

**BBVA**

**150**  
años

**adelante.**



Informe Anual  
de Responsabilidad  
Corporativa  
**2006**

150  
años  
adelante.



**ÍNDICE**  
  
Informe Anual  
de Responsabilidad  
Corporativa 2006

2 CARTA DEL PRESIDENTE

6 **I. ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN**

- 8 **1. PERFIL DEL GRUPO BBVA**  
- Perfil  
- Marca
- 14 **2. LOS GRUPOS DE INTERÉS DE BBVA: SISTEMA DE DIÁLOGO Y GESTIÓN**  
- Los grupos de interés de BBVA  
- Identificación de grupos de interés y canales de diálogo  
- Sistema de integración de las expectativas de los grupos de interés en la gestión  
- Líneas de actuación como respuesta a las demandas de los grupos de interés  
- Comunicación a los grupos de interés
- 22 **3. LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN BBVA**  
- Información relevante  
- La responsabilidad corporativa en BBVA  
- Impactos, aspectos relevantes, prioridades y sistemas de gestión  
- Sistema de Gobierno Corporativo  
- Sistema y función de Cumplimiento  
- Sistema de Responsabilidad y Reputación Corporativas  
- Compromisos básicos
- 40 **4. CREACIÓN DE VALOR**  
- Introducción  
- Valor directo tangible  
- Valor directo intangible  
- Valor indirecto e inducido  
- Análisis del valor indirecto e inducido del Grupo BBVA en la economía española

44 **II. LOS GRUPOS DE INTERÉS DIRECTOS**

- 46 **5. BBVA Y SUS ACCIONISTAS**  
- Crecimiento sostenido del valor  
- Canales de diálogo
- 52 **6. BBVA Y SUS EMPLEADOS**  
- Perfil de empleados  
- Clima laboral  
- Gestión por competencias, desarrollo profesional y compensación  
- Comunicación y diálogo con empleados  
- Sistemas de previsión social  
- Beneficios sociales y otras iniciativas para empleados  
- Empleo y selección  
- Formación y gestión del conocimiento  
- Derechos humanos  
- Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos  
- Salud y seguridad laboral  
- Conciliación de vida personal y laboral e igualdad de oportunidades  
- Voluntariado
- 70 **7. BBVA Y SUS CLIENTES**  
- Canales de servicio  
- Calidad, satisfacción y atención al cliente  
- Transparencia, publicidad y etiquetado  
- Productos y servicios con criterios de responsabilidad corporativa (RC)  
- Establecimientos del Grupo BBVA en centros financieros *off-shore*  
- Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas  
- Actividades de Auditoría Interna  
- Continuidad de negocios, seguridad y protección de datos
- 88 **8. BBVA Y SUS PROVEEDORES**  
- Estructura organizativa  
- Política de compras  
- Código Ético  
- Sistema de homologación de proveedores  
- Herramientas de gestión y aprovisionamiento  
- Proyectos sociales con proveedores

92 **III. EL ENTORNO**

- 94 **9. BBVA Y EL MEDIO AMBIENTE**  
- Política Medioambiental y Sistema de Gestión Ambiental  
- Impacto ambiental directo: ecoeficiencia en el consumo de recursos naturales  
- Impacto ambiental indirecto: gestión de riesgos y productos y servicios con carácter ambiental  
- Formación y sensibilización ambiental  
- Mecenazgo ambiental
- 106 **10. BBVA Y EL APOYO A LA COMUNIDAD**  
- Perspectiva general  
- Las fundaciones del Grupo BBVA  
- Líneas prioritarias de la política de apoyo a la comunidad  
- Actuaciones más destacadas: análisis por áreas geográficas  
- Análisis por campos temáticos

124 **IV. INFORMACIÓN ADICIONAL**

- 126 **11. CRITERIOS DEL INFORME**  
- Perfil, alcance, relevancia, materialidad y cobertura del informe  
- Referencias básicas y estándares internacionales  
- Rigor y verificación
- 129 **12. PROCESO DE CONSULTA A LOS GRUPOS DE INTERÉS**  
- La consulta dentro de los sistemas de diálogo y gestión de los grupos de interés de BBVA  
- Procedimiento para la selección de los contenidos considerados relevantes en la consulta
- 135 **13. INFORME DE VERIFICACIÓN**
- 138 **14. INDICADORES GRI**
- 149 **15. PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS**
- 151 **16. OBJETIVOS DEL MILENIO**



## CARTA DEL PRESIDENTE

"Así es como entendemos nuestra responsabilidad corporativa: responder lo mejor posible a las expectativas que depositan en nuestro Grupo todos los colectivos con los que, directa o indirectamente, nos relacionamos."

"Una vertiente de nuestra aspiración a la excelencia: tratar de mejorar cada día en todo lo que tenemos que hacer."

El presente documento –el quinto de una serie comenzada en el 2002– pretende ante todo informar con transparencia y rigor de la forma en que atendemos a los grupos de interés directos y al conjunto de sociedades en las que operamos. Así es como entendemos nuestra responsabilidad corporativa: responder lo mejor posible a las expectativas que depositan en nuestro Grupo todos los colectivos con los que, directa o indirectamente, nos relacionamos y a los que afecta nuestra actividad. Esto es, atenderlos con los mayores niveles de calidad, integridad y transparencia, tratando de aportarles el mayor valor posible y respetando esmeradamente las exigencias legales y las recomendaciones de los reguladores.

Se trata de una concepción integral –y compleja– de la responsabilidad empresarial. Implica extenderla transversalmente a todas las unidades y actividades de nuestro Grupo y exige asumirla en todas las vertientes en las que nuestra actividad repercute: en la económica y en la legal, pero también en la humana, en la social y en la ambiental. Una forma de entender la gestión empresarial que trata de tomar en consideración equilibradamente a todos los sectores y todas las dimensiones en los que incide.

#### Un impulso innovador

Son aspectos que exigen cada día más –a toda gran empresa– los grupos de interés y la opinión pública. Pero también, y sobre todo, representan un impulso para la mejora general de la gestión y de la capacidad de crecimiento y de generación de beneficio sostenido. Un impulso innovador que toda empresa con

vocación de permanencia y atenta a la realidad debe tratar de poner en práctica por necesidad y por conveniencia; es decir, por inteligencia. Pero que podrá desarrollar –y aprovechar– tanto mejor cuanto más crea en ella por convicción. Así sucede en el caso del Grupo BBVA, en el que esta forma de entender la responsabilidad está en plena coherencia con su visión y con sus valores básicos.

No cabe duda de que se trata de una concepción exigente. Una vertiente de nuestra aspiración a la excelencia: tratar de mejorar cada día en todo lo que tenemos que hacer. Probablemente, no lo estemos cumpliendo a la perfección: estamos ante un camino arduo, en el que los obstáculos tienen a menudo un carácter inmediato, en tanto que los beneficios suelen percibirse a mayor plazo. Pero lo importante es avanzar.

Y creo que lo estamos haciendo. Una prueba de ello la ofrece la organización SustainAbility, que ha incluido nuestro informe del 2005 en su muy reconocida lista de las 50 mejores memorias de responsabilidad / sostenibilidad del mundo.

El presente informe quiere continuar en esa línea de mejora continua. Se ha elaborado de acuerdo con los criterios de la versión del 2006 de la *Guía de Global Reporting Initiative* y constituye una presentación equilibrada y razonable del desempeño económico, ambiental y social de nuestra organización. En su preparación se ha atendido también a los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y a los requisitos de la norma AA1000, tratando de acreditar la forma en que tomamos en consideración la consulta, la comunicación y el diálogo con nuestros

grupos de interés y su participación en la delimitación de nuestras prioridades en materia de responsabilidad corporativa.

Para el propio informe se ha desarrollado un metódico proceso de consulta a representantes de nuestros grupos de interés directos y a organizaciones sociales, expertos, medios de comunicación, entidades del sector y agencias evaluadoras. Queríamos conocer su opinión sobre la calidad y relevancia de los contenidos del documento y sobre su apertura a las partes interesadas. Sus principales conclusiones –en buena parte críticas– se han tratado de tomar en consideración y se sintetizan en este informe. Todo con el objetivo de que no sea una simple pieza informativa, sino también un elemento clave en el diálogo múltiple que nuestra organización mantiene con sus grupos de interés.

Debe recordarse, además, que este documento es un elemento complementario del *Informe Anual 2006* de BBVA, que incluye información también esencial para la responsabilidad corporativa de nuestro Grupo que no se recoge aquí para evitar reiteraciones. La información incorporada en este informe se centra en su finalidad fundamental: rendir cuentas de cómo hemos cumplido a lo largo del ejercicio del 2006 con nuestra responsabilidad corporativa. Es decir, dar cuenta de la medida en que realmente hemos aportado valor –y no sólo económico ni inmediato– a nuestras partes interesadas.

#### **Contenidos principales del informe**

De acuerdo con la metodología apuntada, el informe se estructura en cuatro grandes apartados.

En el primero, el de carácter más general, se examinan los rasgos básicos de nuestro Grupo, se detallan nuestros grupos de interés y los numerosos canales de comunicación que con ellos se mantienen y se describen los elementos esenciales de nuestra política de responsabilidad corporativa. Se incluye también una referencia a las cuestiones que la opinión pública ha considerado más cuestionables en nuestra actividad durante el ejercicio y la explicación del proceso de determinación de aspectos relevantes y prioridades. Prioridades que hemos centrado en el 2007 en aspectos específicos de los ámbitos siguientes: la oferta y la atención a los clientes, la relación con los empleados, el impacto social y ambiental de nuestra actividad y los comportamientos éticos, en el marco de una atención preferente a la innovación y a la transparencia. Concluye este apartado con una síntesis de los diferentes tipos de valor que nuestro Grupo aporta, que incluye un riguroso análisis cuantitativo del valor indirecto generado en la economía española, que constituye una de las principales innovaciones de este informe.

En el segundo apartado se analiza la relación específica de BBVA con sus principales grupos de interés directos (accionistas e inversores, empleados, clientes y proveedores) y en el tercero se pasa revista a los aspectos más relevantes de la relación con el entorno: el impacto ambiental y nuestra política de apoyo a la comunidad. A ambos aspectos les estamos dedicando una importancia creciente y destinamos recursos muy importantes a la colaboración con el desarrollo de las sociedades en las que es mayor nuestra presencia. Una colaboración que tendrá a partir del año próximo una especial relevancia en América Latina.

"No cejaremos en este esfuerzo a lo largo del 2007: un año importante para BBVA porque cumple su 150 aniversario."

En todos estos aspectos se ha realizado un esfuerzo de delimitación de los rasgos básicos, de los aspectos que nuestros grupos de interés consideran más relevantes, de los principales canales de comunicación con ellos, de nuestras fortalezas y campos de mejora, de las líneas de trabajo prioritarias en el 2007 y del nivel en el que se han conseguido las fijadas para el 2006. Creo que en este esfuerzo se encuentra otra de las más destacadas aportaciones de este documento.

Finalmente, el apartado cuarto recoge los aspectos metodológicos y las referencias esenciales del informe: los criterios con que se ha elaborado, el mencionado proceso de consulta sobre su contenido, el nivel de cumplimiento de los indicadores de GRI y de los principios de AccountAbility y del Pacto Mundial y nuestro compromiso con los Objetivos del Milenio de las Naciones Unidas.

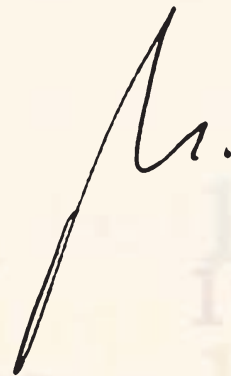
Se incluye así mismo en este apartado final el informe de verificación externa del presente documento, en el que se ha seguido incrementando el alcance y la profundidad. La verificación comprende la información cuantitativa y cualitativa relativa a los indicadores GRI, al propio sistema de información y al nivel de adecuación a la norma AA1000. Además, y como ya hicéramos en el año anterior, el documento ha sido sometido a un informe externo adicional, al que concedemos la importancia que merece: el efectuado por la Fundación del Español Urgente (Fundéu) para valorar la corrección del lenguaje utilizado.

Todo forma parte de ese largo camino de avance en nuestra política de responsabilidad corporativa al que antes me refería. Un camino que recorreremos con la

constancia de que no son, seguramente, pocas nuestras carencias; pero con el convencimiento también de que estamos trabajando en firme para reducirlas, y con la certeza de que, en mayor o menor medida, lo estamos consiguiendo, logrando con ello situar a BBVA como una de las entidades financieras más respetadas a nivel internacional en este terreno.

No cejaremos en este esfuerzo a lo largo del 2007: un año importante para BBVA porque cumple su 150 aniversario. Avanzar en nuestro compromiso con la responsabilidad será una de las formas de conmemorarlo.

Por último, no puedo terminar esta carta sin el reconocimiento expreso de que lo conseguido hasta ahora ha sido posible gracias al trabajo, la motivación, la capacidad y la responsabilidad de todos los profesionales de este Grupo. A todos ellos se debe lo que de bueno refleja este informe y a ellos se dirige mi principal agradecimiento.



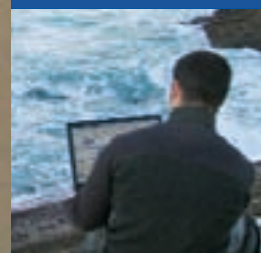
26 de febrero de 2007  
Francisco González Rodríguez

I

**ESTRATEGIA  
Y  
ORGANIZACIÓN**

Informe Anual  
de Responsabilidad  
Corporativa 2006





# 1

Perfil del Grupo BBVA



# 2

Los grupos de interés de BBVA: sistema de diálogo y gestión



# 3

La política de responsabilidad corporativa en BBVA



# 4

Creación de valor



## PERFIL DEL GRUPO BBVA

# 1

### Rasgos básicos

	2006	2005
Núm. de países	32	31
Núm. de empleados	98.553	94.681
Núm. de clientes (millones)	42,4	38,4
Núm. de oficinas	7.585	7.410

Alcance: Grupo BBVA.

### Perfil

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S. A. (en adelante, BBVA) es una entidad financiera cuya sede principal se encuentra en España. El Grupo, además de sucursales, dispone de participaciones accionariales en una serie de entidades, tanto en España como en el extranjero. Es una organización global de gran dimensión y reconocida solvencia, presente en Europa, América y Asia, que opera en los mercados financieros de todo el mundo y que ocupa puestos de liderazgo en sus principales áreas geográficas de actuación: España y América Latina.

Presencia en 32 países, con 98.553 empleados, 7.585 oficinas y 42,4 millones de clientes.

### Ranking por cuota de negocio en los principales países en el 2006

	Créditos a la clientela	Depósitos	Pensiones
Argentina	3º	1º	2º
Bolivia	-	-	1º
Chile	4º	4º	1º
Colombia	3º	3º	3º
Ecuador	-	-	1º
España	2º	2º	1º
México	1º	1º	2º
Panamá	5º	5º	-
Paraguay	1º	2º	-
Perú	2º	2º	3º
Puerto Rico	6º	7º	-
República Dominicana	-	-	2º
Uruguay	5º	5º	-
Venezuela	4º	4º	-

Alcance: Grupo BBVA.

## Beneficio y costes por países

(Millones de euros)	Beneficio atribuido <sup>(3)</sup>			Costes por países <sup>(2)</sup>		
	2006	2005	2004	2006	2005	2004
México	1.711	1.334	847	(1.791)	(1.641)	(1.332)
Argentina	163	119	36	(262)	(244)	(198)
Chile	56	62	35	(210)	(183)	(171)
Colombia	117	66	28	(250)	(177)	(151)
Estados Unidos <sup>(1)</sup>	64	36	44	(280)	(235)	(142)
Panamá	22	19	18	(11)	(11)	(10)
Paraguay	14	10	9	(6)	(5)	(4)
Perú	62	59	32	(148)	(120)	(108)
Uruguay	8	(2)	(3)	(13)	(14)	(12)
Venezuela	85	57	85	(265)	(220)	(201)

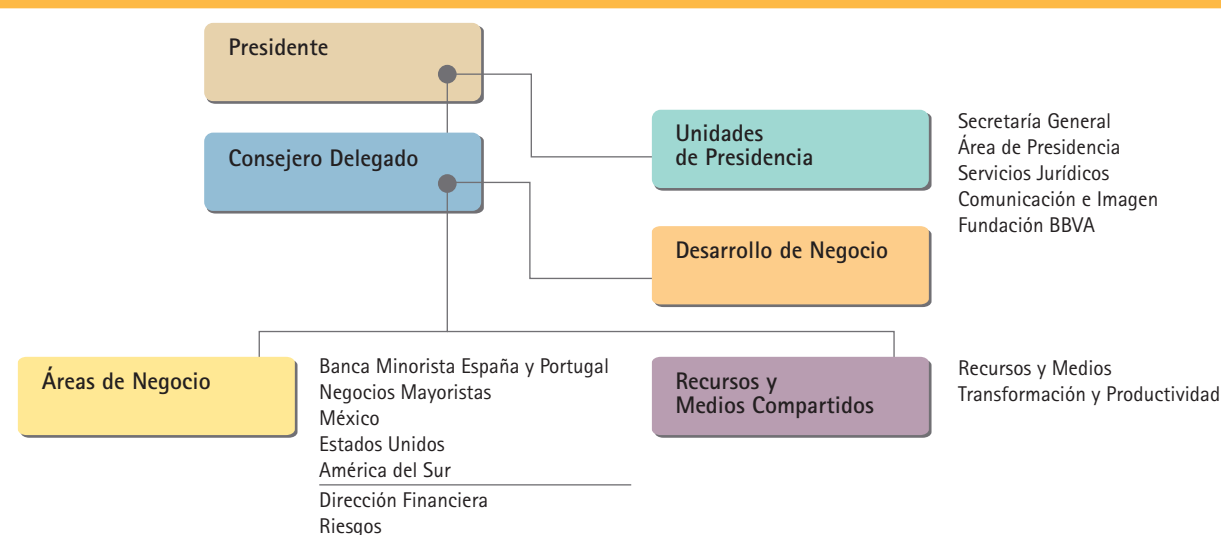
<sup>(1)</sup> Incluye Puerto Rico.

<sup>(2)</sup> Incluye gastos de personal, gastos generales y amortizaciones.

<sup>(3)</sup> Las cifras del 2004 y 2005 han sido elaboradas siguiendo los mismos criterios y la misma estructura de áreas que en el 2006, de forma que las comparaciones interanuales son homogéneas.

Alcance: América Latina y Estados Unidos.

## Organigrama y estructura de negocio



Nota: El organigrama que se presenta ha sido el vigente durante el 2006. El 1 de enero del 2007 ha entrado en vigor un nuevo organigrama que comporta una reestructuración de la organización. Para información más detallada, vid. el *Informe Anual 2006* de BBVA.

## Beneficio atribuido por áreas de negocio<sup>(1)</sup>

(Millones de euros)	2006	2005	2004	Principales productos y servicios del Grupo
Banca Minorista España y Portugal	1.498	1.317	1.194	Depósitos, fondos de inversión mobiliarios e inmobiliarios, planes de pensiones, hipotecas, créditos, préstamos, tarjetas, seguros, leasing, gestión de subvenciones, gestión de tributos, participaciones, <i>project finance</i> , <i>corporate banking</i> , <i>trade finance</i> , estructuración de financiaciones...
Negocios Mayoristas	1.282	873	658	
México y Estados Unidos	1.775	1.370	891	
América del Sur	509	379	229	
Actividades Corporativas	(329)	(132)	(50)	

<sup>(1)</sup> Las cifras del 2004 y 2005 han sido elaboradas siguiendo los mismos criterios y la misma estructura de áreas que en el 2006, de forma que las comparaciones interanuales son homogéneas.

Alcance: Grupo BBVA

## Datos básicos del Grupo<sup>(1)</sup>

(Millones de euros)	2006	2005	2004
<b>Resultados</b>			
Margen ordinario	15.701	13.024	11.120
Margen de explotación	8.883	6.823	5.591
Beneficio antes de impuestos	7.030	5.592	4.137
Beneficio atribuido	4.736	3.806	2.923
<b>Balance</b>			
Activos totales	411.916	392.389	329.441
Créditos sobre clientes	262.969	222.413	176.673
Recursos de clientes	425.709	401.907	329.254
Patrimonio neto	22.318	17.302	13.805
Fondos propios	18.210	13.036	10.961
Volumen de negocio	688.678	624.320	505.927
<b>Actividad</b>			
Núm. de países en los que opera	32	31	32
Núm. de accionistas	864.226	984.891	1.081.020
Núm. de clientes (millones)	42,4	38,4	35,0
Núm. de empleados	98.553	94.681	87.112
Núm. de oficinas	7.585	7.410	6.868
Núm. de proveedores	2.420	2.564	2.039

(Millones de euros)	2006	2005	2004
<b>Otros datos</b>			
Capitalización bursátil	64.788	51.134	44.251
Beneficio por acción (euros)	1,39	1,12	0,87
P/V (Precio /Valor Contable; veces)	3,6	3,9	4,0
Rentabilidad por dividendo (%)	3,49	3,52	3,39
ROE-Rentabilidad sobre recursos propios (%)	37,6	37,0	33,2
Ratio de eficiencia con amortizaciones (%)	42,6	46,7	48,6
Tasa de morosidad (%)	0,83	0,94	1,13
Volumen de negocio por empleado	7,0	6,6	5,8
Dividendos	2.220	1.801	1.499
Gastos de personal	3.989	3.602	3.247
Impuestos sobre beneficios	2.059	1.521	1.029

<sup>(1)</sup> Las cifras del 2004 y 2005 han sido elaboradas siguiendo los mismos criterios y la misma estructura de áreas que en el 2006, de forma que las comparaciones interanuales son homogéneas.  
Alcance: Grupo BBVA.

Estados Unidos  
Empleados 3.646  
Oficinas 162

Nueva York

Portugal  
Empleados 953  
Oficinas 99

Londres

París

México  
Empleados 32.847  
Oficinas 1.977

Miami

Puerto Rico  
Empleados 1.044  
Oficinas 45

La Habana

República Dominicana

Venezuela  
Empleados 5.749  
Oficinas 326

Panamá  
Empleados 266  
Oficinas 15

Ecuador

Colombia  
Empleados 6.408  
Oficinas 432

Bolivia

Paraguay  
Empleados 108  
Oficinas 8

Perú  
Empleados 4.191  
Oficinas 236

Sao Paulo

Uruguay  
Empleados 151  
Oficinas 8

Chile  
Empleados 4.068  
Oficinas 257

Argentina  
Empleados 7.215  
Oficinas 307

### Fundaciones ★

- Fundación BBVA (España)
- Fundación BBVA Banco Continental (Perú)
- Fundación BBVA Banco Francés (Argentina)
- Fundación BBVA Banco Provincial (Venezuela)
- Fundación BBVA Bancomer (México)

### Gestoras de pensiones ■

- ..... Afore Bancomer (México)
- ..... AFP Génesis (Ecuador)
- ..... AFP Provida (Chile)
- ..... Consolidar AFJP (Argentina)
- ..... AFP Horizonte (Perú)
- ..... AFP Horizonte (Colombia)
- ..... Previsión AFP (Bolivia)
- ..... Crecer AFP (República Dominicana)

○ Moscú

Bruselas  
Suiza  
Empleados 110  
Oficinas 2

◆ Milán  
★ Ginebra

España  
Empleados 30.582  
Oficinas 3.635

### Bancos del Grupo ◆

#### España

- ..... BBVA
- ..... Banco de Crédito Local
- ..... Finanzia
- ..... Uno-e

#### América Latina

- ..... BBVA Banco Continental (Perú)
- ..... BBVA Banco Francés (Argentina)
- ..... BBVA Banco Provincial (Venezuela)
- ..... BBVA Bancomer (México)

#### BBVA Chile

- ..... BBVA Colombia
- ..... BBVA Panamá

#### BBVA Paraguay

#### BBVA Puerto Rico

#### BBVA Uruguay

#### Resto del Grupo

- ..... BBVA Bancomer USA
- ..... BBVA Portugal
- ..... BBVA Suiza
- ..... Laredo National Bank (Estados Unidos)
- ..... Texas State Bank (Estados Unidos)

○ Seúl

★ Tokio

○ Pekín

○ Shanghai

○ Taipei

★ Hong Kong

★ Singapur

○ Sydney

### Leyenda

- ◆ Países en los que el Grupo BBVA cuenta con entidad bancaria.
- ★ Sucursales.
- Oficinas de representación.
- ★ Fundaciones.
- Gestoras de pensiones.

