumo de recursos naturales, energía eléctrica y emisiones de CO₂.
- Medidas de eficiencia energética:
 1. Instalación de sensores de presencia y sectorización de la iluminación.
 2. Mejora de aislamientos y sistema de climatización más eficiente.
 3. Reducción del consumo de los equipos ofimáticos (*pools* de impresión, equipos más eficientes, virtualización de servidores...).
- Movilidad sostenible:
 1. Reducción de los viajes de negocio.
 2. Fomento del teletrabajo.
 3. Implantación de tecnologías de videoconferencia y videollamada.
- Instalación de perlizadores en grifos.
- Impresión a doble cara.
- Compra de papel con certificado FSC.
- Información a los empleados sobre la correcta gestión de los residuos.
- Recogida selectiva de residuos.
- Puesta en conocimiento de nuestra política y los principales requisitos legales ambientales para proveedores y contratistas.
- Formación sobre el sistema de gestión implantado para proveedores y contratistas.
- Inclusión de criterios ambientales en el proceso de contratación de proveedores.
- Concienciación ambiental de los empleados.
- Participación en diversos foros en los que se fomenta la conciencia ambiental y la necesidad de la protección del medio ambiente.
- Oferta de soluciones y servicios orientados a un desempeño ambientalmente responsable de las empresas con las que trabajamos.



Principales indicadores medioambientales

| | Unidad | FY 2009 | FY 2010 | FY 2011 |
|--------------------------------------|------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Consumo de energía | GJ | 2.430.470 | 2.571.742 | 2.456.209 |
| Electricidad | GJ | 2.094.868 | 2.251.917 | 2.170.814 |
| Gas natural | GJ | 335.603 | 319.825 | 285.395 |
| Ratio de consumo de energía* | GJ/empleado | 620 | 677 | 625 |
| Emisiones de GEI - Alcance 1 | tCO ₂ eq | 365 | 338 | 336 |
| Emisiones de GEI - Alcance 2 | tCO ₂ eq | 2.358 | 2.422 | 2.335 |
| Emisiones de GEI - Alcance 3 | tCO ₂ eq | 14.222 | 14.915 | 11.254 |
| Ratio de emisiones GEI 1* | tCO ₂ eq/empleado | 4,32 | 4,65 | 3,54 |
| Consumo de agua | m ³ | 6.735 | 8.675 | 8.095 |
| Ratio de consumo de agua* | m ³ /empleado | 1,72 | 2,28 | 2,06 |
| Generación de residuos no peligrosos | toneladas | 593 | 361 | 458 |
| Consumo de papel | toneladas | 167 | 155 | 135 |
| Consumo de tóner | toneladas | 0,341 | 1,311 | 1,354 |

* Para el cálculo de los ratios de emisiones de GEI, ratio de consumo de energía y ratio de consumo de agua se ha tenido en cuenta el número total de empleados, incluyendo a becarios, outsourcing, personal temporal, etc.

¹ El ratio de emisiones de GEI incluye las emisiones del Alcance 3.

Aportamos valor a nuestra gente potenciando la diversidad

La riqueza de la firma se concentra en nuestro Capital Humano, en la variedad de sus profesionales y en la experiencia que les caracteriza.

Desde PwC apostamos por una diversidad que engloba todos los aspectos que hacen única a una persona, tanto los visibles, como por ejemplo, género o raza, como los subliminares como la cultura, educación o incluso la personalidad. Para crecer, entendemos que debemos tener en nuestra plantilla perfiles diversos con el fin de generar creatividad e innovación y tener ventajas competitivas para acceder a nuevos mercados, clientes y productos.

Comité de diversidad

Desde 2006, hemos lanzado un comité de Diversidad para potenciar la cualidad de ser diferente como fuente de creación de valor para nuestros clientes y nuestros profesionales. El Comité de Diversidad trabaja en cuatro campos de actuación:

- Discapacidad
- Multiculturalidad y diversidad generacional
- Diversidad de género

Discapacidad

En PwC nos comprometemos en el fomento de la integración laboral de las personas que tienen algún tipo de discapacidad. Durante 2011 hemos incrementado un 3% las vacantes reservadas para candidatos recién titulados con discapacidad (un uno por ciento más de lo exigido por la ley). Una vez incorporados en la firma, son gestionados por los mismos parámetros de evaluación que el resto de los profesionales. El 42% de estos profesionales provienen de ONCE o FUNDOSA.