## Principales hechos del Grupo en el 2006

### ENERO

- Reestructuración de la organización.
- Nueva estrategia de innovación en las áreas de negocio.

### FEBRERO

- Plan estratégico del área de Comunicación e Imagen para potenciar la marca BBVA y la aportación de valor al Grupo.

### MARZO

- BBVA y Vega firman una alianza estratégica y crean Próxima Alfa, compañía global de inversión alternativa.
- Venta de Banc Internacional d'Andorra y Banca Mora.

### ABRIL

- Compra del 51 % de Forum, primera financiera de automóviles de Chile.

### MAYO

- Venta de la participación en BNL.
- Fusión de BBVA Colombia y Granahorrar.
- Lanzamiento de Valanza, nueva gestora de capital riesgo y de participaciones empresariales para España, EE. UU., México y resto de Latinoamérica.
- Apertura de nueva sucursal en Singapur.

### JUNIO

- Venta de la participación en Repsol.
- Anuncio de compra de dos bancos en EE. UU.: Texas State Bank y State National Bank.

### JULIO

- BBVA adquiere la totalidad de la propiedad de Uno-e.
- Anuncio de reorganización de las redes comerciales en España.

### AGOSTO

- BBVA adquiere el restante 50 % de Advera y compra Maggiore Fleet, para desarrollar el negocio de financiación al consumo en Italia.

### SEPTIEMBRE

- Apertura de nuevas oficinas de representación en Seúl (Corea del Sur) y Taipei (Taiwán).

### OCTUBRE

- BBVA abre una oficina de representación en Sydney (Australia).
- BBVA lanza su Plan Marco de Acción Social en América Latina.

### NOVIEMBRE

- BBVA lanza BBVA Codespa Microfinanzas, primer fondo de inversión español en microfinanzas.
- BBVA llega a un acuerdo en China y Hong Kong como socio estratégico de CITIC Group.

### DICIEMBRE

- BBVA recibe la autorización para la apertura de una oficina de representación en Bombay (India).



### Marca

BBVA entiende la marca como la promesa que la entidad hace a sus grupos de interés y la experiencia que éstos viven en su relación con ella en todos los puntos de contacto (sucursales, publicidad, informes...). Una marca fuerte requiere coherencia entre estos dos componentes: la promesa (lo que se dice) y la experiencia (lo que se hace).

Desde este punto de vista, en BBVA la gestión de la marca está absolutamente vinculada a la cultura, los valores y los comportamientos de los empleados, y se puede establecer una equivalencia entre marca y personas/empleados. Este modo de entender la marca nace en el 2003 y se recoge en el documento básico de su cultura corporativa: *La Experiencia BBVA* (puede verse en [www.bbva.com](http://www.bbva.com)).

## Posicionamiento del Grupo en sus principales mercados

(Porcentaje)	Liderazgo		Innovación		De personas para personas	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005
<b>ESPAÑA</b>						
Valor de BBVA (%)	82	85	63	69	57	58
Posición de BBVA entre sus principales competidores	1º	1º	2º	1º	2º	2º
Mejor valor en el sector (%)	82	85	68	69	75	74
<b>MÉXICO</b>						
Valor de BBVA (%)	94	90	83	67	89	79
Posición de BBVA entre sus principales competidores	2º	2º	1º	2º	1º	2º
Mejor valor en el sector (%)	95	94	83	70	89	83

Fuente: Estudios de seguimiento del posicionamiento ante la opinión pública bancarizada.

- Las cifras proporcionadas corresponden al porcentaje de personas que asocian los atributos de cada eje a BBVA.
- Las cifras tanto del 2005 como del 2006 corresponden a los datos acumulados de enero a diciembre.

### Posicionamiento de la marca

El Grupo BBVA definió en el 2003 un posicionamiento corporativo para su marca, que consiste en tres ejes: «Liderazgo», «Innovación» y «De personas para personas». Estos tres elementos configuran el modo en el que BBVA quiere ser percibido por el mercado. El Grupo mide en qué medida esto es así en los principales países en los que opera.

### Grado de fortaleza de la marca

Uno de los factores clave que condiciona la fortaleza de una marca es su conocimiento por los públicos objetivo. BBVA es la entidad financiera más conocida en España y la primera que mencionan los españoles cuando se les pregunta por entidades que conocen.

Pero una marca fuerte, además de ser conocida, debe generar fidelidad y compromiso en su mercado. Atendiendo a la información disponible, BBVA es

una de las entidades financieras que generan mayor nivel de compromiso, tanto en España como en México.

Más información sobre la marca BBVA en [www.bbva.com](http://www.bbva.com).

### Fortaleza de la marca en el 2006

	España	México
Presencia <sup>(1)</sup>	93	96
Compromiso <sup>(2)</sup>	13	28

Fuente: Estudios de fortaleza de marca de España y México.

<sup>(1)</sup> Presencia: Porcentaje de personas que o bien son clientes de la entidad o la conocen.

<sup>(2)</sup> Compromiso: Porcentaje de personas que están verdaderamente comprometidas porque asocian al banco los atributos más importantes para el consumidor dentro de la categoría.

En este caso no se realiza comparación con años anteriores debido que al modelo de investigación ha cambiado y por tanto los datos no son comparables.

## Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las agencias especializadas

(Escala: 0 a 100)	Entidad	Dimensión	2006		2005		2004	
			BBVA	Media sector	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector
	SAM	Gestión de la marca	75	24	94	35	35	27

Alcance: Grupo BBVA.



## LOS GRUPOS DE INTERÉS DE BBVA: SISTEMA DE DIÁLOGO Y GESTIÓN 2

### El compromiso de BBVA con sus grupos de interés

"Transmitir en cada uno de los múltiples contactos con los grupos de interés una experiencia única y diferenciable que aporte valor sostenible".

### Rasgos básicos: principales grupos de interés del Grupo BBVA

Accionistas  
Clientes  
Empleados  
Proveedores  
Reguladores  
Sociedad

### Campos de mejora

- Consolidación de los sistemas de escucha y comunicación a nivel de Grupo.
- Consolidación de las herramientas de detección, medición y valoración de las expectativas a nivel de Grupo.
- Desarrollo del Comité de RRC.

### Fortalezas

- Sistemas de escucha y comunicación.
- Herramientas de detección, medición y valoración de las expectativas.
- Sistema de integración de las expectativas en la gestión.
- Creación del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas.

### Principales líneas de trabajo en el 2007

- Continuar midiendo de forma homogénea y regular las prioridades y percepciones de los empleados, los clientes y la opinión pública en España, México, Argentina, Chile, Perú y Colombia y analizar la posibilidad de hacer lo mismo ante líderes de opinión.
- Sistematizar el intercambio de información con los mencionados países para analizar los resultados de los procesos de escucha y evaluar las posibles vías de mejora.
- Establecer un sistema formal de seguimiento de los proyectos que se derivan del Comité de RRC.
- Promover la creación de mecanismos de coordinación con una función similar a la del Comité de RRC en los principales países en los que opera el Grupo.
- Mejorar el proceso de consulta a los grupos de interés centrado en la gestión sobre responsabilidad corporativa.
- Mejorar el contenido de la Encuesta de Clima del Grupo.
- Reportar regularmente las prioridades y percepciones de los grupos de interés al Comité de Dirección a través de un informe estándar.



### Los grupos de interés de BBVA

BBVA define a sus grupos de interés como todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente a su actividad y a sus decisiones y/o que se ven afectadas por ellas. El concepto de grupo de interés es central para el modo en que BBVA entiende la responsabilidad corporativa, puesto que su objetivo esencial es aportar el máximo valor posible y equilibrado a estos grupos.

Este capítulo pretende reflejar de forma muy sintética el ciclo de la relación de BBVA con sus grupos de interés, que consiste en los siguientes pasos básicos, alineados con la norma AA1000 de *AccountAbility* y con la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* (GRI-G3):

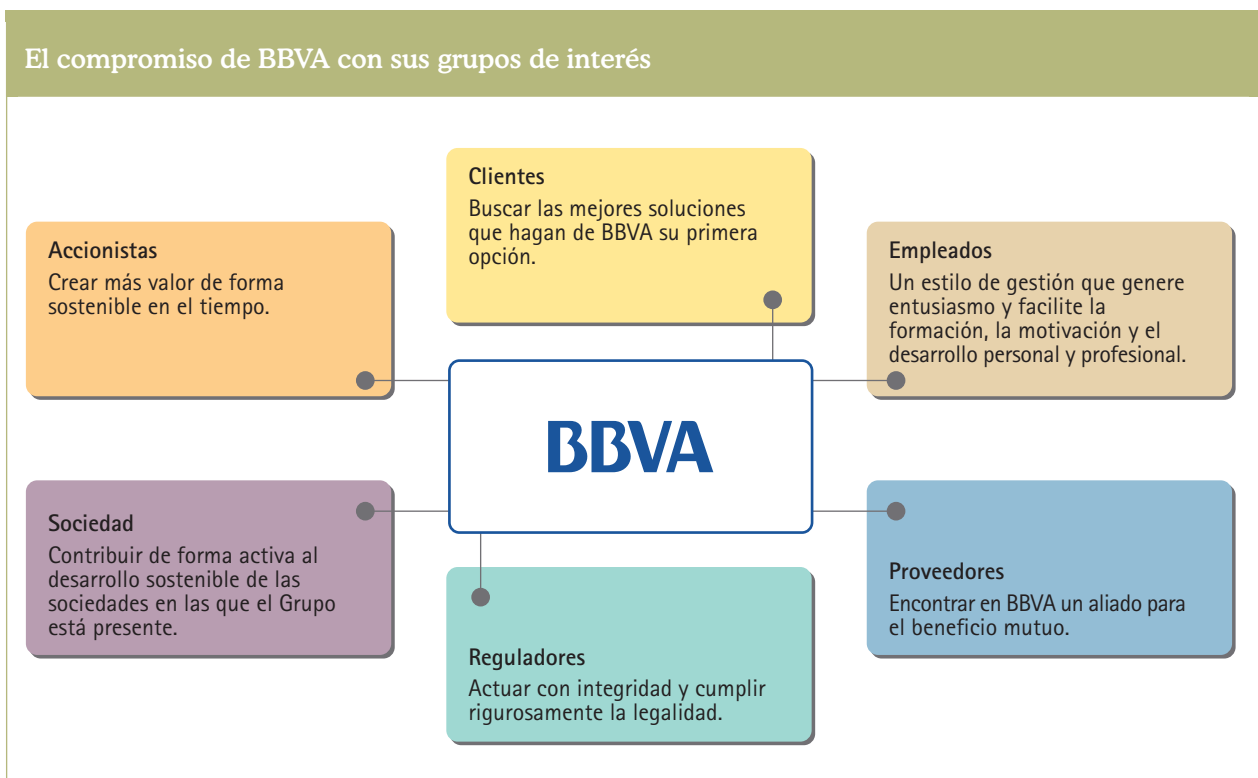
- Identificación de los grupos de interés y habilitación de canales de diálogo con ellos.
- Integración de las expectativas de los grupos de interés en la gestión: identificación de los temas relevantes para ellos y análisis de la valoración que realizan de la gestión de BBVA.
- Establecimiento de líneas de actuación como resultado del proceso de escucha, teniendo en cuenta los valores y estrategias del Grupo.
- Comunicación de las acciones efectuadas a los grupos de interés.

### Identificación de grupos de interés y canales de diálogo

BBVA ha llevado a cabo a lo largo del 2006 un ejercicio sistemático de identificación de sus grupos de interés y de los subgrupos que los componen a través de reuniones y talleres de trabajo con los directivos que más relación tienen con ellos. El criterio principal empleado para la identificación de un grupo o subgrupo ha sido que el colectivo que lo compone tenga respecto a BBVA unas expectativas similares y diferenciadas de las de otros grupos. Se pretende confirmar y actualizar los resultados de este ejercicio anualmente.

BBVA ha habilitado canales de diálogo (de escucha y comunicación) con todos los grupos de interés, con el doble fin de entender sus expectativas para la gestión diaria de la organización y trasladarles información sobre la estrategia y actividades de BBVA, tomando en consideración los aspectos que son más relevantes para ellos.

Los principales grupos y subgrupos de interés detectados y los canales de diálogo más importantes establecidos se relacionan en la tabla recogida a continuación.



## Canales de diálogo

Canales	Alcance/ubicación de grupos de interés afectados
ACCIÓNISTAS: Grandes accionistas, medianos accionistas, pequeños accionistas, accionistas empleados, inversores institucionales, analistas de inversión y agencias de <i>rating</i> .	
<b>CANALES DE ESCUCHA</b>	
<b>Accionistas</b>	
■ Cuestionario para entender las expectativas de los accionistas.	España.
■ Línea 900.	Grupo BBVA.
■ Consulta a los accionistas sobre información de responsabilidad corporativa.	España, Argentina, Colombia, México y Perú.
■ Sistema de monitorización de reputación entre accionistas.	España.
■ Dos buzones de sugerencias (grandes accionistas y otros accionistas).	Grupo BBVA.
<b>Inversores</b>	
■ Estudios de satisfacción de inversores/rankings.	Grupo BBVA.
■ Buzón electrónico.	Grupo BBVA.
<b>CANALES DE COMUNICACIÓN</b>	
<b>Accionistas</b>	
■ Revista <i>Ábaco</i> .	España.
<b>Inversores institucionales y analistas</b>	
■ Comunicación de hechos relevantes.	Grupo BBVA.
<b>Todos</b>	
■ Informe Anual.	Grupo BBVA.
■ Informes trimestrales.	Grupo BBVA.
■ Página web.	Grupo BBVA.
<b>CANALES DE COMUNICACIÓN Y ESCUCHA</b>	
<b>Accionistas</b>	
■ Reuniones regulares/ <i>road shows</i> .	Grupo BBVA.
■ Dpto. de Gestión de Accionistas (Oficina del Accionista y unidad de Accionistas Singulares).	Grupo BBVA.
<b>Inversores/Analistas</b>	
■ Reuniones con inversores/ <i>road shows</i> .	Grupo BBVA.
■ Día del inversor.	Grupo BBVA.
■ Dpto. de Relación con Inversores, Analistas y Agencias de <i>Rating</i> .	Grupo BBVA.
<b>Todos</b>	
■ Junta General de Accionistas.	Grupo BBVA.
CLIENTES: particulares (clientes de banca personal, jóvenes, inmigrantes y resto de particulares), empresas (autónomos y pequeñas empresas, grandes empresas, grandes corporaciones, empresas familiares y negocios globales) e instituciones (administraciones públicas, organismos internacionales y empresas y organismos dependientes nacionales, comunitarios y locales, e instituciones privadas: ONGs/fundaciones y asociaciones).	
<b>CANALES DE ESCUCHA</b>	
<b>Particulares</b>	
■ Línea telefónica BBVA.	Grupo BBVA.
■ Encuestas de satisfacción.	Cada país cuenta con sus propias encuestas.
■ Consulta a los clientes sobre información de responsabilidad corporativa.	España, Argentina, Colombia, México y Perú.
■ Sistema de monitorización de reputación entre clientes.	España, México, Argentina, Chile, Colombia y Perú.
<b>Empresas e instituciones</b>	
■ Estudios de posicionamiento.	Estos canales son de España. En los distintos países en los que opera BBVA se emplean canales similares con las empresas e instituciones clientes.
■ Estudios de calidad de servicio. <i>Voz del cliente</i> .	
■ <i>Focus groups</i> y jornadas de trabajo con clientes para conocer su opinión sobre temas concretos.	

Canales	Alcance/ubicación de grupos de interés afectados
<b>Todos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sistema de Atención al Cliente (SAC).</li> <li>■ Defensor del Cliente.</li> </ul>	Estos canales son de España. En los distintos países en los que opera BBVA se emplean canales similares.
<b>CANALES DE COMUNICACIÓN</b>	
<b>Instituciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <i>Manual del Alcalde.</i></li> </ul>	España.
<b>Particulares</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mailings, telemarketing, SMS.</li> <li>■ www.bluebbva.com y revista Blue Joven (jóvenes).</li> <li>■ www.bbvadineroexpress.com (inmigrantes).</li> </ul>	Grupo BBVA. España. España.
<b>Todos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Publicidad/medios.</li> <li>■ Web.</li> </ul>	Grupo BBVA. Grupo BBVA.
<b>CANALES DE COMUNICACIÓN Y ESCUCHA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Canales de cada unidad: redes comerciales (oficinas, asesores, gestores, agentes y cajeros). Incluye una red específica para inmigrantes en España (Dinero Express).</li> <li>■ Webs transaccionales.</li> </ul>	Grupo BBVA. España.
EMPLEADOS: directivos, otros empleados, asociaciones sindicales con representación en BBVA.	
<b>CANALES DE ESCUCHA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Servicio de Atención al Empleado (España)/Administración de Personal (resto Grupo).</li> <li>■ Encuestas de satisfacción.</li> <li>■ Consulta a los empleados sobre información de responsabilidad corporativa.</li> <li>■ Cuestionario sobre política de RC, incluido en el curso «Responsabilidad corporativa: nociones básicas».</li> <li>■ Sistema de monitorización de reputación interna.</li> </ul>	Grupo BBVA. Grupo BBVA (encuesta homogénea). España, Argentina, Colombia, México y Perú. España. Grupo BBVA.
<b>CANALES DE COMUNICACIÓN</b>	
<b>Todos los empleados</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Boletín diario <i>Buenos Días</i>.</li> <li>■ Revista <i>adelante</i>.</li> <li>■ Portal del Empleado.</li> <li>■ Dpto. de Comunicación Interna.</li> </ul>	Grupo BBVA. Grupo BBVA. Grupo BBVA. Grupo BBVA.
<b>Directivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Portal de Directivos</li> </ul>	Grupo BBVA.
<b>CANALES DE COMUNICACIÓN Y ESCUCHA</b>	
<b>Todos los empleados y sindicatos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Entrevistas de fijación de objetivos, de competencias y de retroalimentación.</li> <li>■ Gestores de RRHH.</li> <li>■ Dpto. de Relaciones Laborales/Mecanismos estipulados de relación con asociaciones sindicales.</li> <li>■ Comités de Seguridad y Salud.</li> <li>■ Comité de Empresa.</li> <li>■ Comité de Empresa Europeo.</li> </ul>	Grupo BBVA. Grupo BBVA. Grupo BBVA. Aquellos países en los que la legislación lo requiere. Grupo BBVA. Grupo BBVA Europa.

Canales	Alcance/ubicación de grupos de interés afectados
<b>Directivos</b>	
■ Reunión global anual de directivos.	Grupo BBVA.
■ Reuniones de presentación de resultados.	Grupo BBVA.
■ Escuela de <i>Management</i> .	Grupo BBVA.
PROVEEDORES: Proveedores recurrentes homologados, proveedores recurrentes no homologados, proveedores puntuales.	
<b>CANALES DE ESCUCHA</b>	
■ Encuestas de satisfacción.	España y Perú.
■ Cuestionarios de homologación.	Grupo BBVA.
■ Buzón electrónico de Compras.	España.
■ Consulta a los proveedores sobre información de responsabilidad corporativa.	España, Argentina, Colombia, México y Perú.
<b>CANALES DE COMUNICACIÓN Y ESCUCHA</b>	
■ Reuniones periódicas.	Grupo BBVA.
■ Herramientas <i>on-line</i> de negociación y aprovisionamiento.	Grupo BBVA.
■ Departamento de Compras.	Grupo BBVA.
REGULADORES: Reguladores del sector, reguladores de privacidad/protección de datos, reguladores de prevención de blanqueo de capitales, organismos de defensa de la competencia, reguladores de los mercados de valores, otros reguladores en los ámbitos locales, regionales, nacionales y supranacionales que afectan a la actividad del Grupo.	
<b>CANALES DE ESCUCHA</b>	
■ Seguimiento de la legislación.	Grupo BBVA
<b>CANALES DE COMUNICACIÓN Y ESCUCHA</b>	
■ Secretaría General.	Los nombres de estos departamentos que gestionan la relación con los reguladores son los correspondientes a España. Las mismas funciones se efectúan en todos los países del Grupo desde departamentos que pueden tener distinta nomenclatura.
■ Servicios Jurídicos.	
■ Área de Presidencia (funciones de Cumplimiento e Intervención).	
■ Relaciones Institucionales.	
■ Gabinete de Presidencia.	
■ Control Interno.	
■ Riesgos.	
SOCIEDAD: Ciudadanos y entidades de la sociedad civil (ONG's, medios de comunicación, fundaciones, asociaciones de consumidores, centros académicos y de investigación, líderes de opinión).	
<b>CANALES DE ESCUCHA</b>	
■ Buzón electrónico de RRC.	Grupo BBVA.
■ Consulta a ONG's sociales y medioambientales sobre información de responsabilidad corporativa.	España, Argentina, Colombia, México y Perú.
■ Encuesta a la opinión pública sobre información de responsabilidad corporativa.	España.
■ Sistema de monitorización de la reputación entre la opinión pública.	España, México, Argentina, Chile, Colombia y Perú.
■ <i>Tracking</i> de responsabilidad corporativa.	España.
■ Estudios de seguimiento del posicionamiento ante la opinión pública.	España, México, Argentina, Chile, Colombia y Perú.
■ Otros estudios: MERCO, MERCO-Marca, barómetro de tendencias.	España.
■ Evaluaciones de analistas de sostenibilidad.	Grupo BBVA.
■ Medios de comunicación.	Grupo BBVA.
<b>CANALES DE COMUNICACIÓN</b>	
■ Informe Anual de RC.	Grupo BBVA.
■ Participación en actos y foros de RRC.	Grupo BBVA.

Canales	Alcance/ubicación de grupos de interés afectados
<b>CANALES DE COMUNICACIÓN Y ESCUCHA</b>	
■ Dpto. de Responsabilidad y Reputación Corporativas.	Grupo BBVA.
■ Coordinadores de RRC en países.	España y América.
■ Departamento de Comunicación Corporativa.	Grupo BBVA.
■ Fundaciones.	España, México, Argentina, Perú y Venezuela.
■ Servicio de Estudios.	Grupo BBVA.
■ Diálogo directo con ONG's, medios, expertos, centros académicos y de investigación.	Grupo BBVA.

En el contexto de este informe, deben destacarse, dentro de estos canales, tres específicamente vinculados a la responsabilidad corporativa (RC):

- El proceso de consulta anual sobre la información de responsabilidad corporativa que los grupos de interés consideran relevante para ellos (vid. el epígrafe: «Proceso de consulta a los grupos de interés», incluido en el apartado de «Información adicional»).
- La inclusión de preguntas sobre la RC en la consulta a la opinión pública española, vía encuestas para conocer los temas de este ámbito de la actividad del Grupo BBVA que más interesan a la opinión pública.
- El cuestionario incluido en el curso *on-line Responsabilidad corporativa: nociones básicas*, lanzado en el 2006, para conocer la opinión de los empleados sobre la política y las iniciativas de responsabilidad corporativa del Grupo.

### Sistema de integración de las expectativas de los grupos de interés en la gestión

Muchas de las herramientas de diálogo mencionadas son gestionadas directamente por los departamentos que más relación tienen con cada grupo de interés. Cada departamento establece sus planes de actuación teniendo en cuenta los resultados del proceso de escucha. La información de muchos de estos planes se encuentra en cada uno de los capítulos del presente informe.

Adicionalmente, en el 2006 BBVA ha elaborado un análisis integrado de los resultados de las opiniones y prioridades de los siguientes grupos de interés: clientes, empleados, sociedad, directivos y expertos, analistas de sostenibilidad y ONG's. Las percepciones y valoraciones de estos grupos se han analizado en lo referente a los siguientes ámbitos: oferta o relación con el cliente, trabajo/entorno laboral, ciudadanía, ética, liderazgo, innovación y resultados financieros.

#### Análisis integrado de los grupos de interés y las prioridades<sup>(1)</sup>

	Opinión pública	Clientes BBVA	Empleados BBVA	ONG's	Directivos expertos	Analistas sost.	Prioridad actuación
Oferta	1	1	2	n.d.	1	4	1
Trabajo	2	2	1	n.d.	4-5	2-3	2
Ética	3	3	4	n.d.	2-3	2-3	4
Liderazgo	4	4	3	n.d.	7	n.d.	5
Ciudadanía	5	7	6	n.d.	2-3	1	3
Innovación	6	5	7	n.d.	6	5	6
Finanzas	7	6	5	n.d.	4-5	6	7

<sup>(1)</sup> Tal y como se refleja en el capítulo "La política de responsabilidad corporativa en BBVA", así como en los capítulos destinados a accionistas y a proveedores, el Grupo BBVA cuenta con mecanismos para escuchar e incorporar las expectativas de accionistas y de proveedores. Sin embargo, tal y como se observa, la información procedente de estos dos grupos de interés no ha sido incorporada en el análisis integrado de los grupos de interés efectuado en el 2006, por no disponer en el momento de su preparación de la información suficiente para efectuar el análisis comparativo en los términos planteados. En el 2007, el Grupo pretende ampliar el análisis integrado incorporando a los accionistas.  
n.d.: no disponible.

### Herramientas de escucha empleadas en la primera reunión del Comité de RRC

En la primera reunión del Comité de RRC (y en las reuniones de trabajo derivadas), se ha empleado, hasta la fecha, información estructurada, procedente de las siguientes herramientas (por ser las que ofrecen información más global y homogénea de los distintos grupos de interés):

- La encuesta de satisfacción de empleados, que mide de manera homogénea en el Grupo la satisfacción, motivación e imagen de la organización ante los empleados, cada dos años.
- El Reptrak, que monitoriza la reputación y la confianza en la organización ante distintos grupos de interés en los principales países en los que opera el Grupo. La reputación ante clientes y ante la opinión pública se mide de manera continua, todos los meses. La de empleados se mide a través de la Encuesta de Clima, con la misma frecuencia. La de accionistas y proveedores se mide con carácter anual en España.
- El *tracking* de responsabilidad corporativa, centrado en la valoración de la opinión pública española sobre la gestión social y medioambiental de BBVA con relación a otras empresas.
- El seguimiento continuo mediante *tracking* del posicionamiento de BBVA, que mide el grado en el que los clientes y la opinión pública de los principales países en los que opera el Grupo asocian a BBVA con el posicionamiento deseado.
- El barómetro continuo de las tendencias de la sociedad española y de la imagen general de BBVA frente a sus principales competidores.
- Los estudios anuales diseñados por terceros que contienen información sobre la percepción de distintos grupos de interés acerca de BBVA, entre los que cabe mencionar el MERCOS (Monitor Español de Reputación Corporativa), que mide las opiniones de directivos, ONG's, analistas financieros, asociaciones de consumidores y sindicatos, o el MERCOS-MARCA, que mide la reputación de la marca ante la opinión pública. Ambos, únicamente en España.
- Las evaluaciones anuales de los analistas de responsabilidad/sostenibilidad, fundamentalmente las de SAM, VIGEO, OEKOM, EIRIS, SIRI, la Fundación Empresa y Sociedad y el Observatorio de RSC. De ellas se extraen los aspectos que configuran la responsabilidad corporativa que cuentan con mayor potencial de mejora como Grupo.

Con la información procedente de múltiples herramientas de escucha y de investigación, se ha elaborado –para cada uno de los principales países en los que opera el Grupo– una matriz que refleja la importancia que otorgan los grupos de interés a cada uno de estos ámbitos, la valoración que hacen de BBVA frente a otras empresas y la tendencia de esa valoración, es decir si BBVA mejora o empeora durante el periodo de análisis.

El cuadro anterior corresponde al análisis preparado para España e indica dónde están las principales oportunidades de mejora según cada grupo de interés (color morado), así como las principales fortalezas (color verde) y las dimensiones más relevantes para construir la reputación ante cada grupo de interés. El orden de importancia de las dimensiones para cada grupo se refleja con el número entre paréntesis.

Teniendo en cuenta la relevancia de cada grupo de interés para BBVA, así como la importancia y la valoración que éstos otorgan a cada ámbito, se ha establecido una serie de áreas prioritarias de mejora. En concreto, se han detectado cuatro contextos de actuación: la orientación al cliente, el entorno laboral, la ciudadanía (que incluye la acción en la sociedad y el medio ambiente) y la ética. Estas áreas son las que, siendo más relevantes para los grupos de interés, cuentan con un mayor potencial de mejora en el Grupo BBVA y, por lo tanto, aquéllas en las que se ha considerado prioritario centrar los esfuerzos.

Los resultados de estos análisis se presentaron en la primera reunión del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas, en el que están representadas las principales funciones de BBVA a través de sus directivos (vid. el capítulo: «La política de responsabilidad corporativa en BBVA»). El objetivo principal del mencionado comité es precisamente establecer un proceso eficaz de mejora continua transversal, basado en las prioridades y las percepciones de los grupos de interés.

#### **Líneas de actuación como respuesta a las demandas de los grupos de interés**

El Grupo BBVA define sus prioridades de actuación atendiendo al señalado proceso de escucha a los grupos de interés y teniendo en cuenta la visión y valores de BBVA, las prioridades estratégicas del Grupo, los compromisos adquiridos y los principales riesgos y oportunidades, tanto desde el punto de vista general como desde la perspectiva de la responsabilidad. Puede verse el proceso detallado y las prioridades fijadas para el 2007 en el capítulo «La política de responsabilidad corporativa en BBVA».

### Comunicación a los grupos de interés

La comunicación de las acciones que el Grupo BBVA desarrolla como respuesta a las expectativas y demandas de los grupos de interés se efectúa principalmente por las siguientes vías:

- Interacción cotidiana que los departamentos tienen con los grupos de interés con los que se relacionan.
- Comunicación corporativa a través de los medios de comunicación y de las acciones publicitarias.
- Web corporativa, Informe Anual e Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.

El Informe Anual de Responsabilidad Corporativa tiene como principal objetivo rendir cuentas a los gru-

pos de interés sobre lo ejecutado en el año y sobre los resultados obtenidos, incluyendo tanto los logros como las oportunidades de mejora. En este sentido, trata los temas que se han identificado como relevantes para los grupos de interés, tanto a través de los múltiples canales de escucha como del proceso de consulta estrictamente relacionado con la responsabilidad corporativa y, en particular, con la información que interesa a los grupos de interés.

En el año 2006 se ha contactado formalmente con todos los participantes en el proceso de consulta sobre el *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005* para explicarles cómo se tuvieron en cuenta sus aportaciones.

### Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las agencias especializadas

(Escala: 0 a 100)		2006		2005		2004	
Entidad	Dimensión	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector
SAM	Compromiso y diálogo con grupos de interés	94	54	95	60	84	58

Alcance: Grupo BBVA.

### Reputación de BBVA según sus grupos de interés

(Escala: 0-100)	España		México		Argentina		Chile		Perú	
	2006 <sup>(1)</sup>	2005 <sup>(2)</sup>	2006 <sup>(1)</sup>	2005 <sup>(2)</sup>	2006 <sup>(1)</sup>	2005 <sup>(2)</sup>	2006 <sup>(1)</sup>	2005 <sup>(2)</sup>	2006 <sup>(1)</sup>	2005 <sup>(2)</sup>
Empleados <sup>(3)</sup>	n.a.	76,8	n.a.	79,1	n.a.	78,0	n.a.	60,8	n.a.	80,4
Clientes	76,2	74,4	69,2	69,4	72,1	74,1	71,2	70,7	73,5	70,5
Opinión pública	71,3	67,9	64,1	66,0	67,5	71,3	62,2	67,3	68,5	66,0

Fuentes: Reprtrak, Monitor de reputación corporativa, Reputation Institute y encuesta de satisfacción de empleados.

Notas:

<sup>(1)</sup> Los datos del 2006 de clientes y opinión pública hacen referencia al periodo de enero a diciembre del 2006.

<sup>(2)</sup> Los datos del 2005 de clientes y opinión pública hacen referencia al periodo de junio a diciembre del 2005, fecha en la que se inicia el estudio.

<sup>(3)</sup> Los datos de empleados proceden de la encuesta de satisfacción de empleados que se realiza una vez cada dos años.

n.a.: no aplica.



## LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN BBVA

# 3

### El compromiso de BBVA con la responsabilidad corporativa

"Aportación del máximo valor posible y equilibrado a todos sus grupos de interés directos y al conjunto de las sociedades en que opera".

### Rasgos básicos

Atención a las expectativas de los grupos de interés.

Componente básico de la cultura corporativa.

Atención a todas las dimensiones de la actividad.

Carácter integral.

### Grado de avance en las principales líneas de trabajo en el 2006

Coordinación de las estrategias de responsabilidad y reputación corporativas.	3
Coordinación y gestión de la información.	2
Profundidad y alcance de la verificación.	2
Atención a las expectativas de los grupos de interés en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.	2
Integración de criterios de RC en RR. HH. Negocio, Riesgos, Cumplimiento, Compras y Medios.	2
Desarrollo del modelo de monitorización de la reputación corporativa.	3
Formación interna en RC.	2

1 Poco significativo, 2 Significativo, 3 Muy significativo.

### Fortalezas

- Compromisos internacionales.
- Sistema de Gobierno Corporativo.
- Código de Conducta y códigos funcionales.
- Calificación en índices y agencias especializados.
- Reconocimiento internacional del Informe Anual de RC.
- Sistema de consulta y diálogo con grupos de interés.
- Concepto integrador de la RC en la gestión de todas las áreas y entidades del Grupo.
- Modelo de monitorización de la reputación.
- Política de apoyo a la comunidad.

### Aspectos de la información de RC sobre políticas y estrategia considerados más relevantes por los grupos de interés

- Definición y seguimiento de la estrategia de RC.
- Declaraciones, principios y valores.
- Identificación y gestión de riesgos.
- Instrumentos para la gestión de los riesgos éticos.
- Participación de los grupos de interés.
- Descripción del Sistema de Gobierno Corporativo.
- Compromisos con iniciativas externas.
- Valoración de los informes y las políticas de RC por terceros.
- Accesibilidad y distribución de la información contenida en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.
- Comparabilidad de la información.



## Principales canales de diálogo en los que se consulta sobre políticas básicas de RC

- Investigaciones sobre expectativas y percepción.
- Departamento de RRC y coordinadores de RRC en América Latina.
- Departamento de Cumplimiento.
- Secretaría General.

Nota: Existen otros canales de diálogo detallados en el capítulo «Los grupos de interés de BBVA».

## Campos de mejora

- Mayor integración de los procesos de decisión sobre RC en los órganos de gobierno.
- Mejor coordinación con los diferentes bancos del Grupo.
- Mayor profundización en el diálogo con los grupos de interés.
- Mayor formación interna en RC.
- Mayor desarrollo de la estrategia organizativa de RC en las áreas de apoyo y de negocio.
- Mejor información de RC de los bancos del Grupo en América Latina.
- Desarrollo de la estructura organizativa de RC en América Latina.

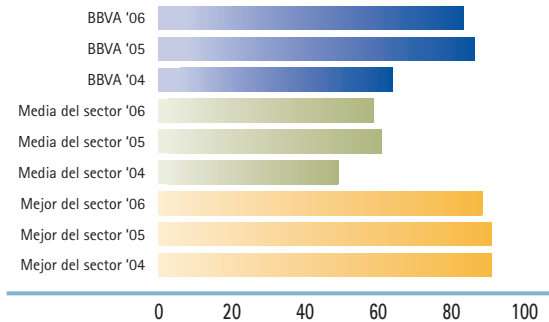
## Principales líneas de trabajo en el 2007 del departamento de RRC

- Avances en el sistema de consulta y diálogo con grupos de interés.
- Avances en el modelo de monitorización de la reputación corporativa.
- Avances en la integración de la política de responsabilidad y reputación corporativas en la estrategia general y en las áreas de apoyo y de negocio: consolidación del Comité de RRC.
- Desarrollo de las líneas de trabajo aprobadas por el Comité de RRC.
- Avances en la coordinación con los bancos del Grupo en América Latina y en la estructura organizativa de RC en ellos.
- Adhesión a compromisos internacionales.
- Desarrollo de informes de RC por bancos del Grupo en América Latina.
- Avances en la formación interna en RC.
- Avances en la profundidad y alcance de la verificación.
- Avances en la atención a las expectativas de los grupos de interés en el Informe Anual de RC.

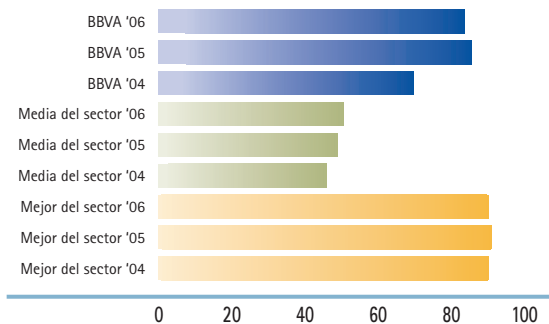
## Información relevante

### Calificación en Dow Jones Sustainability Index

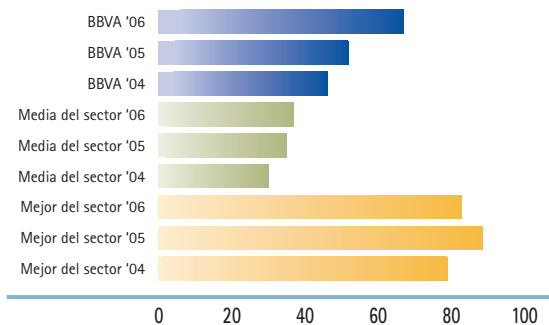
#### Dimensión económica



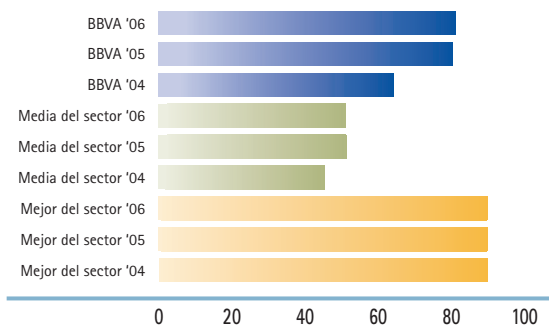
#### Dimensión social



#### Dimensión ambiental



#### Calificación global



### Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las agencias especializadas

(Escala: 0 a 100)		2006		2005		2004		Comentario
Entidad	Dimensión	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector	
SAM	Incluido en los índices	Sí		Sí		Sí		
	Dimensión económica	85	60	88	62	65	50	
	Dimensión ambiental	62	34	48	32	43	28	- BBVA está incluido en DJSI World desde el 2001.
	Dimensión social	78	47	80	46	65	43	- BBVA está incluido en DJSI STOXX desde el 2005.
	Calificación global	76	48	75	48	60	42	
EIRIS	Incluido en el índice	Sí		Sí		Sí		- BBVA está incluido en FTSE4Good desde el 2003.
SIRI	Incluido en el análisis	Sí		Sí		Sí		- Análisis realizado en España a través de Analistas Internacionales en Sostenibilidad.
VIGEO	Incluido en los índices	Sí		Sí		Sí		- BBVA está incluido en ASPI Eurozone.
								- BBVA está incluido en Ethibel Sustainability Indexes (ESI).
OEKOM	Incluido en el índice	Sí		Sí		Sí		- BBVA es considerado como <i>Prime</i> en la comparación de los mejores bancos mundiales o <i>Best in Class</i> .

Los datos correspondientes a las agencias Siri, Vigeo y Oekom, que se recogían en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005, no se pueden integrar en esta edición al no haber sido comunicadas a fecha de cierre de este informe las valoraciones correspondientes al 2006.  
Alcance: Grupo BBVA.

### Recursos destinados a políticas básicas de responsabilidad corporativa en el Grupo BBVA

(Millones de euros)	2006	2005	2004
Formación interna	35,6	34,3	34,3
Apoyo a la Comunidad <sup>(1)</sup>	56,4	46,5	38,3
I+D <sup>(2)</sup>	53,0	52,0 <sup>(3)</sup>	47,0
<b>TOTAL</b>	<b>145,0</b>	<b>132,8</b>	<b>119,6</b>

<sup>(1)</sup> Cifra analizada y desagregada en el capítulo de "BBVA y el apoyo a la comunidad".

<sup>(2)</sup> La cifra de I+D se refiere sólo a proyectos acometidos en España, si bien, por su alcance, algunos de ellos son de implantación a nivel global. Sigue los criterios fijados por la legislación vigente para la contabilización de los gastos afectos a los proyectos de actividades de investigación, desarrollo e innovación tecnológica. La tipología de soluciones innovadoras de estos proyectos es la siguiente: a.- Desarrollos de *software* avanzado: desarrollo de complejos algoritmos de criptografía para securizar información, pilotos basados en últimas tecnologías.; b.- Soluciones que utilizan la tecnología para mejorar sustancialmente los productos/ servicios existentes (mayor eficiencia, automatización de tareas, eliminación de riesgo operacional); c.- Desarrollo de nuevos productos/ servicios (ofrecer operativa o servicio inexistente o no disponible con anterioridad). La cifra del 2006 es la mejor estimación disponible a 31 de diciembre con criterios de máxima prudencia.

<sup>(3)</sup> La cifra final del 2005 alcanzó los 52 millones de euros, lo que corrige la estimación plasmada en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2005 de 50 millones de euros.

## Indicadores clave de responsabilidad corporativa

	2006	2005	2004
<b>Económicos</b>			
Beneficio por acción (euros)	1,39	1,12	0,87
Capitalización bursátil (millones de euros)	64.788	51.134	44.251
Consejeros independientes (%)	73,3	66,7	66,7
Valor Económico Añadido (EVA) (millones de euros) <sup>(3)</sup>	14.333	10.951	9.641
Fondos de inversión socialmente responsable respecto al total de fondos de inversión gestionados (%)	1,57	1,53	1,83
Calificación DJSI dimensión económica	85	88	65
<b>Sociales</b>			
Núm. medio de días en resolver una reclamación	18	15	18
Mujeres en puestos directivos (Comité de Dirección y directivos corporativos/Directivos) (%)	8,48/16,61	4,73/15,82	4,09/15,36
Diversidad hombres y mujeres (%)	53/47	55/45	57/43
Rotación no deseada de la plantilla (%)	6,55	3,52	4,54
Horas de formación por empleado	39	43	43
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio antes de impuestos (%)	0,80	0,83	0,93
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio atribuido (%)	1,19	1,22	1,31
Índice de satisfacción de proveedores <sup>(1)(2)</sup> (escala: 1 a 5)	4,1	—	3,7
Índice de satisfacción de clientes (%) <sup>(2)</sup>	70,2	67,9	67,6
Índice de satisfacción de empleados (%) <sup>(1)(2)</sup>	—	61,1	—
Calificación DJSI dimensión social	78	80	65
<b>Medioambientales</b>			
Electricidad consumida por empleado (GJ)	23,9	21,2	22,3
Total CO <sub>2</sub> emitido por empleado (t)	3,2	2,9	3
Consumo de papel por empleado (t)	0,13	0,11	0,14
Alcance ISO 14001 sobre total de empleados (%)	2,1	1,8	0,3
Préstamos con beneficios ambientales (millones de euros)	676,4	301,7	295,7
Avance en la implementación de los Principios de Ecuador	sí	sí	no
Calificación DJSI dimensión ambiental	62	48	43
<b>Indicadores generales</b>			
DJSI calificación global	76	75	60
Presencia en FTSE4Good (sí/no)	sí	sí	sí
Índice de reputación ante la opinión pública en España (escala: 0 a 100)	71,3	67,9	—
Índice de reputación ante la opinión pública en México (escala: 0 a 100)	64,1	66,0	—

Alcance: Grupo BBVA.

<sup>(1)</sup> Encuesta bienal.

<sup>(2)</sup> Datos España.

<sup>(3)</sup> Calculado según la metodología desarrollada en SPI-Finance, 2002.

## Premios y reconocimientos en materia de responsabilidad y reputación corporativas concedidos en el 2006

- |   |   |
|---|---|
| ■ BBVA, entidad financiera española con mejor reputación corporativa por sexto año consecutivo.   | ■ MERCO.  |
| ■ BBVA obtiene el Premio al mejor informe de RSC de España del 2004.  | ■ AECA y AECJCE.  |
| ■ El <i>Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2004</i> de BBVA, seleccionado como finalista en los Premios ESRA.                             | ■ European Sustainability Reporting Awards.                   |
| ■ BBVA obtiene el reconocimiento al segundo mejor informe de RSC de España del 2004.  | ■ Observatorio de la RSC.                                     |
| ■ BBVA obtiene el reconocimiento de "in accordance" para su <i>Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005</i> .                              | ■ Global Reporting Initiative.                                |
| ■ BBVA recibe el Premio Fuinsa en la categoría de RSC para empresas que han colaborado en la creación del CINC.                                     | ■ Fundación para la Investigación en Salud (Fuinsa).          |
| ■ BBVA Banco Continental, designado como el banco más sostenible y ético de Perú.   | ■ <i>Management &amp; Excellence</i> y <i>Latin Finance</i> . |
| ■ BBVA Colombia, calificado como uno de los tres bancos con mejores índices de sostenibilidad, ética y responsabilidad social de Latinoamérica.     | ■ <i>Management &amp; Excellence</i> y <i>Latin Finance</i> . |
| ■ BBVA, primera empresa española que ingresa en la lista de los mejores 50 informes de RSC del mundo, ocupando el puesto 34.                        | ■ Informe <i>Tomorrow's Value</i> , de SustainAbility.        |
| ■ BBVA recibe el Premio Plurifestival 2006 especial del jurado a la empresa que mejor involucra los valores sociales en su estrategia de marketing. | ■ Festival Internacional de la Publicidad Social.             |

## La responsabilidad corporativa en BBVA

### Visión, identidad y principios corporativos

El Grupo BBVA definió su visión en el 2003: «Trabajamos por un futuro mejor para las personas». Para concretar de forma operativa esta visión, BBVA se ha dotado de siete principios corporativos, que constituyen la base de su cultura corporativa.

El Grupo BBVA quiere ser una empresa que escucha a sus grupos de interés y que integra sus expectativas y demandas en todos los ámbitos de su comportamiento. Y ello a partir de la propia definición de su visión y de sus principios, que son el resultado de un proceso de «escucha» y de integración de las expectativas, valores y aspiraciones de los principales grupos de interés de BBVA. El resultado de definir «lo que queremos ser» (escucha a directivos y empleados), «lo que debemos ser» (escucha a los grupos de interés) y «lo que somos» (historia, fortalezas y debilidades del Grupo).