Asimismo, a través del proyecto Diversia, se han incorporado a las oficinas de Madrid y Barcelona seis personas con Síndrome de Down para desarrollar tareas de soporte. Estos profesionales son supervisados en los primeros meses por tutores de la fundación ONCE y posteriormente por los responsables de las áreas en las que desarrollan sus funciones.

Además de la integración laboral, PwC en colaboración con la Fundación ONCE, ha llevado a cabo un programa de apoyo interno, en el que se proporciona a los profesionales y a sus familiares un conjunto de servicios de asesoramiento, información y apoyo en el

ámbito de la atención de la discapacidad en todas sus vertientes.

Multiculturalidad y diversidad generacional

Con una edad media de 32 años, PwC España desarrolla su actividad con la convivencia de más de 42 nacionalidades y culturas distintas.

Diversidad de género: la movilización del talento femenino

Velamos y promovemos la igualdad de género en todas nuestras políticas y sistemas de gestión de recursos humanos: Contratación, formación y desarrollo, retribución, conciliación de trabajo y sistema de compensación, etc.

Asimismo, desde enero de 2006, PwC España está adherida al proyecto *Women in PwC*, una iniciativa global de PwC cuyo objetivo final es atraer y retener el talento femenino. Se han puesto en marcha distintos programas específicos para fomentar el talento femenino en los niveles intermedios y permitir un mayor equilibrio en nuestros órganos directivos.

1. Identificación de indicadores y gestión de la medición: se han definido las magnitudes y variables

necesarias para tener un conocimiento de la situación actual de la firma española en cuanto a la diversidad de género (porcentaje de hombres-mujeres en las nuevas incorporaciones, promociones, etc.), asegurando que la información se analiza en la dirección de cada línea de negocio. Una vez identificadas las desviaciones, se ha determinado un plan de acción específico en cada caso.

2. Puesta en marcha del teletrabajo: se ha definido e implantado un programa de teletrabajo, que permite desarrollar una parte de la actividad profesional (máximo 30–40%) en una ubicación diferente de las instalaciones de PwC o del cliente.

3. Impulsar la presencia de directivas de PwC en foros empresariales y asociaciones profesionales de prestigio: se ha potenciado la presencia de directivas de PwC en foros de interés en los que la firma no estaba lo suficientemente representada.

4. Programa de Mentoring para mujeres de alto potencial: tras realizar un análisis de la situación del talento femenino en PwC, se han detectado una serie de barreras culturales,

de entorno de trabajo y sociales que hacen más difícil el acceso de la mujer a determinadas posiciones. Para responder a este reto, PwC España ha iniciado un proyecto piloto en 2011 para proporcionar a jóvenes con talento una potente herramienta que les permita desarrollar su potencial, gestionar su carrera y ampliar su red de contactos, apoyándose en la figura de la mentora (socia/directora) como modelo de rol y palanca de cambio.

5. Acción social en el ámbito de la diversidad de género: se ha dado ayuda financiera a la Fundación UAM para apoyar al un proyecto emprendedor, promovido por mujeres, así como a varios programas de voluntariado de nuestros profesionales.

24

Número de personas con discapacidad en nuestra firma en 2011.

42

Número de nacionalidades distintas de nuestros profesionales en la firma.

32

Edad media de la plantilla en 2011.

46,7%

Porcentaje de mujeres en toda la plantilla de la firma en 2011.

Talento Femenino en PwC España

| | FY 2009 | FY 2010 | FY 2011 |
|---------------------------------|---------|---------|---------|
| Mujer en toda la plantilla | 47% | 47% | 47% |
| Mujer en el equipo directivo | 24% | 25% | 25% |
| Mujer en el equipo no directivo | 61% | 59% | 60% |

Tabla de indicadores

Índice de contenidos GRI

En el índice de contenidos siguiente, se indican las páginas donde se reporta la información sobre el perfil de la firma y los indicadores del GRI.