Los principios corporativos concretan la visión de BBVA en la relación con cada uno de sus grupos de interés y sintetizan sus valores básicos y la forma como entiende su carácter y su actividad como empresa. Cada uno implica compromisos y comportamientos específicos y en conjunto responden a las tres líneas de la identidad diferenciada de BBVA (innovación, personas para personas y liderazgo), conformándose como los pilares sobre los que construye su marca y su reputación.

Puede encontrarse información detallada sobre estos aspectos en el documento *La Experiencia BBVA* ([www.bbva.com](http://www.bbva.com)).

## Principios corporativos

1. El cliente como centro del negocio.
2. La creación de valor para los accionistas y el resto de los grupos de interés como resultado de la actividad.
3. El equipo como artífice de la generación de valor.
4. El estilo de gestión como generador de entusiasmo.
5. El comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad.
6. La innovación como palanca de progreso.
7. La responsabilidad social como compromiso con el desarrollo.

### Proceso de determinación de aspectos relevantes y prioridades

Este compromiso se plasma interna y externamente: en la forma de entender y gestionar la responsabilidad corporativa; en la respuesta a las principales tendencias y retos en su sector de actividad; en la incorporación en su comportamiento y en sus actividades de las preocupaciones de los grupos de interés y de las expectativas sociales de mayor relevancia; en la forma en que afronta los impactos de su actividad en la sociedad; y en los compromisos internos y externos asumidos en materia de responsabilidad corporativa. A partir del análisis de los elementos citados, BBVA identifica y gestiona sus principales riesgos y oportunidades, delimita los aspectos más relevantes que afectan a su responsabilidad corporativa y define las líneas básicas de su estrategia y sus prioridades a medio y corto plazo.

Todo ello, tamizado por un criterio general que rige tanto la gestión integral del Grupo como la gestión específica de la responsabilidad corporativa: el respeto

del principio de precaución, fundamentado en criterios de valoración del riesgo prudentes, consistentes y basados en la experiencia.

De todos estos aspectos se da cuenta a lo largo de este capítulo.

### Responsabilidad corporativa y escucha a los grupos de interés

El Grupo BBVA entiende la responsabilidad corporativa como un compromiso integral de aportación del máximo valor posible y equilibrado a todos sus grupos de interés directos (accionistas, clientes, empleados y proveedores) y al conjunto de las sociedades en que opera: escuchando y tratando de dar la mejor respuesta a sus expectativas, respetando escrupulosamente la legalidad y las exigencias y recomendaciones de los reguladores y con los niveles más estrictos de integridad y transparencia.

Un compromiso, en este sentido, que atiende a todas las implicaciones de la actividad (legal, económica, humana, social y ambiental) y que se identifica con la aspiración a la excelencia: a la mejora de la calidad en las relaciones que el Grupo mantiene con todos sus grupos de interés y, por tanto, en todas sus actividades. Un compromiso, en consecuencia, que aspira a la sostenibilidad como empresa y al fomento del desarrollo sostenible.

Para el Grupo BBVA, este compromiso responde a un doble convencimiento. A la constatación de que la sociedad exige cada vez más a las empresas comportamientos y criterios responsables y a la paralela certeza de que esos comportamientos contribuyen significativamente a la creación de valor y a la sostenibilidad em-

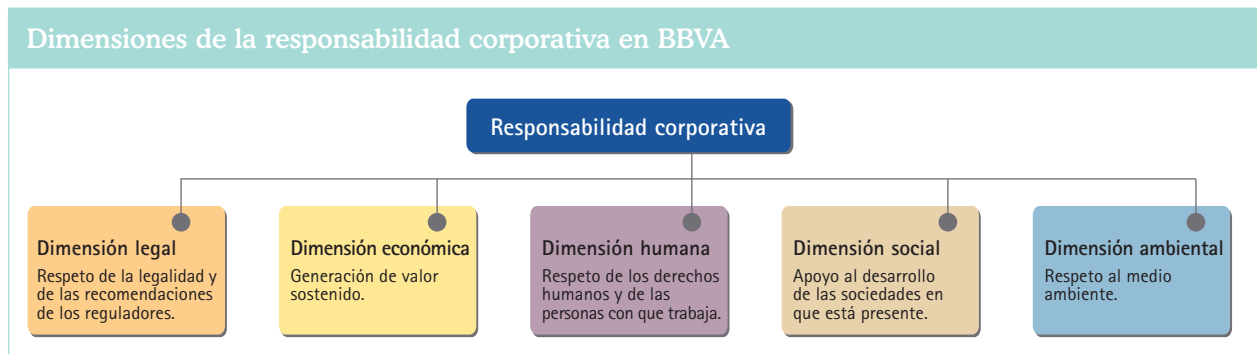
presarial: favorecen la mejor aceptación de la empresa por sus grupos de interés directos y por la sociedad, fortalecen la reputación, mejoran la gestión y la calidad general y potencian la diferenciación y la capacidad competitiva.

La responsabilidad corporativa, así, es para el Grupo BBVA un elemento central para consolidar un estilo de gestión basado en la credibilidad y en la confianza de todos sus grupos de interés y en el establecimiento con todos ellos de relaciones estables, sólidas y mutuamente beneficiosas. Basado, en definitiva, en la generación de valor compartido con todos los grupos de interés: algo que el Grupo BBVA considera esencial para la optimización del crecimiento sostenido del beneficio.

Un compromiso, además, que BBVA pretende integrar decididamente en sus principales líneas estratégicas, en todas las actividades, áreas y entidades del Grupo y en todas las sociedades en que trabaja, insertándolo tanto en las prácticas internas y en la gestión de los recursos disponibles como en las actuaciones dirigidas hacia el exterior de la organización.

Desde esta perspectiva, el presente informe se estructura partiendo de los aspectos más relevantes y prioritarios que se desprenden tanto de la visión, identidad y principios de BBVA como de la valoración de las preocupaciones y expectativas de los grupos de interés, así como de la consideración de los temas más relevantes para el conjunto de entidades financieras que integran su sector de actividad, para los organismos internacionales, los analistas y las agencias de evaluación.

El informe destaca las actuaciones más relevantes del Grupo relacionadas con su responsabilidad empresarial a lo largo del 2006, y dedica una atención cen-



En el ámbito de los Servicios Jurídicos de España, durante el 2006 no se han registrado reclamaciones judiciales o administrativas que hayan supuesto la imposición de sanciones (económicas o no monetarias) relevantes por incumplimiento de leyes o reglamentos.

tral a las relaciones mantenidas durante el año con todos sus grupos de interés, al grado de cumplimiento de los compromisos con ellos contraídos y a la generación de valor que ha conseguido aportarles, así como a los sistemas de escucha, consulta y diálogo que con todos ellos ha desarrollado y a la forma en que ha recogido sus opiniones y solicitudes en su estrategia, en su gestión y en su información. Se pretende, al tiempo, informar acerca de estos aspectos para el conjunto del Grupo, de la forma más completa posible e incluyendo información referente a todos los países y actividades en que tiene una presencia significativa.

BBVA ha tratado en este informe de atender las opiniones de sus partes interesadas acerca de la materialidad y relevancia de los contenidos, procurando abrir canales de participación, tanto en la elaboración de los contenidos del informe como en el diseño de las actuaciones, basadas siempre en la escucha a los grupos de interés. Finalmente, se ha pretendido observar en su elaboración los requisitos exigidos por los principales estándares internacionales: muy especialmente los aconsejados por GRI, por la norma AA1000 y por el Pacto Mundial de Naciones Unidas. Se ofrecen detalles sobre todo ello en los apartados titulados «Criterios del Informe» y «Proceso de consulta a los grupos de interés».

### **Tendencias, riesgos y oportunidades**

Como ya se ha indicado, en el proceso de determinación de los aspectos más relevantes y de las prioridades de su política de responsabilidad corporativa, el Grupo BBVA presta una atención permanente a los temas que consideran más importantes las principales entidades del sector financiero, los organismos internacionales que actúan en este campo y los analistas y agencias de evaluación. Los temas así detectados apuntan hacia las tendencias más importantes que afectan al sector financiero y orientan sobre los principales desafíos que deben afrontar las entidades financieras en materia de sostenibilidad en un horizonte de medio plazo.

De acuerdo con este consenso generalizado, los aspectos que se juzgan más relevantes para el sector son los siguientes (sin que el orden suponga rango de importancia):

1. Mantenimiento y mejora de la confianza de los clientes.
2. Comportamiento ético y cumplimiento normativo: prevención de la corrupción y del blanqueo de capitales, con especial atención a los países en vías de desarrollo.

3. Exclusión financiera.
4. Impacto en el medio ambiente y, en particular, en el cambio climático.
5. Inversión socialmente responsable.
6. Gestión de los riesgos éticos, sociales y ambientales.
7. Códigos de conducta alineados con los principios éticos y el cumplimiento normativo.
8. Gobierno Corporativo.
9. Transparencia.
10. Satisfacción de las expectativas de los empleados: discriminación, diversidad y conciliación de la vida laboral y personal.
11. Percepción social de la actividad financiera.

En conjunto, se trata de cuestiones que suponen para las entidades financieras con presencia transnacional, como BBVA, una clara indicación de cuáles son sus principales riesgos, pero también sus mayores oportunidades, en materia de responsabilidad corporativa a medio plazo. Son aspectos que necesariamente habrán de encarar para asegurar tanto su viabilidad económica como su aceptación social y, en definitiva, su sostenibilidad. Las entidades que no lo hagan eficientemente tendrán que pagar por esa incapacidad una severa penalización, en tanto que las que sepan hacerlo mejor y más rápidamente podrán encontrar en ello vías sólidas de diferenciación, competitividad y crecimiento.

Para el Grupo BBVA, estas preocupaciones prioritarias del sector constituyen un componente fundamental para la delimitación de su estrategia, su política y sus prioridades específicas en materia de responsabilidad corporativa, y explican en buena parte los compromisos externos e internos que en este terreno ha decidido asumir. En esta medida, son cuestiones que se están incorporando crecientemente a su gestión, como se apunta a lo largo de este informe, y que se toman en consideración en su sistema de gestión de los riesgos, presidido por un principio de precaución que concede importancia creciente a este tipo de riesgos.

### **Líneas estratégicas**

El Grupo BBVA ha definido unas líneas estratégicas en un horizonte a medio plazo para cumplir con sus objetivos empresariales, dar respuesta a las preocupaciones y expectativas de sus grupos de interés, afrontar las tendencias de su sector de actividad, mitigar los riesgos y aprovechar las oportunidades. Líneas acompañadas a la visión, la identidad y los principios y regidas, en su desarrollo, por los criterios de responsabilidad y los compromisos asumidos por BBVA.

Las líneas estratégicas prioritarias son las siguientes:

- Mejorar permanentemente la organización por medio de la transformación estructural y la evolución cultural, para hacer responsables a las unidades de negocio de su propia estrategia, creando un nuevo modelo de relación entre el centro corporativo, las unidades corporativas y las unidades de negocio.
- Gestionar de forma sólida la cartera de negocios, con la asignación de más capital económico a las actividades de mayor crecimiento potencial.
- Implantar un modelo de negocio basado en las habilidades y fortalezas del Grupo en la gestión de redes de distribución, en la eficiencia y en la gestión del riesgo.
- Establecer una disciplina de capital estricta, con una alta rentabilidad que permita autofinanciar el crecimiento y remunerar adecuadamente al accionista.
- Crecer de forma orgánica y no orgánica. En este último caso, solo por medio de operaciones que añadan valor al Grupo en un plazo razonable.
- Atender de forma prioritaria la innovación: en la actividad, en la operativa y en el desarrollo de nuevos modelos de negocio. Se busca la diferenciación por medio de la innovación, con especial atención a tres ámbitos:
  - Accesibilidad financiera a segmentos poco bancarizados (jóvenes, inmigrantes, mayores, sectores de bajos ingresos).
  - Accesibilidad a productos de gran valor a segmentos que antes no podían alcanzarlos (gestión de carteras).
  - Nuevos productos y servicios (no financieros, servicios profesionales y administrativos, salud, vivienda, ocio).
- Consolidar la presencia y la actividad en las áreas geográficas básicas (España y América Latina) y desarrollar nuevos ámbitos de crecimiento: Europa, EE. UU. y Australasia.
- Convertirse en un grupo generador de servicios de personas para personas.
- Convertirse en uno de los diez grandes grupos de referencia de la industria financiera global en cinco años.

### Principio de precaución: la gestión del riesgo

Un criterio básico para la política de responsabilidad corporativa y para la gestión integral del Grupo BBVA es el respeto del principio de precaución, en cuya operatividad desempeña un papel central el sistema de ges-

tión del riesgo, que fundamenta su actuación en criterios de valoración del riesgo prudentes, consistentes y basados en la experiencia.

El Grupo BBVA considera la gestión del riesgo una parte intrínseca del negocio bancario y una fuente fundamental de su ventaja competitiva. Dispone para ello de un sistema de gestión del riesgo global, que hace posible compatibilizar las necesidades de los clientes y las expectativas de los accionistas y de los restantes grupos de interés, así como los requerimientos de los reguladores. El sistema descansa en el Consejo de Administración, que determina la política de riesgos del Grupo por medio de la Comisión Delegada Permanente y de la Comisión de Riesgos, y está gestionado en la esfera corporativa por el área de Riesgos.

Son elementos de la gestión de riesgos del Grupo BBVA directamente vinculados con el principio de precaución:

- El apoyo a la estabilidad de los sistemas financieros de los países en que opera, con lo que contribuye así a su desarrollo. Es un apoyo en el que desempeñan un papel esencial dos elementos básicos: la implantación interna de modelos avanzados de gestión del riesgo plenamente alineados con el Nuevo Acuerdo de Capital conocido como Basilea II y la estrecha colaboración con las instituciones públicas y los reguladores en la génesis de las formativas relacionadas con la gestión de riesgos.
- La aplicación de políticas basadas en aspectos estrictamente técnicos relacionados con el riesgo y la rentabilidad, homogéneas y coordinadas para todo el ámbito de actuación del Grupo, sin diferencias ni discriminación por razones geográficas ni de ninguna otra índole.
- Consideración de criterios éticos, sociales y ambientales en el análisis del riesgo:
  - En el ámbito social, se plantean criterios preferenciales para productos y servicios dirigidos a colectivos desfavorecidos o con necesidades especiales: rentas bajas, inmigrantes, familias numerosas, jóvenes, mayores...
  - En el ámbito ambiental, se viene trabajando en la elaboración de un mapa de riesgos ambientales que clasifique toda la cartera crediticia según este criterio. Al tiempo, se viene desarrollando también una metodología para la consideración de los factores ambientales en el análisis del riesgo crediticio de todo tipo de proyectos y empresas, que ya se aplica en grandes proyectos de inversión (particularmente, en la

modalidad de *project finance*). Junto a todo ello, el Grupo presta un firme apoyo a la financiación de proyectos positivos para el medio ambiente (energías renovables, tratamiento de aguas, infraestructuras, etc.).

– En el ámbito ético, el Grupo BBVA cuenta con políticas definidas y claras que rigen la gestión de todos los tipos de riesgos, que incluyen normas de integridad y buen gobierno corporativo y que son transparentes para todos los usuarios. Todos los profesionales del área de Riesgos están sometidos a rigurosas normas deontológicas internas (sistematizadas en los Principios Básicos de Gestión del Riesgo), que se recogen en manuales de riesgos que se aprueban por la Comisión de Riesgos del Consejo. Todas las políticas de riesgos están presididas por criterios homogéneos y objetivos, cualquiera que sea el cliente o su origen geográfico.

▪ Por otro lado, el Grupo ha desarrollado una avanzada metodología de análisis, medición, mitigación y gestión de los riesgos fiduciarios (basados en la protección de los intereses del cliente en la gestión en nombre de terceros) y reputacionales, en cuya identificación y valoración toma en consideración también los aspectos sociales, ambientales y éticos.

Una explicación detallada del sistema y de la política de riesgos del Grupo puede verse en el *Informe Anual 2006* de BBVA.

Adicionalmente, el Grupo BBVA se encuentra sometido a los requerimientos de la ley Sarbanes-Oxley, que exige a partir del 2006 a la dirección la evaluación anual de los riesgos y del grado de efectividad del sistema de control interno ejercido en la generación de la información financiera, así como la elaboración de un informe en el que se detallen los resultados de dicha evaluación. Para acometer este informe, BBVA viene desarrollando desde el 2004 un proyecto para describir los procedimientos utilizados en el conjunto del Grupo, documentar los controles y evaluar su efectividad. Es un proyecto que rebasa las exigencias de la ley, pues refuerza los niveles y sistemas de control con el objetivo de consolidar una cultura singular de control interno corporativo. A lo largo del 2006 se ha completado la fase de documentación del modelo, con la identificación de los riesgos críticos y la prueba de los controles asociados. El departamento de Control Interno se encarga del seguimiento de la implantación del proyecto, y el de Auditoría Interna, de las pruebas para validar la mitigación de las debilidades detectadas.

## Impactos, aspectos relevantes, prioridades y sistemas de gestión

### Principales impactos: aspectos relevantes y temas sensibles

Para la delimitación de los principales impactos en materia de sostenibilidad del Grupo se ha pretendido huir de toda subjetividad interna, y se ha atendido ante todo a la opinión al respecto de los grupos de interés de BBVA y de la opinión pública. Se ha seguido para ello un doble criterio objetivo. Por una parte, la sistematización de los aspectos más relevantes apreciados por los grupos de interés de BBVA. En segundo lugar, se ha llevado a cabo un proceso también objetivo para detectar los principales temas sensibles en el ejercicio. Todo ello ha sido comprobado por la entidad responsable del análisis de verificación del presente informe.

Para la sistematización de los aspectos más relevantes según la opinión de los grupos de interés, se ha seguido, a su vez, un doble procedimiento: los percibidos por los canales generales de consulta y diálogo (vid. el capítulo «Los grupos de interés de BBVA») y los detectados en el proceso de consulta específico desarrollado para el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (vid. el epígrafe «Proceso de consulta a los grupos de interés» que se incluye en el apartado de «Información adicional»).

A. Detectados por medio de los canales de consulta y diálogo generales.

Independientemente de la valoración que cada grupo de interés efectúa sobre la gestión del Grupo BBVA, los temas que consideran más relevantes son:

- Clientes particulares: capacidad de respuesta, orientación a sus necesidades concretas, buen trato, comportamiento ético, transparencia y buena organización interna.
- Clientes empresariales:
  - Pymes: precio y funcionamiento adecuados de los servicios prestados.
  - Grandes empresas: apoyo en sus necesidades de crecimiento.
  - Instituciones: condiciones económicas y adaptación a sus necesidades.
- Empleados: desarrollo profesional y compromiso de BBVA hacia sus empleados (respeto, estímulo para la generación de ideas, igualdad de oportunidades, transparencia y clima de confianza).
- Proveedores: cumplimiento de los compromisos contractuales, trato personal, agilidad en el proce-



so de negociación, adjudicación o contratación, nivel de servicio prestado.

- Accionistas: transparencia informativa y comportamiento ético, liderazgo y calidad de la gestión, orientación al cliente, creación de valor para el accionista.

- Opinión pública: buen trato a los clientes, calidad y relación calidad/precio, orientación a sus necesidades, adecuada gestión de reclamaciones y buenos empleados.

- Reguladores: cumplimiento estricto de la legislación, facilidad de interlocución y transparencia.

B. Detectados por medio del proceso de consulta específico para el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.

Los aspectos más relevantes (orientados a la información) detectados desde esta perspectiva, agregados en diez conjuntos de temas y jerarquizados según el orden de importancia conferido por los grupos de interés, son:

1. Responsabilidad en la oferta (productos y servicios, atención a los clientes y política de riesgos): 91 puntos.
2. Responsabilidad en la relación con los empleados: 61 puntos.
3. Responsabilidad ambiental: 46 puntos.
4. Política y estrategia de responsabilidad corporativa: 44 puntos.
5. Calidad, transparencia y difusión de la información: 44 puntos.
6. Comportamiento ético: 36 puntos.
7. Política de apoyo a la comunidad: 29 puntos.
8. Participación de los grupos de interés: 13 puntos.
9. Gobierno Corporativo: 9 puntos.
10. Política de compras: 6 puntos.

El sistema de puntuación se explica en el mencionado epígrafe de «Proceso de consulta a los grupos de interés».

Desde otro punto de vista, y para poder ofrecer un panorama también objetivo de los posibles efectos negativos de la actividad del Grupo en la sostenibilidad, se ha considerado que un buen indicador puede radicar en los temas que la opinión pública ha considerado más polémicos a lo largo del ejercicio. Para ello, se ha encargado a una agencia especializada (JD Comunicación) la selección de los temas que han tenido un impacto más negativo para el Grupo en una selección de medios de comunicación españoles (once diarios de gran tirada). Para la valoración del impacto, se ha me-

dido el valor de las apariciones en medios en términos de intensidad, frecuencia, duración y audiencia.

Los problemas más importantes detectados según este procedimiento han sido (por orden de importancia del número de impactos) los siguientes:

1. BBVA desestima una OPA en Italia . . . . .35,0
2. Incidencia de las medidas nacionalizadoras en Bolivia . . . . .25,5
3. Problemas de seguridad en una sucursal de BBVA . . . . .6,4
4. Rumores sobre posibles OPAs . . . . .6,4
5. Procesos judiciales sobre ex-directivos de BBVA . . . . .6,3
6. Remuneración del Consejo de Administración . . . . .5,6
7. Posibles indemnizaciones a directivos en caso de una OPA . . . . .4,0
8. Desinversión accionarial en BBVA . . . . .2,0
9. Posibles perjuicios de nueva normativa fiscal para el sector financiero . . . . .1,8
10. Polémica sobre la posible financiación de un proyecto industrial en Uruguay . . . . .1,5

Las puntuaciones representan el porcentaje sobre el total de impactos negativos.

### Prioridades y progresos

La política de responsabilidad corporativa del Grupo BBVA es una política integral y transversal, que pretende incidir en todas las líneas de actividad y en todas las unidades del Grupo. No obstante, delimita unas prioridades claras, alineadas con los valores, carácter y posicionamiento del Grupo y con su estrategia general, pero atendiendo también a la opinión de sus grupos de interés y de la opinión pública.

Con una especial atención a las áreas geográficas en las que la presencia del Grupo es más intensa (España, México y resto de América Latina), los campos de actuación preferentes de la política de responsabilidad corporativa de naturaleza estratégica (sin que el orden comporte rango de prioridad) son los diez siguientes:

1. Visión, identidad y principios corporativos.
2. Gobierno Corporativo.
3. Cumplimiento: respeto de la legalidad y de la integridad.
4. Sistemas de comunicación y diálogo con los grupos de interés y con la opinión pública.
5. Gestión de los recursos humanos y relación con empleados.
6. Gestión del riesgo.
7. Actividad de negocio.

8. Relación con proveedores.
9. Medio ambiente.
10. Apoyo a la comunidad.

De acuerdo con esta decisión estratégica y con el sistema de consulta a los grupos de interés (descrito en el capítulo «Los grupos de interés de BBVA»), las prioridades principales que BBVA ha decidido en su política de responsabilidad corporativa para el ejercicio del 2007 son:

1. Oferta:
  - Mayor orientación a las necesidades de los clientes.
  - Atención diferenciada a las necesidades de colectivos especialmente necesitados o excluidos desde el punto de vista financiero.
2. Empleados:
  - Mayor claridad y sistematización en la política de desarrollo profesional.
  - Avances en las políticas de igualdad de género y de conciliación de la vida profesional y familiar.
  - Desarrollo de un Plan de Voluntariado Corporativo.
3. Ciudadanía (impacto social y ambiental de la actividad):
  - Atención diferencial a las necesidades de colectivos especialmente necesitados.
  - Consideración de los factores ambientales y sociales en el análisis del riesgo crediticio.
  - Mejora en la aplicación, el seguimiento y la información de los Principios de Ecuador.
  - Avances en la política de certificaciones de calidad ambiental.
  - Consideración de la inserción laboral de personas discapacitadas.
4. Ética:
  - Formulación de una política integral de derechos humanos.
  - Avances en la acreditabilidad de los procesos del Código de Conducta del Grupo BBVA.
5. Con carácter general:
  - Esfuerzo permanente de innovación en todas las facetas, como aspecto básico en que se sustenta la estrategia del Grupo.
  - Mejora continua de la transparencia informativa, como elemento esencial de la responsabilidad corporativa.

Instrumento decisivo en la fijación de estas prioridades es el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas, que tiene como misión fundamental ana-

lizar la opinión de los grupos de interés y establecer líneas de actuación en materia de responsabilidad corporativa en todos los ámbitos del Grupo (vid. epígrafe «Sistema de Responsabilidad y Reputación Corporativas» en este mismo capítulo).

Son prioridades que se desarrollan pormenorizadamente, y a las que se añaden otras más concretas, en las líneas de trabajo específicas de las principales áreas de actividad del Grupo previstas para el ejercicio próximo, que constituyen los objetivos prioritarios en materia de responsabilidad corporativa a lo largo del 2007 y que se detallan en la ficha inicial que figura al comienzo de cada capítulo del presente informe («Principales líneas de trabajo en el 2007»). En la delimitación de estas líneas se han tenido en consideración los aspectos relevantes y los temas sensibles descritos, las prioridades principales mencionadas y la opinión de cada área de actividad.

En cuanto al progreso conseguido durante el ejercicio que analiza este informe respecto a las prioridades fijadas para el 2006, se da cuenta también en la ficha inicial de cada capítulo («Grado de avance en las principales líneas de trabajo en el 2006»).

### **Principales procesos y sistemas gestión que afectan a la política de responsabilidad corporativa**

De acuerdo con todo lo anterior, la responsabilidad corporativa es en BBVA un componente indisoluble de su estrategia y de su práctica: una forma de aspirar a la mejora continua en todas sus actividades, es decir, a la excelencia. Una aspiración para la que dispone de un avanzado modelo de gestión, al que todas las unidades del Grupo contribuyen, pero en el que tienen un papel fundamental determinados sistemas y procesos. Algunos de entre ellos desempeñan además una función particularmente esencial para la política de responsabilidad corporativa. Junto a ellos, el Grupo dispone de sistemas específicamente orientados a aspectos concretos de esta política.

Desde la perspectiva que preside este informe (que es la de la atención a los grupos de interés), es importante clasificar esos sistemas en dos categorías: los específicamente dirigidos a la relación con un grupo de interés particular y los de carácter transversal.

Los primeros son el objeto central de este informe. Consisten básicamente en las áreas de atención a accionistas e inversores, las áreas de relación comercial con clientes y con proveedores, el área de Recursos Humanos, las áreas de patrocinio y fundaciones y las más directamente comprometidas con el respeto am-

biental. De todas ellas dan detallada cuenta los capítulos de las partes II y III de este informe.

Los sistemas de carácter transversal son aquellos que afectan a todas o a varias de las áreas de actividad y que tienen una función básica de apoyo, por lo que se convierten en piezas fundamentales para el óptimo funcionamiento de los primeros y, por ello, para el mejor cumplimiento posible de los compromisos adquiridos con los grupos de interés. De los más relevantes se ofrece información en el *Informe Anual 2006* de BBVA. Por su especial trascendencia para la política de responsabilidad corporativa, se detallan a continuación los sistemas de Gobierno Corporativo, de Cumplimiento y de Responsabilidad y Reputación Corporativas.

### Sistema de Gobierno Corporativo

El Sistema de Gobierno Corporativo es para BBVA un elemento absolutamente central en su actividad. Orienta la estructura y el funcionamiento de sus órganos sociales para el interés de la entidad y de sus accionistas, y busca la complementariedad con los objetivos que frente a la organización tienen los restantes grupos de interés. Es por eso un elemento también fundamental para su responsabilidad corporativa. El sistema se explica detalladamente en el *Informe Anual 2006* de BBVA (que publica un pormenorizado capítulo dedicado a este tema) y en la página web corporativa ([www.bbva.com](http://www.bbva.com)), en la que se incluye un Informe de Gobierno Corporativo según las exigencias legales. La página cuenta con un apartado especial de acceso directo en el que figura toda la información considerada relevante al respecto.

### Sistema y función de Cumplimiento

El Sistema de Cumplimiento del Grupo constituye, junto con el Sistema de Gobierno Corporativo, la base en la que BBVA afianza el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético.

Pieza nuclear en el sistema es el Código de Conducta del Grupo BBVA ([www.bbva.com](http://www.bbva.com)), que define y desarrolla los fundamentos del comportamiento ético y las pautas de actuación necesarias para preservar una de sus principales fuentes de creación de valor: la integridad corporativa. Atribuye a la función de Cumplimiento el objetivo de promover el desarrollo y velar por la efectiva operatividad de las normas y procedimientos necesarios para asegurar:

- El cumplimiento de las disposiciones legales y los estándares de comportamiento ético relevan-

tes que afecten a cada uno de los negocios y actividades del Grupo, así como de los criterios y pautas de actuación contenidos en el Código.

- La identificación de eventuales incumplimientos y la gestión apropiada de los riesgos que de ellos pudieran derivarse.

La función de Cumplimiento, conforme a los criterios del Banco Internacional de Pagos (BIS), articula sus actividades en torno a tres ejes:

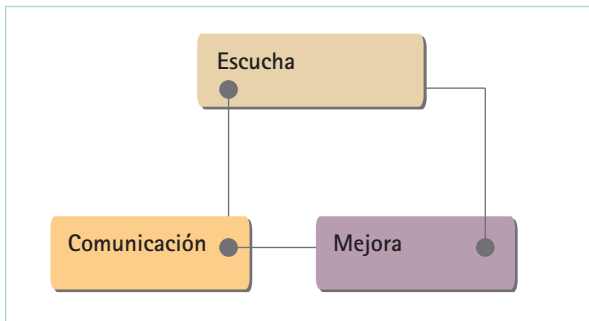
- Ante cambios en el entorno normativo, promueve la adaptación de políticas y procedimientos y supervisa su implantación.
- Asegura que los futuros desarrollos en materia de productos y negocios se adecuan a las políticas corporativas e incorporan los elementos necesarios para identificar y evaluar eventuales riesgos de cumplimiento.
- Desarrolla actividades de monitorización y examen de los procesos críticos, identifica y evalúa los riesgos, proponiendo medidas correctoras, y supervisa y participa tanto en la elaboración de contenidos formativos como en su difusión.

La función de Cumplimiento está sometida al control y supervisión de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento del Consejo de Administración y se encuentra configurada por una Dirección Corporativa, enmarcada en el área de Presidencia del Grupo, y por un conjunto de departamentos de Cumplimiento integrados en la estructura organizativa del Grupo BBVA en los ámbitos de jurisdicción, área de negocio o entidad.

### Sistema de Responsabilidad y Reputación Corporativas

Sistema gestionado por el departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC), dependiente de la Dirección de Comunicación e Imagen, miembro esta última del Comité de Dirección del Grupo. El sistema integra dos funciones diferenciadas, pero claramente vinculadas y complementarias: la gestión de la reputación y la coordinación de la política de responsabilidad corporativa.

En conjunto, materializa su actividad en torno a tres líneas de actuación que se retroalimentan: seguimiento y evaluación de la opinión de los grupos de interés («escucha»); propuesta de criterios, políticas y comportamientos responsables en todas las áreas de actividad («mejora»), en buena medida derivados de la labor de escucha; y comunicación y diálogo de las actuaciones realizadas («comunicación»).



Para la adecuada gestión de estas funciones y para su óptima integración en la estrategia corporativa y en las líneas de actuación de todas las áreas del Grupo, se cuenta desde el año 2006 con el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas. Concebido con la finalidad básica de impulsar criterios, actuaciones y políticas responsables en toda la organización, se configura como una plataforma doble:

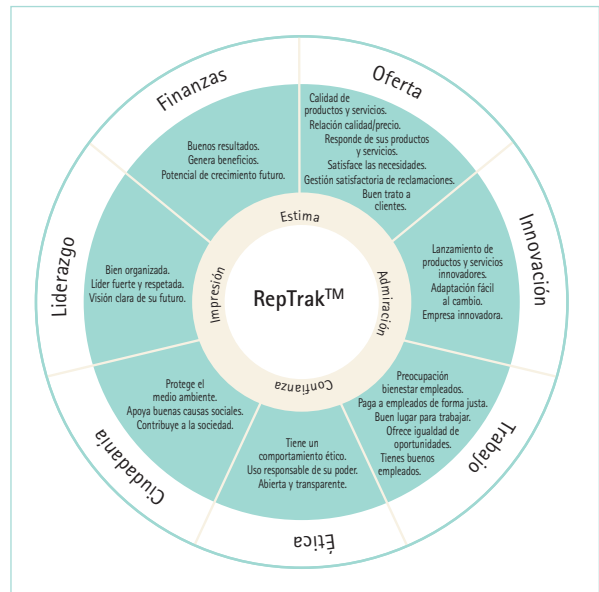
- De comunicación y valoración de las opiniones de los grupos de interés de BBVA y de detección de las debilidades, riesgos y oportunidades que esas opiniones apuntan.
- De impulso de mejoras y buenas prácticas (con una especial atención al ámbito de la responsabilidad corporativa) que afronten las debilidades, mitiguen los riesgos y permitan aprovechar adecuadamente las oportunidades.

Creado por decisión del Comité de Dirección en mayo del 2006, se reunió por vez primera el 3 de octubre del 2006. Las áreas que participan en el comité (representadas por directivos con capacidad de decisión) son: Gabinete de Presidencia, Cumplimiento, Recursos Humanos, Calidad, Innovación y Desarrollo, Riesgos, Banca Minorista, Negocios Mayoristas, América del Sur, México, Estados Unidos y Comunicación e Imagen (a cuyo director, miembro del Comité de Dirección, corresponde la presidencia del Comité). La gestión y el secretariado del comité corren a cargo del departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas.

El departamento de RRC cuenta además con el apoyo de un sistema muy capilar de captación de información y de canalización de ideas, criterios y líneas de actuación, con interlocutores en todas las áreas y con coordinadores nacionales en cada uno de los diez bancos del Grupo en América Latina.

### Función de escucha

Se centra en el seguimiento y valoración de las expectativas y percepciones de los diferentes grupos de interés para integrarlas en la gestión, de forma que se pueda



responder ante ellas de un modo anticipado, sistemático, equilibrado y adecuado, lo que posibilita controlar y fortalecer el posicionamiento corporativo ante sus grupos de interés. Para ello, BBVA emplea la información proveniente de múltiples herramientas de escucha, algunas directamente gestionadas por el departamento de RRC y otras por diferentes áreas del Grupo (vid. el capítulo «Los grupos de interés de BBVA»).

Especial mención merece el modelo de medición y gestión de la reputación desarrollado por BBVA: un modelo estrechamente vinculado a la gestión de la responsabilidad y orientado a la creación de valor para el Grupo y que gestiona directamente el departamento de RRC. Su herramienta principal es la denominada Reptrak, que nace en el 2005 como fruto del trabajo conjunto entre el Foro de Reputación Corporativa (del que BBVA es miembro fundador) y el Reputation Institute y que se ha convertido en estándar internacional de referencia. El Reptrak mide la reputación como un índice que integra la impresión, estima, admiración y confianza de los grupos de interés en las organizaciones empresariales. El modelo descompone este índice en una serie de atributos concretos, agrupados en siete dimensiones (oferta, trabajo, ciudadanía, ética, innovación, liderazgo y finanzas), cuyo análisis permite la gestión y la mejora de la reputación general ante cada grupo de interés.

Las siete dimensiones que construyen la reputación integran a los siete principios corporativos del Grupo BBVA, que implanta en todas sus actuaciones y que transmite a sus grupos de interés gracias a sus canales y soportes de comunicación y diálogo.

### Principales acciones realizadas durante el 2006 en la función de escucha

Creación del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas.

Mejora del Reprtrak, con vistas a asegurar la posibilidad de comparación directa entre países y permitir la ampliación del uso del modelo a opinión pública y clientes en Colombia y a proveedores y a accionistas en España.

Establecimiento de informes estándar para comunicar regularmente el estado de la reputación y la imagen.

Este modelo de medición posibilita a BBVA:

- Conocer la percepción que sobre la entidad tiene cada uno de los grupos de interés analizados, y en concreto, los puntos fuertes y débiles, en términos absolutos y en relación con otras empresas de dentro y fuera del sector.
- Entender el nivel de relevancia y prioridad de cada aspecto para cada grupo de interés, lo que permite una mayor eficiencia en la focalización de esfuerzos para integrar las expectativas de cada grupo en la gestión.
- Facilitar la implicación transversal de las distintas áreas del Grupo en la ejecución de planes de acción que fortalezcan la responsabilidad y la reputación corporativas.

#### Función de mejora

Tiene por objeto servir de motor de mejora continua y de guía para los cambios internos en la organización para responder a los grupos de interés, fomentando la introducción de mejores prácticas en el ámbito de criterios, políticas y actuaciones responsables.

Las funciones principales del departamento de RRC en esta vertiente son:

- Coordinación de la política y de las actuaciones de responsabilidad corporativa del Grupo, promoviendo su integración a nivel corporativo en línea con la estrategia general. Es una función en la que, desde el 2006, desempeña un papel central el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas.
- Sensibilización, formación y asesoramiento internos. Entre las actividades de este género realizadas en el 2006, destacan:
  - Concesión de becas para 55 empleados del Grupo para el curso «RSC y sociedad civil: voluntariado en la empresa» (Madrid, 12-14 de septiembre, en colaboración con la Universidad Nacional a Distancia y Economistas sin Fronteras).

- Curso avanzado sobre aplicación y seguimiento de los Principios de Ecuador para analistas y directivos de las áreas de Riesgos, Negocios Mayoristas, Desarrollo de Negocio, Asesoría Jurídica y departamento de RRC (Madrid, 16 de noviembre).

- Curso en formato electrónico (en la plataforma interna *Conoce*) sobre «Responsabilidad Corporativa: nociones básicas», abierto para todos los empleados del Grupo en España. A 31 de diciembre se habían matriculado en el curso 2.067 empleados y lo habían finalizado 1.399.

- Curso avanzado sobre procedimientos de información, certificación y verificación en materia de responsabilidad corporativa para el departamento de RRC (noviembre y diciembre, 2006).

- Gestión ambiental: orientada a coordinar la información, el diálogo con agentes sociales y las actuaciones del Grupo en este ámbito (vid. el capítulo «BBVA y el medio ambiente»). Se enmarca dentro de la Política Medioambiental del Grupo. En esta función desempeña un papel fundamental el Comité de Política Medioambiental, creado en el 2004.

- Apoyo a la comunidad: orientada a coordinar la información, el diálogo con agentes sociales y las actuaciones del Grupo en este ámbito, desarrollando el departamento de RRC también actuaciones directas (vid. el capítulo «BBVA y el apoyo a la comunidad»).

#### Función de comunicación

Atiende a la gestión de la información del Grupo en materia de responsabilidad corporativa, así como a la comunicación y el diálogo directo con determinados grupos de interés. Son sus contenidos más destacados:

- Diseño, planificación, solicitud, captación, procesamiento, evaluación y comprobación (que incluye

### Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las agencias especializadas

(Escala: 0 a 100)		2006		2005		2004	
Entidad	Dimensión	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector
SAM	Información social	98	59	98	56	86	50
	Información ambiental	100	48	75	45	59	34

Alcance: Grupo BBVA.

la verificación externa) de la información sobre responsabilidad corporativa. A lo largo del 2006 se han desarrollado avances sustanciales en el sistema informatizado configurado vía Internet, del que BBVA dispone desde el 2005.

- Elaboración de la comunicación interna (en la que destaca un portal específico en la intranet de BBVA) y externa (entre la que cabe mencionar la dirigida a medios de comunicación, consultas directas, cuestionarios, página web corporativa, Informe Anual e Informe Anual de Responsabilidad Corporativa). A lo largo del 2006 se ha mejorado significativamente la información de responsabilidad corporativa incluida en la web.

- Presencia activa en foros públicos o restringidos sobre responsabilidad corporativa.

- Diálogo directo con determinados agentes sociales: básicamente, agencias evaluadoras, ONG's, instituciones académicas centros de investigación, expertos y medios de comunicación.

### Compromisos básicos

#### Principios y políticas fundamentales

BBVA ha materializado el compromiso con todos sus grupos de interés en las bases de su cultura corporativa (vid. el epígrafe «Visión, identidad y principios corporativos»), extendiéndolo a toda la organización y a todas las actividades. Todo, en el marco de una forma de entender la actividad financiera que conceptúa como pilar nuclear de su estrategia la confianza generada en los grupos de interés y que, en esa medida, considera valores esenciales la integridad, la profesionalidad, la credibilidad y la responsabilidad corporativa.

Además de los ya reseñados principios corporativos, los elementos esenciales en que se formaliza esta filosofía son:

- Código de Conducta.
- Códigos específicos de áreas funcionales.
- Políticas complementarias.
- Acuerdos internacionales suscritos.

#### Código de Conducta

El Código de Conducta del Grupo BBVA, aprobado por el Consejo de Administración en diciembre del 2003, concreta el quinto de los principios de la cultura corporativa de BBVA: «el comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad». Constituye el documento en que se refleja públicamente el conjunto de los compromisos del Grupo con la sociedad. Disponible en la página web de BBVA ([www.bbva.com](http://www.bbva.com)), es de aplicación a todas las entidades del Grupo y vincula a todos sus profesionales, pudiendo extenderse a cualquier otra persona o entidad que se relacione con el Grupo cuando, por la naturaleza de la relación, su forma de actuar pueda afectar a la reputación de BBVA. En este sentido, constituye una guía segura de comportamiento para mantener estándares rigurosos de integridad, ética y honestidad, y es una pieza clave en la preservación de la integridad corporativa del Grupo. Mediante su cumplimiento se da seguridad y confianza a los accionistas, clientes, empleados, proveedores y a la sociedad en general sobre la voluntad y las capacidades del Grupo para cumplir los compromisos que se derivan de sus actividades. El código recoge explícitamente el compromiso del Grupo BBVA con la aplicación del contenido de la Declaración Universal de Derechos Humanos, del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con el de otros convenios y tratados de organismos internacionales, como la OCDE y la Organización Internacional del Trabajo, y dedica una atención especial a los valores éticos esenciales en la cultura del Grupo, entre los que cabe destacar:

## La integridad corporativa en el Código de Conducta del Grupo BBVA

- **Integridad relacional:** referida a las relaciones que BBVA establece con sus grupos de interés. Aspectos relevantes son:
  - Confidencialidad y transparencia en la relación con los clientes.
  - Criterios relativos a la selección, gestión, desarrollo y seguridad y salud del personal.
  - Criterios relativos a la selección y gestión de proveedores.
  - Criterios relativos a la prevención del lavado de dinero y de la financiación de actividades delictivas y terroristas, así como en lo referente a la neutralidad política y al compromiso social y ambiental, como principales aspectos en sus relaciones con la sociedad.
- **Integridad en los mercados:** por la que BBVA asume el compromiso de promover la integridad y la transparencia en los mercados en los que interviene, desarrollando procedimientos adecuados para evitar su manipulación y el uso inapropiado de la información privilegiada, así como su compromiso por la transparencia en la información al mercado y por la libre competencia.
- **Integridad personal:** relativa a las pautas de actuación individual que han de respetar todos los empleados del Grupo, incluyendo, entre otros aspectos, criterios para la prevención de conflictos personales de interés y para la gestión del patrimonio personal, así como normas referentes a la aceptación de regalos y compensaciones. Se recogen también los procedimientos para que cualquier empleado pueda comunicar incumplimientos del código, con absoluta garantía de confidencialidad y de ausencia de cualquier represalia para el mismo.
- **Integridad organizativa:** concreta los órganos y funciones específicas para velar por el correcto cumplimiento de su contenido y para preservar eficazmente la integridad corporativa: los Comités de Gestión de la Integridad Corporativa y la función de Cumplimiento.

## Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las agencias especializadas

(Escala: 0 a 100)		2006		2005		2004	
Entidad	Dimensión	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector
		SAM	Códigos de conducta / Cumplimiento / Soborno y Corrupción	76	58	76	59

Alcance: Grupo BBVA.

- Respeto a la dignidad de la persona y a sus derechos inherentes.
- Respeto a la igualdad de las personas y a su diversidad.
- Estricto cumplimiento de la legalidad.
- Objetividad profesional.

Para facilitar el conocimiento de su contenido, todos los empleados de BBVA han recibido un ejemplar y han asistido a sesiones de trabajo presenciales en las que se han clarificado sus elementos clave. Además, como elementos de apoyo permanentes para su difusión y para la aclaración de dudas al respecto, se ha elaborado un portal específico y un curso de formación en la intranet, que están a disposición de todos los empleados. Durante el 2006 se ha seguido avanzando en estos mecanismos de comunicación y difusión del código y en sus desarrollos, reforzando y homogeneizando los contenidos y su accesibilidad en el Grupo, con el objetivo de asegurar que, desde el mismo momento de la incorporación a BBVA de nuevos colaboradores, y con independencia de la jurisdicción en que se integren, dispongan de un fácil acceso a estos recursos.

BBVA viene elaborando normas específicas que desarrollan algunos de los principios y criterios recogidos en el Código de Conducta. Entre las implantadas

en el 2005, merecen mencionarse las dedicadas a «Aceptación de regalos y compensaciones» y a «Entrega de regalos y organización de eventos». Por lo que respecta al 2006, cabe destacar la aprobación de un marco general de actuación actualizado de la función de aprovisionamiento de BBVA, que sustituye el antiguo Código Ético del área de Compras por un nuevo documento cuyo objetivo es desarrollar los principios específicamente aplicables a la función de Compras que contiene el Código de Conducta del Grupo y, a la vez, establecer los principios generales del modelo de aprovisionamiento del Grupo. Considerando la naturaleza y la localización geográfica de las inversiones realizadas por el Grupo BBVA en el ejercicio, no se han apreciado riesgos significativos relativos a los derechos humanos por lo que no se ha realizado un análisis específico del cumplimiento de derechos humanos.

### Códigos específicos de áreas funcionales

- Estatuto del Consejero: regula los posibles conflictos de intereses entre el Grupo BBVA y cada consejero, sus familiares y las entidades con que esté relacionado, estableciendo los procedimientos a seguir en estos supuestos para evitar que se pu-

diera producir una conducta contraria a los intereses de la entidad. Son reglas orientadas a que la actuación de los consejeros se ajuste a un estricto comportamiento ético, de acuerdo con la normativa aplicable y conforme a los principios que constituyen los valores esenciales del Grupo BBVA.

▪ **Código de Conducta en los Mercados de Valores:** contiene normas, pautas de actuación y procedimientos encaminados a garantizar el cumplimiento de la normativa de conducta en los mercados de valores, concretamente, en materia de prevención del abuso de información privilegiada y de conductas de manipulación de cotizaciones, así como en materia de prevención y tratamiento de los conflictos de intereses que pueden suscitarse en este ámbito. Es de aplicación a los consejeros de las sociedades afectadas del Grupo, así como a los directivos y empleados que, bien por su cargo, bien por desempeñar una labor directamente relacionada con los mercados de valores, deban someterse al mismo. Fue actualizado a principios del 2006 para incorporar los criterios y pautas aplicables del Real Decreto 1333/2005, de 11 de noviembre, sobre abuso de mercado, y a lo largo del primer semestre del 2006 se ha ido implantando en cada una de las entidades del Grupo BBVA que operan en los mercados de valores. Entre las labores de difusión de esta nueva normativa, destaca el desarrollo durante el ejercicio 2006 de un curso en línea, de formato interactivo y que está a disposición de todos los empleados del Grupo.