| Indicador | Página | Indicador | Página | Indicador | Página | Indicador | Página |
|-----------|----------------------|-----------|--------------------|-----------|-------------------------------------|-----------|------------------|
| 1.1 | 4,5 | 4.1 | IA, IT | DMA LA | 6-7, 20-21, 25, 27-29, 38-39, 41-42 | LA01 | 6-7, 20,21 38-39 |
| 1.2 | 6-7, 10, 43 | 4.2 | IT, PW | DMA DH | 41-42 | LA02 | 6 |
| 2.1 | 8-9, 43 | 4.3 | IT, PW | DMA SO | 7, 12-13, 16-19, 31, 32 | LA03 | 7, 29 |
| 2.2 | 8-9, 43 | 4.4 | 12, 25 | DMA PR | 20-21, 22-28 | LA07 | 19* |
| 2.3 | 8-9, 43 | 4.5 | 30 | EC01 | 6, 30 | LA10 | 7, 19, 21 |
| 2.4 | 8-9 | 4.6 | 12, 16-19 | EC02 | 4, 35, 37 H | LA11 | 21, 27, 28 |
| 2.5 | 8-9, 43 | 4.7 | IT | EC05 | 31 | LA12 | 27 |
| 2.6 | 8-9, 43 | 4.8 | 10-12 | EN01 | 6, 34-37 | LA13 | IT, IA* |
| 2.7 | 8-9 | 4.9 | IT | EN03 | 34-37 | LA14 | 31 |
| 2.8 | 6, 9-8, 20-21, 30-31 | 4.10 | 30 | EN04 | 34-37 | LA15 | 29 |
| 2.10 | 24, 28 | 4.11 | 34 | EN05 | 37, HC | SO01 | 32-33 |
| 3.1 | 43 | 4.12 | 43 | EN06 | 37, HC | SO02 | 18 |
| 3.3 | 43 | 4.13 | 23, 26, PW | EN07 | 37, HC | SO03 | 18 |
| 3.4 | 4 | 4.14 | 10-11, 43 | EN08 | 36-37 | SO05 | 23 |
| 3.5 | 7, 43 | 4.15 | 43 | EN16 | 6, 34-37 | SO07 | 18* |
| 3.6 | 43 | 4.16 | 25, 22-24, PW | EN17 | 6, 34-37 | PR05 | 14-16 |
| 3.7 | 43 | 4.17 | 25 | EN18 | 6, 34-37 | PR06 | 19 |
| 3.8 | 43 | DMA EC | 6-7, 30-33, IA, IT | EN22 | 34-37* | PR08 | 18* |
| 3.12 | 27 | DMA EN | 6-7, 34-37, 41-42 | EN26 | 34-37 | | |

CP: Contraportada **HC:** Informe sobre la huella de carbono 2011 **IA:** Informe Anual 2011

IT: Informe de Transparencia 2011 **PW:** página web

La memoria anual, el informe de transparencia y el informe sobre la huella de carbono están accesibles en nuestra página web: www.pwc.es

***Ver notas aclaratorias**

Se presentan en la tabla de la página siguiente aclaraciones y comentarios sobre los indicadores que no están reportados de manera específica en este informe.

Información aclaratoria

La información ofrecida a continuación tiene como objeto clarificar el desempeño de PwC España en relación con los indicadores especificados.