En lo relativo al análisis de compañías, BBVA ha adoptado, a medida que se han ido aprobando en las esferas nacional e internacional, exigentes estándares de conducta, basados en normas emitidas en EE.UU. (Rule 2711 sobre conflictos de intereses de los analistas; Regulation AC) y, más recientemente, en el real decreto sobre abuso de mercado antes citado. En este sentido, los analistas de BBVA tienen prohibido invertir en aquellas compañías sobre las que emiten recomendaciones y se comprometen explícitamente en cada uno de sus informes a que las opiniones expresadas en ellos reflejen fielmente su opinión personal, al tiempo que declaran que no han recibido, reciben o recibirán compensación alguna por dar una recomendación en concreto. Asimismo, los informes de análisis revelan aquellos conflictos de intereses que la normativa ha definido como pertinentes para su conocimiento por los inversores destinatarios de los informes. El departamento de Cumplimiento revisa los infor-

mes de análisis, antes de su publicación, y verifica la aplicación de las normas y los procedimientos establecidos internamente.

▪ **Código Ético para la Selección de Personal:** conjunto de criterios orientados a garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la independencia, la objetividad, la profesionalidad y la confidencialidad en los procesos de selección de personal, así como el derecho de todos los participantes a disponer de información adecuada sobre la evolución de su candidatura.

▪ **Principios Aplicables a los Intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento de BBVA:** conjunto de principios y pautas generales de actuación que rigen la toma de decisiones de aprovisionamiento por el Grupo y la relación del mismo con sus proveedores, tanto externos como internos, entre los que se incluyen el respeto a la legalidad y el compromiso de BBVA con la integridad, la objetividad, la transparencia, la confidencialidad y la responsabilidad corporativa.

▪ **Código Ético del área Inmobiliaria:** conjunto de principios que garantizan que las actuaciones del área respetan el cumplimiento de la legalidad, la integridad, la transparencia, el trabajo con colaboradores irreprochables y el rechazo de cláusulas comprometedoras para BBVA.

▪ **Principios Básicos de Gestión del Riesgo:** conjunto de criterios de independencia, globalidad, objetividad, descentralización, diferenciación y carácter integral y activo en la gestión del riesgo, así como de criterios procedimentales e instrumentales, dirigidos todos a preservar la solvencia de la entidad, a desarrollar una política de riesgos alineada con los objetivos estratégicos del Grupo y a contribuir a que las decisiones del área se orienten a la creación de valor para el accionista, en un marco de rentabilidad ajustada al riesgo. Se recogen detalladamente en el *Manual de Políticas de Gestión del Riesgo*.

▪ **Estatuto de Auditoría:** conjunto de criterios de objetividad, imparcialidad, independencia, diferenciación de la función, confidencialidad y suficiencia de la información que guían la actuación de los auditores internos de BBVA.

▪ **Norma de relación con personas o entidades de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías:** conjunto de reglas de especial rigor en la aplicación de los principios de legalidad, transparencia y neutralidad en la relación del Grupo con estas personas y entidades, particularmente las de ámbito político, sindical o de comunicación.



### Políticas complementarias

- **Política Medioambiental:** aprobada en junio del 2003, formaliza el compromiso del Grupo BBVA con el respeto al medio ambiente y la eficiencia en el uso de recursos naturales en todos los ámbitos de su actividad.
- **Políticas de apoyo a la comunidad:** el Grupo BBVA dispone de numerosos canales de actuación en este ámbito. Destacan entre ellos los desarrollados por las cinco fundaciones del Grupo BBVA (en España, Argentina, México, Perú y Venezuela), cuyos estatutos públicos constituyen políticas que formalizan el compromiso que por esta vía asume el Grupo con la sociedad.
- **Principios de la política de inversión del Fondo de Pensiones de Empleo BBVA:** conjunto de principios elaborado por la Comisión de Control del Fondo de Pensiones de Empleo BBVA en España –en colaboración con la entidad gestora del fondo–. Aprobados en el 2005, en ellos se fijan las líneas directrices de la política de inversión del mencionado fondo. Incluyen una mención explícita a la utilización de criterios de responsabilidad corporativa compatibles con los criterios generales de seguridad, rentabilidad, diversificación y plazos adecuados que presiden dicha política de inversión.

### Acuerdos internacionales suscritos

- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas:** firmado por BBVA a nivel de Grupo en el 2002, exige el compromiso de respetar sus principios, relativos a derechos humanos, a normas laborales, a la protección del medio ambiente y a la lucha contra la corrupción. A lo largo del 2004, cuatro bancos del Grupo en América Latina lo consignaron específicamente (BBVA Banco Francés, BBVA Banco Continental, BBVA Bancomer y BBVA Colombia). Además, en ese mismo año BBVA entró a formar parte del Comité Ejecutivo de la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM) ([www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org)), en el que se ha mantenido desde entonces. En el 2006, BBVA ha elaborado un Informe de Progreso sobre el cumplimiento por la entidad del Pacto de acuerdo con los criterios de ASEPAM (recogido en [www.bbva.com](http://www.bbva.com) y cuya síntesis se incluye en el apartado de «Información adicional» de este informe).
- **Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI):** suscrita por el Grupo BBVA en el

1998. Es su objetivo movilizar los esfuerzos de las entidades financieras para fomentar la protección del medio ambiente y su colaboración con el desarrollo sostenible, con el establecimiento de los principios básicos para una gestión ambientalmente responsable ([www.unepfi.org](http://www.unepfi.org)). En el 2006, el Grupo ha participado en la versión piloto de un curso de análisis de riesgos ambientales y sociales bajo la dirección académica del INCAE en Costa Rica. Igualmente, participó en los talleres presenciales y en la reunión anual del grupo de trabajo de Latinoamérica, celebrada en la ciudad de Bogotá.

- **Principios de Ecuador:** impulsados por la Corporación Financiera Internacional (agencia perteneciente al Banco Mundial). Tienen por finalidad el establecimiento de criterios ambientales y sociales exigentes en la financiación de grandes proyectos de inversión (en la modalidad de *project finance*). Se han revisado en junio del 2006, y desde entonces afecta a los proyectos superiores a 10 millones de dólares en todo tipo de países. BBVA ha sido (en el 2004) el primer banco español en adherirse, y en el 2006 ratificó su adhesión a los Principios revisados ([www.equator-principles.com](http://www.equator-principles.com)).

Además de estos acuerdos, BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas y a la normativa laboral básica de la Organización Internacional del Trabajo, reconocimientos ambos que se recogen explícitamente en el Código de Conducta del Grupo BBVA.

### Principales asociaciones

Además de los acuerdos internacionales suscritos en materia de responsabilidad corporativa, el Grupo BBVA forma parte de muchas de las principales organizaciones o asociaciones internacionales del sector financiero, entre las que cabe destacar:

- The Conference Board.
- European Financial Services Roundtable.
- Institut Européen d'Etudes Bancaires.
- International Monetary Conference.
- World Economic Forum.
- Center for European Policy Studies.

Por otra parte, las diferentes entidades del Grupo pertenecen y participan activamente también en las organizaciones empresariales y sectoriales más representativas de los países en que el Grupo tiene presencia institucional significativa.



## CREACIÓN DE VALOR

# 4

### El compromiso de BBVA con la creación de valor

"La creación de valor para los accionistas y el resto de los grupos de interés como resultado de la actividad".

### Introducción

Las entidades financieras desempeñan un papel crucial en la actividad económica de las sociedades avanzadas. Entre otras muchas funciones, canalizan recursos desde los agentes con excedentes de financiación hacia los agentes que la necesitan para la inversión o el consumo (desarrollando además una labor de multiplicación de los recursos financieros básica para el funcionamiento de la economía), intermedian y facilitan los intercambios y los pagos y ejercen una función decisiva en el análisis de las oportunidades y las decisiones de inversión. Ocupan así una posición nuclear en el sistema económico, como facilitadoras esenciales de la actividad de todos los agentes (administraciones públicas, empresas, instituciones sin ánimo de lucro y familias). Se han convertido, por eso, en elementos nucleares en la potenciación de la capacidad de actuación de todo

tipo de unidades y de la capacidad de desarrollo macroeconómico general, así como en agentes fundamentales en la creación de valor. Un valor que las entidades financieras aportan ante todo a los grupos de interés directos con los que se relacionan (accionistas, empleados, clientes y proveedores), pero también al conjunto de las sociedades en las que ejercen su actividad.

En este capítulo se apuntan las formas más destacadas de creación de valor del Grupo BBVA. Para ello, se examinan los tres tipos de valor que una entidad como BBVA genera:

- Valor directo tangible: es el valor económico que aporta a cada uno de sus grupos de interés.
- Valor directo intangible: es el valor no inmediatamente económico que aporta a cada uno de sus grupos de interés directos, materializado en la calidad de los servicios y de la atención que les presta.

▪ **Valor indirecto e inducido:** es el valor que la actividad del Grupo impulsa en las sociedades en las que opera a través de su efecto en las restantes unidades económicas. A este respecto, se presenta un análisis cuantitativo del valor económico indirecto e inducido generado por el Grupo BBVA en la economía española.

### Valor directo tangible

Se sintetizan y cuantifican en este epígrafe las principales vías de generación de valor económico di-

recto de BBVA para cada uno de sus grupos de interés. Se procede también a cuantificar el valor económico directo generado y distribuido, según la metodología desarrollada por GRI.

El importe total del valor económico generado ha ascendido en el 2006 a 16.821 millones de euros (un 27 % superior al del año anterior). A efectos sólo de referencia de su importancia (y al margen de la incorrección de la comparación en términos macroeconómicos), cabe apuntar que esta cifra representa un 1,72 % del PIB total español en el 2006.

#### Creación de valor directo tangible: detalle por grupos de interés<sup>(1)</sup>

(Millones de euros)	Indicador del valor	2006	2005	2004
Accionistas	Dividendos	2.220	1.801	1.499
Empleados	Gastos de personal	3.989	3.602	3.247
Clientes	Intereses y cargas asimiladas	11.216	8.932	6.448
Proveedores	Otros gastos generales de administración <sup>(2)</sup>	2.342	2.160	1.851
Sociedad	Impuesto sobre beneficios	2.059	1.521	1.029
	Recursos destinados por el Grupo y sus fundaciones a apoyo a la comunidad	56	46	38

<sup>(1)</sup> Datos obtenidos de las cuentas anuales consolidadas del Grupo.

<sup>(2)</sup> Se ha seleccionado este concepto como aproximación adecuada a los pagos realizados a terceros en concepto de compras y servicios prestados.

#### Valor económico generado y distribuido

(Millones de euros)	2006	2005	2004
<b>Valor económico generado (VEG)</b>	<b>16.821</b>	<b>13.227</b>	<b>11.602</b>
Margen de intermediación	8.374	7.208	6.160
Comisiones netas	4.335	3.940	3.413
Actividad de seguros	650	487	391
Otros ingresos ordinarios <sup>(1)</sup>	2.473	1.514	1.283
Otras ganancias y pérdidas netas	989	77	355
<b>Valor económico distribuido (VED)</b>	<b>10.991</b>	<b>9.463</b>	<b>7.921</b>
Dividendos	2.220	1.801	1.499
Resultado atribuido a la minoría	235	264	186
Proveedores y otros gastos de administración (excluidos sueldos y salarios)	2.488	2.275	1.961
Impuestos	2.059	1.521	1.029
Gastos de personal	3.989	3.602	3.247
<b>Valor económico retenido (VER=VEG-VED)</b>	<b>5.830</b>	<b>3.763</b>	<b>3.681</b>
Reservas	2.516	2.006	1.424
Provisiones y amortizaciones <sup>(2)</sup>	3.314	1.757	2.257

<sup>(1)</sup> Incluye resultados netos por puesta en equivalencia + resultados de operaciones financieras + ventas netas de servicios no financieros.

<sup>(2)</sup> Incluye amortizaciones + saneamiento crediticio y otros saneamientos netos y dotación a provisiones netas.

### Valor directo intangible

El Grupo BBVA no sólo aporta valor económico inmediato a sus grupos de interés a través de los servicios que les presta, sino que les aporta también un muy importante valor intangible, que se expresa en oportunidades y capacidades de actuación que acaban materializándose en beneficios económicos para los grupos receptores. Es, en esa medida, un valor que se canaliza a través de la calidad del servicio prestado y de la atención concedida a cada uno de esos grupos de interés. Un valor, de esta forma, que se sustancia en la calidad diferencial del servicio y que es de muy compleja cuantificación. A su análisis se dedica en buena parte cada uno de los capítulos de este informe dedicados a la relación del Grupo BBVA con sus grupos de interés.

### Valor indirecto e inducido

El valor indirecto es el conjunto de efectos positivos que la actividad del Grupo BBVA desencadena en las sociedades en que está presente. Se denomina valor inducido al valor indirecto específicamente generado a través de las rentas que derivan del empleo indirecto impulsado por la actividad (en este caso, del Grupo BBVA). Son, en conjunto, efectos que operan especialmente a través de la actividad que estimula en los clientes que trabajan con el Grupo en virtud de los servicios y productos que les presta y en los proveedores con los que opera a causa de las operaciones que les contrata. Pero son efectos que se extienden también hasta los impulsos aún más indirectos en los entornos generales en los que la entidad actúa, derivados de sus contribuciones más generales a la solidez y dinamismo de la actividad económica.

Algunos de los efectos indirectos de este último género de mayor relevancia (extensibles a cualquier banco de tamaño, grado de internacionalización, eficiencia y calidad de gestión similares) son los siguientes:

- Contribución a la configuración de sistemas financieros sólidos, estables y seguros.
- Impulso de la innovación y del desarrollo tecnológico.
- Impulso de la estabilidad macroeconómica y del crecimiento.

Son efectos que tienen particular incidencia en áreas emergentes con sistemas financieros insuficientemente maduros y que, en el caso del Grupo BBVA –por su cuota de mercado y por la intensidad de su actividad en la zona– adquieren especial relevancia en América Latina.

### Análisis del valor indirecto e inducido del Grupo BBVA en la economía española

La dificultad de cuantificar todos estos efectos es considerable, pero sí es posible hacerlo con los más tangibles de entre ellos: los generados a través de la actividad que estimula entre sus clientes y proveedores. A continuación se presenta una aproximación para la economía española de una de esas formas relevantes de crear valor del Grupo BBVA: el impacto de las actividades del Grupo (incluyendo únicamente las realizadas en España) a través de su interrelación con el resto de sectores económicos.

El Grupo BBVA proporciona una serie de servicios financieros indispensables para la realización de la actividad económica en otros sectores y, por otro lado, requiere de bienes y servicios procedentes de numerosos sectores productivos para su funcionamiento. Siguiendo esta estela, es posible cuantificar los efectos indirectos positivos generados tanto para sus clientes como para sus proveedores.

Para la cuantificación de estos efectos positivos se ha utilizado la información procedente de la última tabla input-output<sup>1</sup> de la economía española elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, actualizando sus cifras al año 2005 e insertando al Grupo BBVA como un sector más de la economía. Para ello, se han adaptado los datos de las cuentas del Grupo a la estructura de la contabilidad nacional, basada en compras y ventas de unos sectores a otros. La aplicación de la metodología input-output ha dado como resultado las cifras que se exponen a continuación<sup>2</sup>.

Para la realización de sus actividades, el Grupo BBVA ha utilizado una serie de bienes y servicios provistos por numerosos sectores productivos y ha contribuido, mediante el uso de su producción, a que el resto de sectores pueda completar la suya. Para satisfacer la demanda del Grupo se ha generado producción y empleo en otros sectores de la economía española. Estos sectores, a su vez, requirieron de más bienes y servicios de sus proveedores para poder incrementar su producción, con lo que el efecto positivo se expandió a la oferta y la demanda de otros sectores.

<sup>1</sup> Una tabla input-output es la radiografía más completa de una economía. Expone las compras necesarias entre todos los sectores para la producción, incluyendo las importaciones. Asimismo, presenta el destino de las ventas de todos los sectores (otros sectores económicos, los consumidores, el gobierno, la inversión y la exportación). Y finalmente cuantifica los salarios, beneficios e impuestos de todos los sectores para generar un producto final. Las ventas del sector financiero se contabilizan como la suma de los intereses percibidos por encima del tipo de interés de referencia y las comisiones cobradas.

<sup>2</sup> Puede verse un documento con la metodología detallada de este análisis en [www.bbva.com](http://www.bbva.com).

Por otra parte, BBVA vende sus productos y servicios al resto de sectores para que completen sus producciones.

Es decir, la realización de actividades del Grupo repercute en el resto de sectores de la economía mediante un impacto múltiple, que, en un primer momento, se traduce en el aumento de la oferta productiva de sus proveedores y las ventas de sus servicios al resto de sectores económicos para poder producir. Posteriormente, se amplía el impacto a través de las interrelaciones entre compras y ventas existentes entre todos los sectores económicos.

Como consecuencia, el efecto indirecto del Grupo BBVA en la economía consiste en la suma de todos estos impactos generados en los sectores productivos. Su cuantía estimada en la economía española ascendió en el año 2005 a 1.878 millones de euros. No se han podido ofrecer las estimaciones de los datos para el 2006, ya que el Instituto Nacional de Estadística no había publicado las cifras oficiales de la Contabilidad Nacional al cierre de este informe.

Además, para lograr este incremento en la producción se necesitaron alrededor de 16.500 empleos en los sectores implicados. Concretamente, los sectores sobre los que este efecto indirecto ha sido más pronunciado fueron los de actividades empresariales (que incluye principalmente servicios jurídicos y de contabilidad, publicidad, consultoría técnica en arquitectura e ingeniería, investigación y seguridad y limpieza), intermediación financiera (excluyendo a BBVA), actividades informáticas, actividades inmobiliarias y servicios de correos y telecomunicaciones, que, conjuntamente, recibieron el 65 % del total de estos efectos positivos.

Por otro lado, todos los puestos de trabajo generados, tanto directa como indirectamente, por la actividad de BBVA-España han supuesto un incremento de renta para los hogares españoles, que se ha transformado en un aumento del consumo, lo que ha potenciado la producción de numerosos sectores. Con ello, las actividades del Grupo BBVA vuelven a influir positivamente en la economía a través del aumento de las rentas derivadas del incremento del empleo, en lo que se conoce como efecto inducido. Durante el año 2005 la cuantía de este efecto superó los 5.700 millones de euros en producción efectiva de otros sectores, que emplearon a más de 45.300 personas para afrontar el aumento en la demanda.

En conjunto, en el ejercicio 2005 el impacto económico total de BBVA-España en la economía española superó los 13.600 millones de euros en producción efectiva, lo que significó un 0,8 % del total de producción en España. Además, casi 93.000 puestos de traba-

jo fueron creados directa o indirectamente por las actividades de BBVA-España, lo que supuso casi un 0,5 % de los empleos totales de la economía española en ese año. El efecto total se repartió entre todos los sectores que componen la estructura económica del país, aunque alcanza especial relevancia en los sectores de actividades empresariales, actividades inmobiliarias, intermediación financiera (excluyendo a BBVA) y restauración.

Finalmente, se puede valorar la importancia del Grupo BBVA dentro de la economía española en la generación de efectos de arrastre (el impulso entre entidades o sectores por la utilización de los productos y servicios generados por las otras entidades o sectores). Los efectos de arrastre del Grupo en la economía son más importantes en los sectores que compran sus productos y servicios que en los sectores que le venden bienes o servicios. En concreto, y considerando solo la importancia de sus actividades frente a otros sectores económicos para los clientes productivos (es decir, excluyendo a los hogares), BBVA-España se sitúa entre los 50 sectores (de 74 en total) con mayor empuje en el resto de sectores de la economía española, por delante de actividades tan significativas como la construcción, la pesca, la hostelería o la industria del cuero y del calzado. Es decir, los servicios que presta por sí solo el Grupo BBVA son más relevantes para muchos sectores económicos que muchos otros sectores (compuestos por numerosas empresas).

Son datos que (aunque de forma parcial y estimada) permiten apreciar de forma objetiva la relevancia que tiene el Grupo BBVA en el conjunto de la economía española. Como muestra, la suma de los valores indirecto, inducido y directo generados por el Grupo BBVA en la economía española supuso en el 2005 un 0,8 % de la producción efectiva nacional.

#### Valor económico y empleo indirectos e inducidos generados por el Grupo BBVA en la economía española

(Millones de euros)	2005
1. Valor indirecto	1.878
2. Empleo indirecto impulsado (núm. de personas)	16.500
3. Valor inducido	5.730
4. Empleo inducido impulsado (núm. de personas)	45.300
5. Suma de valor indirecto e inducido (1+3)	7.608
6. Suma de empleo indirecto e inducido (núm. de personas) (2+4)	61.800
7. Producción efectiva estimada	6.071
8. Empleo directo	31.154
9. Valor total generado (5+7)	13.679
10. Empleo total generado (6+8)	92.954

Alcance: BBVA España.

# II

## LOS GRUPOS DE INTERÉS DIRECTOS

Informe Anual  
de Responsabilidad  
Corporativa 2006

150  
años

adelante.



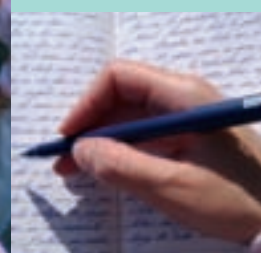
5  
BBVA y sus  
accionistas



6  
BBVA y sus  
empleados



7  
BBVA y sus  
clientes



8  
BBVA y sus  
proveedores



## BBVA Y SUS ACCIONISTAS

5

### El compromiso de BBVA con sus accionistas

"Proporcionar una rentabilidad sostenida en el tiempo superior a la de la competencia y facilitar una atención excelente y una información oportuna, completa y exacta a los accionistas, inversores institucionales y analistas, en el marco de las prácticas de gobierno corporativo adecuadas a los criterios más exigentes".

### Rasgos básicos

	2006	2005
Accionistas	864.226	984.891
Acciones (millones)	3.552	3.391
Propiedad acciones % s/Capital:		
Particulares	33,22	12,78
< 4.500 acciones	10,41	37,28
> 4.500 acciones	22,81	24,50
Consejo de Administración	1,08	1,12
Inversores Institucionales	63,56	9,87
Nacionales	10,49	59,10
Extranjeros	53,07	49,23
Empleados	2,14	2,50
TOTAL	100	100

### Fortalezas

- Calidad de la gestión del negocio, que redundará en una mayor y más consolidada rentabilidad.
- Fidelidad y amplia base de accionistas particulares.
- Plataformas de información que van más allá de la comunicación financiera.
- Solvencia y reputación en los mercados y valoración muy positiva de los analistas.
- Fuerte compromiso entre el equipo directivo y el grupo accionarial.

### Grado de avance en las principales líneas de trabajo en el 2006

Avances en la coordinación de las distintas áreas del grupo en beneficio de sus accionistas. ③

Captación de accionistas no depositantes. ②

Avances en los canales de información. ②

Incremento del colectivo atendido por la unidad de Gestión de Accionistas. ②

Avances en el proceso de globalización de la base accionarial del Grupo. ②

Visibilidad externa de la acción (Portal de Inversiones). ③

Avances en el conocimiento de la base inversora. ②

① Poco significativo, ② Significativo, ③ Muy significativo.

### Campos de mejora

- Mejora continua en la atención a los accionistas particulares e institucionales y a los inversores y analistas.
- Profundización en el conocimiento del colectivo de accionistas y de sus intereses.
- Desarrollo de nuevos canales de diálogo.
- Programas de fidelización y ofertas de productos específicos a accionistas.