| | |
|------------------------|---|
| 2.9 | No ha habido cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria. |
| 3.2, 3.10, 3.11 | La memoria de RSC del FY 2010/2011 es la primera memoria de RSC de PwC España. |
| 3.9 | Toda la metodología y la base para realizar los cálculos de los indicadores se ha realizado conforme a nuestros sistemas de gestión. |
| EC03 | PwC España no ha desarrollado un plan de jubilación específico. |
| EC04 | Indicador no material. PwC España recibe subvenciones y bonificación fiscal por desarrollar su programa de formación pero las aportaciones totales no son significativas. |
| EC06 | La totalidad de los principales proveedores y contratistas operan en España. |
| EC07 | PwC tiene todas sus operaciones en el territorio español y fomenta la contratación local. |
| EC08 | Indicador no aplicable. Al ser una empresa de servicios, PwC España no ha desarrollado inversiones en infraestructura para el beneficio público. |
| EC09 | PwC España no tiene constancia/no dispone de datos cuantitativos de su impacto económico indirecto. |
| EC07 | Indicador no material. |
| EN02 | PwC España no tiene constancia del porcentaje de materiales utilizados que son materiales valorizados. Sin embargo, un 100% de los papeles comprados por la firma tienen el label FSC. |
| EN09 | PwC España únicamente se abastece de agua de la red de abastecimiento. |
| EN12, EN13, EN14, EN25 | PwC España no tiene impacto significativo sobre la biodiversidad asociados a sus servicios. Sin embargo, PwC España considera que puede tener un impacto positivo al fomentar las soluciones y proyectos que ayuden a las empresas en disminuir su impacto de sus productos y servicios en la biodiversidad. |
| EN11 | PwC España no tiene terrenos propios que albergan instalaciones o adyacentes que son espacios naturales protegidos o de alta biodiversidad no protegidas. |
| EN15 | PwC España no tiene impacto significativo en las especies en peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y la lista nacional de especies protegidas. |
| EN19, EN20 | Indicador no material. PwC España no tiene contaminantes atmosféricos significativos. |
| EN21 | Indicador no material. PwC España tiene sus oficinas en terrenos urbanos y los vertidos se hacen a través de la red urbana de saneamiento. |
| *EN22 | No existe titularidad de ningún tipo de residuos peligrosos. |
| EN23 | No ha existido ningún derrame o vertido incontrolado de sustancias contaminantes en ninguna de las instalaciones de PwC España. |
| EN27 | PwC España no opera con volúmenes relevantes de productos físicos que requieren este tratamiento. |
| EN28 | PwC España no ha sido objeto de ninguna multa o sanción significativa por incumplimiento de la normativa medioambiental en los tres ejercicios anteriores. |
| EN29 | La actividad de PwC España no tiene impactos medioambientalmente significativos derivados del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización. En relación con el transporte personal se detalla en esta memoria el Alcance 3 que incluye las emisiones de CO2 derivadas de los viajes de negocios. Asimismo, se explican las iniciativas puestas en marcha para mitigar los impactos ambientales significativos del transporte de los miembros de la fuerza laboral de la organización. |
| EN30 | En el FY 2010/2011, PwC España ha gastado 70.000€ para la gestión ambiental y 87.342€ para la eliminación de residuos. |
| LA04 | Un 100% de los empleados son cubiertos por los convenios aplicables a PwC España. |

Tabla de indicadores

| | |
|------------------------------|--|
| LA05 | De acuerdo con los convenios aplicables de PwC España, el periodo mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos es de 15 días. |
| *LA07 | Durante el FY 2010/2011, se han registrado 161 bajas por enfermedades comunes y accidentes. No se han registrado víctimas mortales. |
| LA08 | No se han dado cursos específicos sobre enfermedades graves. |
| *LA13 | El detalle de la composición de los órganos de gobierno está disponible a través de la página web de PwC España. |
| HR01 | Indicador no aplicable. La totalidad de inversiones significativas realizadas por PwC España en el FY 2010/2011 han sido llevadas a cabo en España donde no se han detectado riesgos significativos en materia de Derechos Humanos. |
| HR02, HR05, HR06, HR07, HR10 | Indicador no material. PwC no tiene operaciones significativas fuera del territorio español por lo que no se han detectado riesgos derivados de la explotación infantil o de la existencia de trabajos forzados. La totalidad de los principales proveedores y contratistas operan en España donde no se han detectado riesgos significativos en materia de derechos humanos, libertad de asociación, explotación infantil, trabajo forzado o obligatorio. Adicionalmente a la normativa existente, PwC participa en el Pacto Mundial de Naciones Unidas, lo que refuerza su compromiso con los derechos humanos. |
| HR04 | No han existido incidentes de discriminación registrados en el FY 2010/2011. |
| HR11 | El número de quejas recibidas por el comité de ética se ha mantenido estable en los tres últimos ejercicios y se ha mantenido en menos de 15 denuncias en cada ejercicio. |
| SO04 | No ha habido incidente de corrupción en el FY 2010/2011. |
| SO06 | PwC España no ha realizado ninguna aportación financiera y/o en especie a partidos políticos en el FY 2010/2011. |
| *SO07 | PwC España no ha sido denunciada por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia en el FY 2010/2011. |
| SO08 | Con respecto a las sociedades de PwC España, no ha sido publicada ninguna multa o sanción significativa por incumplimiento de las leyes y regulaciones vigentes en su ámbito de actuación. |
| SO09 | Indicador no material. Las actividades de PwC España se realizan en España. Al ser una empresa de servicio, PwC España no tiene un impacto negativo significativo posible o real en las comunidades locales. |
| SO10 | Indicador no material. PwC España no tiene un impacto negativo significativo posible o real en las comunidades locales. |
| PR01 | Indicador no material. PwC España no tiene impacto significativo en la salud y seguridad de sus clientes por sus servicios. |
| PR03 | La Directiva 2006/43/CE, de 17 de mayo, introdujo la obligación para las sociedades de auditoría que realicen la auditoría legal de entidades de interés público de publicar periódicamente un Informe de Transparencia en la forma y con los requisitos previstos en su artículo 40. Asimismo, la Ley de Auditoría de Cuentas determina en su artículo 27 que el sistema de supervisión pública está regido por el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC). Para más información: http://www.pwc.es/es/es/auditoria/assets/informe_transparencia2011_v2.pdf |
| PR07 | PwC España no ha tenido en el FY 2010/2011 ningún incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la promoción y el patrocinio. |
| PR08 | PwC España no ha recibido en el FY 2010/2011 ninguna reclamación relacionada con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. |
| PR09 | Con respecto a las sociedades de PwC España, no ha sido publicada en el FY 2010/2011 ninguna multa significativa fruto del incumplimiento de cualquier normativa aplicable a la entidad relacionada con el suministro y uso de productos y servicios. |