### Aspectos considerados más relevantes por los accionistas

- La transparencia informativa y el comportamiento ético.
- El liderazgo y la calidad de la gestión.
- La orientación al cliente.
- La creación de valor para el accionista.

### Aspectos de la información de RC sobre accionistas considerados más relevantes por los grupos de interés

- Transparencia en la información económica.
- Descripción del Sistema de Gobierno Corporativo.
- Ampliación de la información internacional del Grupo.
- Detalle del organigrama del Grupo.

### Principales canales de diálogo con accionistas

- Departamento de Gestión de Accionistas.
- Departamento de Relación con Inversores, Analistas y Agencias de *Rating*.
- Junta de Accionistas.
- Revista *Ábaco*.
- Investigaciones sobre expectativas y percepciones.

Nota: Existen otros canales de diálogo detallados en el capítulo «Los grupos de interés de BBVA».

### Principales líneas de trabajo en el 2007

- Avance en la calidad de atención al accionista.
- Progreso en la coordinación con las distintas áreas de negocio del Grupo.
- Mejora al acceso a la información pertinente a la acción. Transparencia y consistencia.
- Mantenimiento de los estándares óptimos de comunicación con inversores y analistas: calidad de diálogo, alcanzando el mayor nivel posible.
- Facilitación de la colaboración de los accionistas en las líneas de compromiso social del Grupo.
- Aumento de la captación de accionistas no depositantes.
- Consolidación del departamento de Gestión de Accionistas, innovando las plataformas de comunicación para posibilitar un diálogo más fluido y eficaz con los accionistas.
- Mejora en el conocimiento de la base inversora según su distribución geográfica.
- Aumento de la efectividad en la transmisión de la realidad y potencial del Grupo a analistas e inversores institucionales.
- Avance en el proceso de globalización de la base accionarial del Grupo.

### Crecimiento sostenido del valor

BBVA aspira a optimizar la creación de valor para sus accionistas de forma sostenida en el tiempo: un valor que se define como la retribución total para el accionista (dividendos más variación de la cotización bursátil). La generación de valor sostenible es una prioridad central, enmarcada en una política presidida por los exigentes criterios de ética, transparencia y equidad que conforman el Sistema de Gobierno Corporativo de la entidad. El sistema orienta la estructura y el funcionamiento de sus órganos sociales en interés de la entidad y de sus accionistas, de acuerdo con las expectativas de los restantes grupos de interés, con la señalada finalidad de asegurar el óptimo crecimiento sostenido del beneficio. Se concibe como un proceso dinámico, en función de la evolución de la entidad, de los resultados que se hayan producido en su desarrollo, de la normativa que pueda establecerse y de las recomendaciones que se hagan sobre las mejores prácticas del mercado adaptadas a su realidad social.

Para facilitar el conocimiento de dicho sistema, BBVA incluye un detallado capítulo al respecto en su Informe Anual y desarrolla un Informe de Gobierno Corporativo de acuerdo con las exigencias legales en su página web ([www.bbva.com](http://www.bbva.com)), complementado con toda la información relevante relacionada con esta materia.

### Principales datos de la acción BBVA

	2006	2005
Beneficio por acción (euros)	1,39	1,12
Precio/valor contable (veces)	3,6	3,9
PER (precio/beneficio; veces)	13,7	13,4
Capitalización bursátil (millones de euros)	64.788	51.134

Alcance: Grupo BBVA

## Líneas de avance en el 2006

Entre las iniciativas relacionadas con los accionistas emprendidas en el 2006 destacan:

- Creación del departamento de Gestión de Accionistas, para mejorar la identificación y atención de los accionistas particulares.
- Continuidad del Plan de Reinversión de Dividendos, como fórmula atractiva para incrementar la cartera de acciones BBVA. El accionista, aunque no sea depositante, elige el período de reinversión y el porcentaje de dividendos que reinvierte. Se articula en una cuenta sin gastos de mantenimiento y remunerada a tipo especial.
- Ampliación de los contenidos que recoge el Portal Acción BBVA en la intranet, con el fin de atender mejor a los accionistas y ofrecerles productos en las mejores condiciones posibles.
- Inclusión de ofertas especiales para que los empleados del Grupo adquieran acciones BBVA, dentro del proyecto «Pasión por las personas» (vid. capítulo «BBVA y sus empleados»).

Entre las iniciativas relacionadas con los inversores emprendidas en el 2006 destaca la creación de una página web corporativa específica.

Alcance: Grupo BBVA.

### Canales de diálogo

La relación con sus accionistas ha sido potenciada por BBVA a lo largo del ejercicio del 2006 atendiendo a sus comentarios y solicitudes y con la intención de prestarles la mejor atención posible. Con la mira puesta en dejar huella entre sus accionistas, se han intensificado las relaciones con la comunidad inversora en general y con los analistas en particular. Elemento central en todos los casos ha sido la voluntad de transparencia informativa, conseguida gracias a la combinación de la personalización y la cercanía de las relaciones con la mejora de los medios de comunicación utilizados, en los que se aplican cada vez más las tecnologías más avanzadas.

Desde el 2005, los informes trimestrales de resultados incluyen, junto a la tradicional información sobre los aspectos más destacados de la situación financiera del Grupo y de la actuación desempeñada por las distintas áreas de negocio, detalle de las actuaciones más directamente relacionadas con la responsabilidad corporativa.

Para la relación con accionistas, inversores y analistas, BBVA cuenta con unidades especializadas en la atención a los diferentes segmentos y con diversos canales de comunicación, que se detallan a continuación.

#### Departamento de Gestión de Accionistas

Se configura como el órgano de comunicación permanente entre BBVA y sus accionistas. Creado en el 2006 y dependiente del Gabinete de Presidencia del Grupo, unifica la unidad de Gestión de Grandes Accionistas con la Oficina del Accionista y Administración de Accionistas. Su fin es mejorar la atención a los accionistas particulares y facilitar su identificación y diferenciación respecto de los institucionales, diferenciación solicitada

por los accionistas en muchas de las reuniones que la entidad mantiene con el colectivo, como vía abierta de comunicación y de atención con sus opiniones.

Dentro del departamento, la unidad de Accionistas Singulares se basa en un modelo de gestión orientado a satisfacer las necesidades específicas de los accionistas, con el fin de atenderlas óptimamente, compatibilizando las actuaciones a las que diera lugar con el objetivo de creación sostenida de valor, base de toda la estrategia del Grupo BBVA. De acuerdo con estos principios, a lo largo del 2006, se prosiguió con la labor que venía desarrollando la anterior unidad de Gestión de Grandes Accionistas, cuyo colectivo ha podido apreciar en el nuevo esquema una solución de continuidad en las prácticas anteriores y una adecuada atención de sus peticiones, consiguiéndose una mejor y más eficaz atención personal y una relación más directa, con planteamientos diferenciados y directamente dirigidos a sus especiales características. Como síntesis, se pueden indicar las siguientes grandes líneas de actuación:

- Visitas individuales a accionistas que precisan de atención personal.
- Reuniones con accionistas en todas las capitales de provincia y poblaciones más importantes de la geografía española. En el año 2006 se organizaron 77 presentaciones.
- Actividades con accionistas y potenciales inversores en México, que han permitido la constitución de una plataforma firme de inversión en acciones de BBVA.
- Mayor atención a las expectativas de los accionistas, con nuevos productos que ofrecen la alternativa financiera más conveniente de acuerdo con las condiciones de mercado en cada momento.

## Modelo de gestión de accionistas: principios de actuación

Potenciar los objetivos de:

- Fidelización de la masa accionarial a la que se dirige la actuación.
- Ampliación y diversificación geográfica del colectivo.
- Incremento de los niveles de bancarización.

Aprovechar las siguientes ventajas competitivas:

- Unidad pionera en el sistema financiero español.
- Mayor y mejor conocimiento del colectivo.
- Mayor capacidad para generar negocio en beneficio del accionariado.

El resultado es agrupar en unidad de actuación y criterio los distintos departamentos que participan e intervienen, directa o indirectamente, en el servicio al accionista.

Alcance: Grupo BBVA.

### Consultas atendidas por la Oficina del Accionista: canales de atención

	2006	2005	2004
902	5.550	5.199	4.353
Buzón único	12	53	40
Carta	34	84	200
Teléfono <sup>(1)</sup>	1.938	2.786	2.434
Correo electrónico	1.767	785	480
Atención personal	29	37	150
Concurso revista <i>Ábaco</i> <sup>(2)</sup>	2.535	2.753	3.080
<b>TOTAL</b>	<b>11.865</b>	<b>11.697</b>	<b>10.737</b>

<sup>(1)</sup> La cifra del 2005 incluye las consultas atendidas en relación a la campaña reinversión dividendo llevada a cabo en ese ejercicio.

<sup>(2)</sup> Las cifras del 2004 y el 2005 incluyen las partidas englobadas en el epígrafe denominado club en años anteriores.

Alcance: Grupo BBVA.

Dicho esquema de actuación, pionero en el sector financiero español, ha posibilitado:

- Un mayor contacto del presidente y del consejero delegado con los grandes accionistas. Estos encuentros, celebrados en diferentes ciudades, han mejorado sustancialmente la comunicación con este colectivo, aspecto al que también ha contribuido la labor de un conjunto de gestores especializados, que han avanzado en una eficaz diferenciación creciente entre la condición de cliente y la condición de accionista.
- Aumentar el peso e importancia en BBVA de los accionistas singulares.
- Consolidar el interés inversor en la entidad, asentado en los resultados generados por el Grupo y en la consiguiente evolución de la cotización de BBVA en los mercados de valores.

### Consultas resueltas por la Oficina del Accionista

	2006	2005	2004
Dividendo	1.509	814	1.015
Cotización	950	817	699
Acción	1.121	788	863
Operativa / valores	211	133	81
Reinversión dividendo	705	479	554
Campañas / privilegio	318	1.978	235
Financiera	64	42	41
Reclamación / sugerencia	42	38	42
Renta	270	56	59
Junta	914	1.738	1.595
Memorias	302	182	396
Información Grupo y productos	173	546	1.245
Hechos relevantes	199	98	189
Peticiones históricas de acciones	428	100	110
Actos culturales	90	8	98
Revista <i>Ábaco</i>	979	1.126	915
Concurso revista <i>Ábaco</i>	2.535	2.735	2.600
Varios	1.055	19	0
<b>TOTAL</b>	<b>11.865</b>	<b>11.697</b>	<b>10.737</b>

Alcance: Grupo BBVA.

- Mayor conocimiento de los gestores comerciales de la red BBVA. Consecuentemente, la información que aporta a sus clientes es más sólida y útil.
  - Avanzar en el sentimiento de vinculación a la entidad por el colectivo de accionistas.
- Por su parte, la Oficina del Accionista es responsable de la comunicación y diálogo con los accionis-

### Consultas específicas sobre la Junta General de Accionistas

	2006	2005	2004
Peticiones documentación legal	30	39	28
Peticiones acuerdos Junta	3	5	-
Peticiones estatutos	3	6	12
No recepción tarjeta	238	453	410
Datos erróneos/núm. de acciones	108	205	370
Reclamación obsequio	289	496	122
Protesta por no recibir obsequio si no delega	30	71	120
Oficina de recogida mal asignada	61	102	59
BBVA			
Patrimonios	-	-	15
Retribuciones consejeros	-	5	30
Derecho de suscripción preferente	8	16	50
Política de dividendos	21	36	160
Requisitos para ser consejero	1	4	6
Búsqueda información web	16	30	35
Voto electrónico	40	72	-
Inversiones en América Latina	2	2	10
Política de prejubilaciones	2	3	-
Otros	62	193	168
<b>TOTAL</b>	<b>914</b>	<b>1.738</b>	<b>1.595</b>

Alcance: Grupo BBVA.

tas no singulares. Es un canal bidireccional que pone a disposición de aquéllos información sobre la evolución y perspectivas del Grupo y de la acción, atendiendo además a todo tipo de consultas, sugerencias y

opiniones que los accionistas pudieran plantear sobre estos temas. Adicionalmente, edita y distribuye la revista *Ábaco*, específicamente elaborada para los accionistas de BBVA.

Se puede establecer contacto con la Oficina del Accionista a través del teléfono (902.200.902), correo electrónico (clubaccion@grupobbva.com) o correo postal (BBVA, Oficina del Accionista, apartado de correos 21, 48080-Bilbao).

El Grupo BBVA ha sido valorado por el estudio *Tendencias en Reporting Corporativo 2006* de Price-Waterhouse Coopers como una de las cinco empresas españolas incluidas entre las 46 empresas de todo el mundo que mejor informan a sus accionistas.

### Departamento de Relación con Inversores, Analistas y Agencias de Rating

Diseña y ejecuta la estrategia de comunicación hacia los mercados nacionales e internacionales, manteniendo una interlocución permanente con sus actores principales, presidida por una información transparente y permanente hacia inversores, analistas y agencias de *rating* sobre la situación, evolución y perspectivas del Grupo. Además de la comunicación financiera, las estrategias organizativas y las líneas operativas seguidas por el Grupo, se facilita a la comunidad inversora cualquier otro tipo de información, operativa u organizativa, relevante. Este conjunto de datos favorece la formación de unas expectativas realistas sobre el valor, contribuyendo así a la adecuada fijación del precio de la acción de BBVA y de los restantes activos emitidos por el Grupo. Dicha estrategia contribuye a que la acción BBVA sea una de las más recomendadas por los analistas, españoles e internacionales, consolidando la fortaleza de la cotización de la entidad, la tercera en volumen de capitalización dentro de la Bolsa española a finales del 2006.

### Datos de actividad en relación con los analistas y los inversores

	2006	2005
Número de inversores contactados	298	283
Peticiones informativas atendidas por correo electrónico	1.082	1.015
Comunicaciones con el colectivo de analistas	730	660
Actuación en juntas generales de accionistas		
Envíos de documentación	320	315
Peticiones informativas	80	108

Alcance: Grupo BBVA

## Premios y reconocimientos conseguidos en el 2006

- BBVA ha sido elegido en el 2006 por el estudio «IR Perception Study» de *Institutional Investor* como el banco mejor valorado por los inversores en España y el segundo mejor valorado en Europa. En esa misma publicación, BBVA ha quedado segundo entre los bancos europeos como banco más próximo a sus accionistas (*shareholder friendly*).
- En la encuesta *Extel Survey*, BBVA ha sido votado como favorito entre los bancos españoles y el tercero en el conjunto de todas las empresas españolas.

Alcance: Grupo BBVA.

Otra de sus funciones es mantener puntualmente informado al Comité de Dirección de BBVA de la opinión de los analistas sobre el Grupo o sobre cualquier otro asunto en particular que pueda afectar a la cotización de la entidad.

Durante el año 2006, el departamento ha mantenido una intensa actividad con inversores, analistas y agencias, que puede sintetizarse en las siguientes actuaciones:

- Reuniones con inversores y analistas de las más importantes plazas financieras de Europa, Estados Unidos y Asia.
- Presentación abierta de resultados trimestrales en sistemas de audio/vídeo en Internet.
- Envío periódico de información a analistas e inversores previamente registrados.
- Encuentros con analistas y agencias de *rating*, presentaciones institucionales y participación en el proceso de solicitud de delegación de voto para juntas.
- Participación en las principales conferencias sectoriales bancarias mundiales.
- Colaboración en procesos de verificación (*due diligence*) en emisiones de renta fija y posterior participación en sus presentaciones públicas (*roadshows*).

## Página web corporativa ([www.bbva.com](http://www.bbva.com))

Publicada en español e inglés, constituye un instrumento de especial relevancia en la política de comunicación del Grupo BBVA con todos sus grupos de interés y, particularmente, con sus accionistas, con los inversores y con los analistas y las agencias de *rating*.

Con una permanente actualización, la página recoge toda la información financiera, estratégica y comercial adecuada a los mencionados colectivos. La comunicación es fluida e interactiva, al estar arropada por las herramientas tecnológicas más avanzadas en la información financiera, incorporando sistemas de audio y vídeo a través de Internet (*webcast*).

## Características más notables de la página web corporativa ([www.bbva.com](http://www.bbva.com))

- Fácil acceso a la información.
- Mapa de contenidos claro, con herramienta de búsqueda.
- Posibilidad de suscripción al servicio de noticias en tiempo real.
- Alerta para suscriptores para recibir información por e-mail, SMS y RSS.
- Gráficos avanzados para poder seguir los movimientos del precio de la acción de BBVA.

Alcance: Grupo BBVA.

150 años adelante.

## BBVA Y SUS EMPLEADOS

6

### El compromiso de BBVA con sus empleados

"Un estilo de gestión generador de entusiasmo y que facilite la formación, la motivación y el desarrollo personal y profesional".

### Rasgos básicos

	2006	2005
<b>Total empleados</b>	<b>98.553</b>	<b>94.681</b>
Por región (en %):		
España	31,0	32,9
México	33,3	32,9
Resto de América	33,8	32,2
Otros países	1,9	2,0
Hombres/mujeres (en %)	53/47	55/45
Edad media	37,6	38,1
Antigüedad media	12,3	13,2

### Fortalezas

- Desarrollo de capital humano.
- Formación.
- Desarrollo profesional.
- Comunicación y diálogo con empleados.
- Proyectos Pasión por Tí y Pasión por el Equipo.

### Grado de avance en las principales líneas de trabajo en el 2006

- Impulso de iniciativas para la conciliación de vida familiar y laboral y constitución de la Comisión de Igualdad de Oportunidades, con representación sindical. ③
- Integración de personas discapacitadas. ①
- Diseño y aprobación del Plan de Voluntariado Corporativo. ③
- Nuevo programa de formación en la Escuela de *Management*. ③

① Poco significativo, ② Significativo, ③ Muy significativo.

### Campos de mejora

- Formalización de compromisos en Derechos Humanos.
- Conciliación de vida familiar y laboral.
- Integración de discapacitados.
- Desarrollo práctico de programas de voluntariado.

### Aspectos considerados más relevantes por los empleados

- Posibilidades de desarrollo profesional.
- Compromiso de la organización con los empleados (respeto, estímulo para generar ideas, igualdad de oportunidades, clima de confianza basado en la transparencia).
- Capacidad de BBVA para crear valor económico.

### Aspectos de la información de RC sobre empleados considerados más relevantes por los grupos de interés

- Derechos fundamentales de los trabajadores.
- Desarrollo de políticas responsables de Recursos Humanos.
- Mejoras de las condiciones laborales.
- Salud y seguridad.

### Principales canales de diálogo con empleados

- Servicio de Atención al Empleado.
- Encuesta de Clima/percepciones.
- Intranet (portal del empleado, boletines...).
- Gestores de Recursos Humanos.
- Departamento de Comunicación interna.
- Revista *adelante*.

Nota: Existen otros canales de diálogo detallados en el capítulo «Los grupos de interés de BBVA».

### Principales líneas de trabajo en el 2007

- Impulso de iniciativas para la conciliación de vida familiar y laboral.
- Integración de personas discapacitadas.
- Desarrollo práctico de programas de voluntariado.
- Formalización de una política de Derechos Humanos.
- Desarrollo de iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados.

### Perfil de empleados

BBVA entiende la relación con sus empleados como un elemento clave para la creación de valor y para su responsabilidad corporativa. Para ello, cuenta con un modelo global e integrado de gestión del capital humano, con el objetivo de impulsar una mejora continua en los estándares éticos, la igualdad de oportunidades, el desarrollo profesional y personal, el trabajo en equipo, el clima laboral y la satisfacción de los empleados. A cargo de estos aspectos se encuentra la Dirección de Recursos Humanos.

### Empleados por países

	2006	2005	2004
España	30.582	31.154	31.056
<b>América</b>	<b>66.146</b>	<b>61.604</b>	<b>54.074</b>
Argentina	7.215	6.851	6.664
Estados Unidos	3.646	2.066	157
Chile	4.068	3.630	3.560
Colombia	6.408	6.849	4.562
México	32.847	31.146	28.623
Panamá	266	245	230
Paraguay	108	99	97
Perú	4.191	3.377	2.853
Puerto Rico	1.044	1.120	1.093
Uruguay	151	145	145
Venezuela	5.749	5.653	5.653
Resto de América	453	423	437
<b>Otros países</b>	<b>1.825</b>	<b>1.923</b>	<b>1.982</b>
Andorra	-	238	233
Portugal	953	891	902
Suiza	110	88	93
Otros	762	706	754
<b>TOTAL</b>	<b>98.553</b>	<b>94.681</b>	<b>87.112</b>

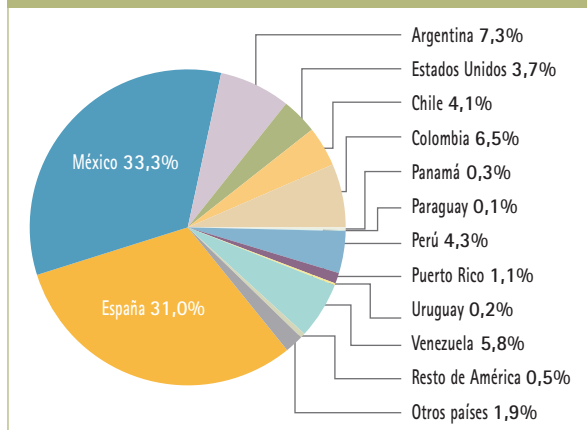
Alcance: Grupo BBVA.  
Plantilla a 31 de diciembre.

### Edad media de la plantilla

	2006	2005	2004
España	41,3	41,9	41,6
México	34,4	34,5	34,3
Resto de América	37,0	37,4	37,7
Media Grupo	37,6	38,1	38,1

Alcance: Grupo BBVA.

### Porcentaje de empleados por países (2006)



### Empleados por categorías profesionales

(Porcentaje)	2006	2005	2004
Comité de Dirección y Directores corporativos	0,33	0,29	0,31
Directivos	1,69	1,58	1,68
Jefes de equipo y técnicos	48,34	48,42	48,36
Administrativos, servicios generales y otros	49,63	49,71	49,66

Alcance: Grupo BBVA.

### Antigüedad media de la plantilla

(Años)	2006	2005	2004
España	17,5	18,5	19,3
América	9,4	9,8	9,7
Media Grupo	12,3	13,2	13,3

Alcance: Grupo BBVA.

### Plantilla por grupos de edad

(Porcentaje)	2006			2005		
	<25	25-45	>45	<25	25-45	>45
España	2,6	52,9	44,5	2,5	51,2	46,2
México	14,8	74,2	11,0	11,8	76,7	11,5
Resto de América	7,8	73,2	19,1	5,8	74,7	19,5
Media Grupo	8,5	66,3	25,3	6,6	66,2	27,1

Alcance: Grupo BBVA.

### Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las agencias especializadas

Entidad	Dimensión	2006		2005		2004	
		BBVA	Media sector	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector
SAM	Indicadores de prácticas laborales	97	61	90	62	65	54
	Desarrollo de capital humano	100	36	100	39	85	51
	Atracción y retención del talento	60	43	56	44	61	48
	Salud y seguridad laboral	70	29	60	30	28	24

Los datos correspondientes a la agencia Vigeo que se recogían en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005, no se pueden integrar en esta edición al no haber sido comunicadas a fecha de cierre de este informe las valoraciones correspondientes al 2006.  
Alcance: Grupo BBVA.



### Clima laboral

BBVA efectúa cada dos años una encuesta a través de la cual todos los profesionales del Grupo pueden opinar sobre las condiciones de trabajo y su vivencia profesional. La encuesta constituye uno de los canales de participación más importantes y sirve para impulsar acciones dirigidas a mejorar las condiciones de trabajo y el clima laboral. Así, por ejemplo, los resultados de la edición anterior de la encuesta constituyeron una de las fuentes para el proyecto Pasión por las Personas. Con el fin de garantizar al máximo la confidencialidad, la encuesta se encarga a una empresa consultora externa y cada empleado recibe un código personal aleatorio.