Acerca de la memoria de RSC

PwC ayuda a organizaciones y personas a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas presente en 158 países con más de 180.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal y consultoría. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en www.pwc.es.

Esta memoria de RSC 2011 es la primera de PwC España y cubre todas las oficinas de PwC España para el periodo del año fiscal 2010-2011. Se prevé publicar una memoria de RSC de manera anual.

El documento ha sido preparado tomando en cuenta la guía de *Global Reporting Initiative* versión 3.1 (GRI G3.1) y sus cuatro principios: materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad. PwC España cumple los requisitos para el nivel de aplicación A, informando sobre su perfil y sobre todos los indicadores principales de conformidad con el principio de materialidad.

La información incluida se basa en el programa de Responsabilidad Social Corporativa de PwC España, así como el análisis de materialidad interno. La memoria de RSC se dirige a todos los individuos o grupos que tienen un interés en cualquier actividad o decisión de la organización: socios y empleados (actuales, antiguos y potenciales), clientes actuales y potenciales, gobierno y reguladores, medios de comunicación, asociaciones profesionales y sectoriales, comunidades locales, proveedores, universidades y ONGs. Se prevé, a lo largo de los próximos ejercicios, implantar un proceso formal de análisis de materialidad, tomando en cuenta las expectativas de los grupos de interés tanto internos como externos. Los diversos datos reportados se basan en los sistemas de gestión existentes en PwC España.

PwC España es activa y está comprometida con el desarrollo sostenible, tanto a nivel de sus operaciones como en la innovación en sus servicios. Además, a lo largo del año 2010-2011, PwC ha organizado y participado en eventos relacionados con la sostenibilidad, los cuales permiten sensibilizar e informar a nuestros clientes, empleados y a la sociedad en general sobre los temas clave para nuestra generación y las generaciones futuras.

En esta memoria, se ha intentado reflejar de manera adecuada los diferentes riesgos y oportunidades que surgen así como los impactos sociales, medioambientales y económicos de nuestras actividades, en relación con nuestro modelo de negocio para aportar valor y mostrar nuestro compromiso.



Como red global, PwC participa en el Pacto Mundial. A través de esta participación, PwC se compromete globalmente a alinear los procesos de toma de decisión, la estrategia de negocio y las actividades de negocio cotidianas a todos los niveles de nuestra firma con los principios del Pacto Mundial.

Para cualquier duda sobre la memoria de RSC 2011, puedes ponerte en contacto con: rsc@es.pwc.com

Para información adicional sobre la RSC en PwC España, visita nuestra página web: www.pwc.es



pwc

PwC ayuda a organizaciones y personas a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas presente en 158 países con más de 180.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal y consultoría. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en www.pwc.es

© 2012 PricewaterhouseCoopers S.L. Todos los derechos reservados. "PwC" se refiere a PricewaterhouseCoopers S.L., firma miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.