Los resultados de la Encuesta de Clima 2005 sitúan los índices de satisfacción, motivación e imagen en máximos históricos y ha contado con una participación superior al 55 % de los empleados. Los resultados se deben, en parte, a la evolución en las políticas y al desarrollo de las herramientas de Recursos Humanos, que se han traducido en avances significativos en lo relativo al desarrollo profesional y a la autonomía. La Dirección de Recursos Humanos entrega informes pormenorizados a cada área y unidad, identificando aspectos prioritarios que se han concretado en planes de acción implantados en el 2006.

### Gestión por competencias, desarrollo profesional y compensación

BBVA es consciente de que el capital humano es uno de los activos más importantes para mantener el liderazgo y para disponer de una valoración positiva entre todos los grupos de interés. Para ello, el Grupo apuesta por nuevos modelos de gestión que respondan a los principios y compromisos definidos en su cultura corporativa.

- **Gestión por competencias:** el proceso de valoración por competencias se lanza bienalmente de forma simultánea en todos los países en los que está presente el Grupo. La base del modelo está en el contraste entre los perfiles funcionales y los perfiles profesionales. El contraste entre ambos permitirá identificar el gap individual y articular de manera personalizada la aplicación de las distintas políticas de gestión de Recursos Humanos.
- **Valoración:** en BBVA todos los empleados están cubiertos por un proceso normalizado de evaluación de la actuación. Las herramientas de valoración de la plantilla se desglosan en dos modalidades:
  - **Evaluación de los resultados:** hace referencia al nivel de consecución de los objetivos en un ejercicio. En la evaluación de resultados, cada jefe valora los logros de sus colaboradores y efectúa una

#### Encuesta de Clima

(Porcentaje)	Participación		Satisfacción		Motivación		Imagen	
	2005	2003	2005	2003	2005	2003	2005	2003
BBVA España <sup>(1)</sup>	47,1	47,5	61,1	60,4	70,4	70,7	76,2	73,7
BBVA Bancomer (México)	60,7	73,2	76,0	74,4	84,9	84,3	86,7	84,6
BBVA Banco Francés (Argentina)	65,4	61,6	65,2	62,1	74,7	71,3	75,1	66,1
BBVA Chile	55,5	64,1	59,0	61,9	69,1	73,1	63,4	67,3
BBVA Banco Continental (Perú)	75,3	82,8	66,9	66,2	79,9	80,6	84,6	82,8
BBVA Banco Provincial (Venezuela)	50,3	69,4	75,4	70,9	85,9	81,7	86,3	85,2
BBVA Colombia	74,8	73,5	72,0	72,5	81,8	82,7	85,0	81,9
BBVA Uruguay	72,8	75,3	64,5	61,2	73,8	73,0	62,8	62,9
BBVA Panamá	76,4	77,7	63,4	68,2	78,5	81,0	74,2	75,7
BBVA Puerto Rico	47,3	76,1	71,9	68,2	85,4	82,6	76,6	73,3
AFJP Consolidar (Argentina)	69,8	71,8	64,9	66,6	74,3	75,0	77,7	80,1
AFP Horizonte (Perú)	81,2	96,9	72,8	70,5	82,6	80,5	84,6	83,5
AFP Horizonte (Colombia)	99,9	96,9	80,7	80,0	89,1	89,6	86,5	85,6
AFP Previsión (Bolivia)	58,3	77,6	67,0	71,2	75,7	83,4	76,4	87,0

<sup>(1)</sup> Incluye BBVA Portugal.  
Alcance: Grupo BBVA.  
Periodicidad: Bienal.

### Promoción

(Porcentaje)	2006	2005	2004
Personas promocionadas sobre plantilla total	17,4	11,9	12,7

Alcance: Grupo BBVA.

entrevista individual. El resultado de la evaluación también está vinculado al desarrollo profesional, a la compensación y a la remuneración.

– Valoración de competencias: hace referencia al perfil profesional del empleado. En lo relativo a las habilidades, se valora el nivel de desarrollo alcanzado. En el caso de los conocimientos, se valora el grado de dominio de los conocimientos técnicos que se consideran relevantes para el correcto desempeño de una determinada función.

▪ Desarrollo profesional: a partir de la valoración de competencias, se establece un plan de formación a medida para cada empleado. Los empleados pueden consultar en la intranet el perfil requerido para cada puesto, lo que dota al modelo de transparencia y permite a cada empleado dirigir su desarrollo profesional hacia aquellas funciones más acordes con sus intereses. El modelo se completa con la herramienta Apunto (diseñada para que los profesionales del Grupo dejen constancia de sus intereses profesionales y de sus destinos preferidos) y con la *Guía de Desarrollo*, elemento de orientación para el desarrollo profesional. La mayor parte de los empleados del Grupo son contratados en sus países de origen, contando con un

### Compensación basada en la evaluación de la actuación respecto a la compensación total<sup>(1)</sup>

(Porcentaje)	2006	2005	2004
Comité de Dirección y directores corporativos	46	30	n.d.
Directivos	39	26	25
Jefes de equipo y técnicos	19	13	12
Administrativos y servicios generales	6	3	3

<sup>(1)</sup> Excluyendo planes de pensiones y prestaciones sociales.

n.d. no disponible.

Alcance: BBVA España.

### Salario mínimo anual para nuevos ingresos por países<sup>(1)</sup>

(En moneda local)	2006
España	22.048
México	70.560
Puerto Rico	14.560
Venezuela	22.000.000
Panamá	3.900
Colombia	27.976.000
Paraguay	28.000.000
Perú	21.405
Uruguay	213.050
Chile	700.000
Argentina	23.100

<sup>(1)</sup> Nivel retributivo mínimo anual (retribución fija) para nuevos ingresos con contrato a tiempo completo (excluidos contratos en prácticas y similares)

Alcance: Grupo BBVA.

### Retribución variable basada en la actuación de la empresa y/o individual

(Porcentaje)	2006		2005		2004	
	Empresa	Individual	Empresa	Individual	Empresa	Individual
Comité de Dirección y directores corporativos	37	63	36	64	n.d.	n.d.
Directivos	37	63	32	68	26	74
Jefes de equipo y técnicos	27	73	31	69	26	74
Administrativos y servicios generales	25	75	40	60	40	60

\* Excluyendo planes de pensiones y prestaciones sociales.

n.d.: no disponible.

Alcance: Grupo BBVA.

alto porcentaje de directivos originarios del país en el que trabajan.

▪ **Compensación:** se establece en función del nivel de responsabilidad del puesto, de la evolución profesional de cada empleado y del cumplimiento de los objetivos, evitando discriminaciones por razón de sexo, raza o cualesquiera otras, y garantizando el cumplimiento de la legislación y los convenios propios del sector. Por tanto, la relación salarial es de 1 a 1 entre hombres y mujeres para igualdad de todo lo anterior. Además, en la retribución variable de cada profesional tienen un peso importante los indicadores de satisfacción del cliente y el comportamiento de acuerdo con los principios de la cultura corporativa, incluyendo el compromiso con la responsabilidad corporativa.

## Comunicación y diálogo con empleados

Las herramientas de comunicación interna que BBVA pone a disposición de sus empleados tienen como objetivo crear un clima de confianza basado en una relación abierta, el respaldo al equipo y la comunicación transparente. Se estructuran a través de dos ámbitos de actuación: la línea directiva y los canales corporativos. Además, también se ha puesto en marcha el Portal de Responsabilidad Corporativa (RC), con el objetivo de hacer partícipes a los empleados de las diversas actuaciones desarrolladas por el Grupo en este campo. En el 2006, se ha analizado la comunicación interna en España. Los empleados han dado una valoración a los canales *Buenos Días* y *adelante* de 7,46 sobre 10, frente a un 7,24 del último análisis efectuado en el 2004.

### Principales canales corporativos de comunicación interna en BBVA

<i>Buenos Días</i>	Boletín diario que se incorpora como contenido fijo en la página de inicio de la intranet Espacio. En este boletín se resumen aquellas iniciativas del Grupo que tienen consideración de interés general. Además, aporta diariamente el punto de vista de los profesionales del Grupo desde su <i>Tribuna</i> .
Informe de Actividad	Mensualmente se resumen en este informe los logros y las experiencias más interesantes de cada área, para que cualquier empleado de la misma tenga una visión completa y actualizada de la actividad que se desarrolla en su entorno.
Canal BBVA	Información que, con carácter periódico, presenta datos económicos, campañas o proyectos relevantes de la organización.
<i>Carrusel</i>	En este medio se incluyen noticias propias de las áreas y se recogen otros mensajes y avisos de interés general para todos los empleados.
Portal del Empleado	Facilita la gestión de procesos e informa sobre los sistemas de gestión de Recursos Humanos –nóminas, beneficios sociales, préstamos y otros servicios financieros para empleados–, permitiendo el acceso a cursos de formación y a otros servicios.
Servicio de Atención al Empleado (SAE)	Ver recuadro más adelante en este mismo capítulo.
Revista <i>adelante</i>	De periodicidad trimestral, en ella se inserta la revista local <i>Crónica</i> , que se distribuye a todos los empleados del Grupo BBVA. Los proyectos estratégicos son expuestos con detalle, se repasan los hechos más noticiables de los últimos meses y se describen distintas funciones o áreas. En cada tirada se distribuyen 120.000 ejemplares en todo el Grupo.

Alcance: Grupo BBVA.

### Servicio de Atención al Empleado (S.A.E.)

**Objetivo:** Atender las dudas y reclamaciones de los empleados.

**Actuación:** El Servicio de Atención al empleado (S.A.E.) es un canal de comunicación múltiple (intranet, teléfono, correo electrónico), que RR.HH. pone a disposición de los empleados activos, prejubilados y pasivos de BBVA en España.

Es de destacar que el 82 % de las consultas básicas se resuelven en el momento y el resto, en un plazo medio de dos días. A todo esto hay que añadir los accesos contabilizados a los diferentes contenidos informativos del Portal del SAE en general, casi 14.000 mensuales, así como los accesos al aplicativo de Preguntas Frecuentes en particular, en número superior a los 8.000 al mes, que lo convierten en la primera vía para la información al empleado. En el proceso de atención al empleado, el recurso al SAE no agota las posibilidades que el mismo tiene para continuar con su consulta o reclamación. De esta manera, el empleado siempre puede elevar un escrito a RR.HH., de donde recibirá oportuna contestación.

El SAE ha empezado ya a prestar servicio a los empleados de otras sociedades del Grupo, con el objetivo de ir configurando un único centro de atención al empleado para todo el Grupo BBVA en España. Esta experiencia acumulada ya en España ha permitido valorar su expansión a otros países, con proyectos ya en marcha.

Para contrastar la calidad del servicio, el SAE realiza encuestas anónimas a los empleados. La última de ellas se llevó a cabo en junio del 2006, con una valoración global de 6,86 para empleados y 7,90 para prejubilados y jubilados.

Alcance: España.

### Canales de comunicación interna<sup>(1)</sup>

	2006	2005	2004	2003
Buenos Días	262	256	236	226
adelante	5	4	4	4
Actividad	11	11	11	11
Otros canales	25	n.d.	n.d.	n.d.

(1) Número de ediciones anuales.  
n.d.: no disponible.  
Alcance: Grupo BBVA.

### Consultas gestionadas por el SAE

	2006	2005
Telefónicas	79.968	78.840
Correo electrónico	9.370	9.094
<b>TOTAL</b>	<b>89.338</b>	<b>87.934</b>

Alcance: España.

### Encuesta de calidad de servicio del SAE

	2006	
	Activo	Prejubilados y jubilados
Trato recibido	7,07	8,01
Calidad de la respuesta	6,59	7,70
Rapidez de la respuesta	7,11	7,76
Valoración global	6,86	7,90

Alcance: España.

En el 2006 se ha producido un aumento significativo de las noticias publicadas en los diferentes canales: 1.207, frente a 808 en el 2005, de las cuáles 310 correspondían a América, frente a 226 en el 2005.

Existen otros canales de comunicación y diálogo con empleados. Un caso significativo es el proyecto Pasión por las Personas, que combina reuniones personales, audiovisuales y otras acciones. Otros canales son las encuestas de satisfacción, el diálogo con la representación sindical y las iniciativas para la gestión del conocimiento, que se explican más adelante en este mismo capítulo.

### Sistemas de previsión social

En este apartado se engloban tanto las coberturas de jubilación, fallecimiento e invalidez, como los sistemas en los cuales se instrumentan. En España, BBVA ha sido pionero en la transmisión de titularidad de los derechos económicos a sus trabajadores mediante la instrumentación mayoritaria de los compromisos en planes de pensiones de empleo. Igualmente, ha sido aplicado un principio de universalización de compromisos hacia toda la plantilla por encima de las exigencias del propio convenio. Los empleados participan por medio de sus representantes en los órganos de gestión de dichos planes, como son las comisiones de control.

En el ámbito de inversión socialmente responsable, en el año 2005 se incluyó en el documento de política de inversión del Plan de Pensiones de Empleo de BBVA la utilización de criterios de responsabilidad social corporativa compatibles con los criterios de seguridad, rentabilidad, diversificación y congruencia de plazos. Asimismo, se puso en marcha esta inclusión en el resto de planes de pensiones de empleo del Grupo en España. De igual modo, en marzo del 2006 se ha procedido a introducirla en el documento de política de inversión de los fondos de empleo del Grupo BBVA Portugal.

### Sistemas de previsión social para empleados

(Millones de euros)	2006		2005		2004	
	Volumen gestionado	Nº de afiliados	Volumen gestionado	Nº de afiliados	Volumen gestionado	Nº de afiliados
España	8.897	66.341	8.235	66.316	8.158	65.671
América	1.440	57.000	1.450	55.000	1.420	53.000
<b>TOTAL</b>	<b>10.337</b>	<b>123.341</b>	<b>9.685</b>	<b>121.316</b>	<b>9.578</b>	<b>118.671</b>

Alcance: Grupo BBVA.

En cuanto al resto de bancos y sociedades del Grupo fuera de España, cabría destacar el área de América Latina, donde existen sistemas de previsión públicos instrumentados mediante gestión privada y capitalización individual (AFPs), y que son de contribución obligatoria para la empresa y el trabajador. Las entidades del Grupo complementan de manera voluntaria coberturas de fallecimiento e invalidez y en algunos casos, de jubilación. Por otro lado, durante el año 2006 ha quedado implantado el marco de gestión de los sistemas de previsión social a nivel corporativo para la anticipación en la adecuación de la gestión global de los sistemas a los cambios que en estas materias se pueden producir en un futuro.

### Beneficios sociales y otras iniciativas para empleados

El conjunto de beneficios sociales de que disfruta el personal deriva de acuerdos colectivos y se organiza en función de las distintas procedencias de las entidades que han dado lugar al Grupo BBVA. En España, todos los empleados a jornada completa y parcial cuentan con los mismos beneficios sociales, así como con carácter general el personal temporal, salvo aquellos beneficios que por su propia naturaleza, como es el caso de préstamos a largo plazo, se pactó colectivamente que afectaban a personal fijo.

Toda la plantilla de BBVA dispone de ayuda escolar o familiar por hijos (mucho más elevada para los casos de hijos con discapacidad), de seguros de vida y de accidente. Además, la plantilla cuenta con obsequios de Navidad en metálico o cesta y con un amplio abanico de anticipos y préstamos sociales para vivienda y otras necesidades. Dispone, por otro lado, de la exención de comisiones y gastos en las operaciones más habituales con el banco. Gran parte de la plantilla, junto con el personal que se va incorporando a la entidad, dispone de residencias y apartamentos, bolsa complementaria de vacaciones, premios de antigüedad y economatos en las zonas donde se estableció históricamente este concepto. Existen también fondos asistenciales para atender gastos médicos no sufragados por la Seguridad Social.

El tratamiento homogéneo de los beneficios sociales y su posible actualización está sometido en BBVA a un proceso de negociación colectiva, no cerrada a finales del 2006.

En la actual estructura de beneficios sociales hay varias comisiones paritarias empresa-sindicatos sobre los siguientes temas: residencias y apartamentos, ayuda de estudios y ayuda escolar, ayudas a discapacitados y Junta Administradora de Fondos Asistenciales

### Beneficios sociales

(Miles de euros)	2006	2005	2004
Ayudas al estudio	5.855	5.761	6.379
Préstamos	215.268	180.991	189.654
Vales	10.318	9.881	9.451
Ayudas a empleados	57	41	53
Asignación del fondo asistencial	1.110	998	947

Alcance: España.

En el 2006, 13.225 personas se han beneficiado de las residencias de descanso en España (5.595 titulares y 7.630 familiares) y 918 empleados han disfrutado de apartamentos subvencionados con sus familias.

### Involucración de los empleados en la estrategia: Pasión por las Personas

El proyecto Pasión por las Personas tiene como objetivo incrementar la satisfacción de clientes y empleados en todo el Grupo. Es un proyecto construido de abajo a arriba, en el que las sugerencias de mejora son elaboradas con las opiniones y conclusiones que tanto clientes como empleados han aportado. Dos de las líneas de actuación de este proyecto se dirigen a empleados:

- Pasión por Ti: dirigida a mejorar el bienestar profesional y personal de los empleados, con el objetivo de hacer de BBVA un mejor lugar para trabajar. Los programas de Pasión por Ti son la respuesta del Grupo a los compromisos con los empleados recogidos en *La Experiencia BBVA*. Marcan los focos de atención sobre los que van a girar los planes corporativos y de cada unidad.
- Pasión por el Equipo: dirigida a mejorar la comunicación y la coordinación, con el objetivo de incrementar los niveles de servicio interno y crear valor.

Estas iniciativas se encuentran en la actualidad en fase de desarrollo. Durante el 2006, en el Grupo BBVA se han desarrollado más de 150 nuevas iniciativas de Pasión por las Personas, especialmente en los bancos de América.

### Iniciativas de Pasión por las Personas

	2006		
	Por ti	Por el equipo	Por el cliente
TOTAL	86	41	31

Alcance: Grupo BBVA.

Las iniciativas, que han girado principalmente en torno a Pasión por Ti y Pasión por el Equipo, están relacionadas con la salud, la familia, el reconocimiento, el deporte, el liderazgo, el desarrollo profesional y ofertas de productos y servicios en condiciones especiales para empleados.

### Empleo y selección

Las áreas de selección cuentan con una política global y un código de actuación dirigidos a garantizar la igualdad de oportunidades y la atracción del talento en los procesos de selección. El proceso de selección se inicia con las actividades de reclutamiento. En España, BBVA participa en una serie de programas de acercamiento con las principales universidades y escuelas de negocios del país. Por otro lado, BBVA cuenta con herramientas para la implementación del modelo de selección, como la herramienta *e-preselec*, que parte de los perfiles funcionales definidos para cada puesto, con el fin de seleccionar a los mejores candidatos. El departamento de Selección trabaja además con la máxima independencia y confidencialidad, de modo que todos los candidatos reciban el mismo tratamiento, pasen los mismos procesos para incorporarse al Grupo y se garantice que no existe discriminación por sexo, raza, parentesco familiar u otras razones distintas de los propios requisitos establecidos para el puesto.

En BBVA trabajan personas discapacitadas que cumplan sus funciones con plena satisfacción. Sensibilizado con los derechos fundamentales de este colectivo y su inserción laboral, BBVA creó en el 2005 un Comité sobre Discapacidad, en el que participan los departamentos de Recursos Humanos, Compras y Responsabilidad y Reputación Corporativas. En el 2006 se ha continuado con las iniciativas puestas en marcha el año anterior: contactar con asociaciones de personas con discapacidad para hacerles llegar oportunidades de empleo y selección en el Grupo BBVA y establecer contactos con centros especiales de empleo para detectar posibilidades de colaboración.

### Prejubilaciones

- En el 2006, BBVA ha prejubilado a cerca de 1.900 empleados en España y en sus áreas globales, al mismo tiempo que ha incorporado en plantilla a más de 2.000 personas. Las prejubilaciones responden a la transformación de las redes comerciales, con el objetivo de lograr un mayor acercamiento a los clientes, simplificar las actuales estructuras y ganar en eficiencia y eficacia comercial.
- Del total de incorporaciones, aproximadamente el 80 % son licenciados universitarios. Por género, el 60 % son mujeres y el 40 % hombres.

Alcance: España.

### Altas de empleados

	2006	2005	2004
España	2.054	1.741	1.758
América	12.051	6.966	4.428
Resto del mundo	230	148	124
<b>TOTAL</b>	<b>14.335</b>	<b>8.855</b>	<b>6.310</b>

Alcance: Grupo BBVA.

### Bajas de empleados

	2006	2005	2004
<b>España</b>	<b>2.956</b>	<b>1.655</b>	<b>2.093</b>
Jubilaciones y prejubilaciones	1.893	710	1.426
Bajas incentivadas	69	47	35
Bajas voluntarias (dimisiones)	489	413	253
Otras	505	485	379
<b>América</b>	<b>9.330</b>	<b>4.925</b>	<b>5.924</b>
Jubilaciones y prejubilaciones	98	94	8
Bajas incentivadas	514	482	445
Bajas voluntarias (dimisiones)	5.374	2.860	3.667
Otras	3.344	1.489	1.804
<b>Resto del mundo</b>	<b>146</b>	<b>195</b>	<b>188</b>
Jubilaciones y prejubilaciones	9	5	6
Bajas incentivadas	29	42	60
Bajas voluntarias (dimisiones)	87	64	37
Otras	21	84	85
<b>TOTAL</b>	<b>12.432</b>	<b>6.775</b>	<b>8.205</b>
Jubilaciones y prejubilaciones	2.000	809	1.440
Bajas incentivadas	612	571	540
Bajas voluntarias (dimisiones)	5.950	3.337	3.957
Otras	3.870	2.058	2.268

Alcance: Grupo BBVA.

### Rotación no deseada de la plantilla

	2006	2005	2004
España	1,57	1,33	0,81
México	12,52	10,36	11,08
Resto de América	5,67	4,62	6,74
Resto del mundo	4,52	3,89	2,24
<b>Media para el Grupo</b>	<b>6,55</b>	<b>3,52</b>	<b>4,54</b>

Alcance: Grupo BBVA.

### Presentaciones de la oferta de empleo de BBVA

	2006	2005	2004
Núm. de presentaciones en universidades	22	30	19
Núm. de presentaciones en escuelas de negocio	4	5	6
Núm. de foros de empleo	18	19	11

Alcance: España.

### Atracción y retención del talento<sup>(1)</sup>

(Porcentaje)	2006	2005	2004
España	89,0	77,9	80,5
América	72,4	84,1	78,4
Resto del mundo	82,1	78,2	79,3
Media para el Grupo	80,8	81,8	79,2

<sup>(1)</sup> Porcentaje de licenciados jóvenes que permanecen en el Grupo después de dos años.  
Alcance: Grupo BBVA.

### Formación y gestión del conocimiento

El Plan Anual de Formación se determina a través de un proceso anual que se inicia recogiendo las necesidades de cada unidad. El plan ofrece soluciones integradas, tanto a nivel corporativo como específicas para cada país e individuales para cada empleado, derivadas del modelo de gestión por competencias e integradas en el Plan de Desarrollo Individual (PDI) de cada profesional.

La formación en BBVA se lleva a cabo a través de tres canales: presencial, a distancia y por medio de Internet, con un modelo homogéneo para todo el Grupo. El plan también apuesta por la acreditación de conocimientos de sus profesionales según los estándares internacionales a través de certificaciones. En este sentido, a 31 de diciembre del 2006, 6.267 empleados del Grupo contaban con algún tipo de certificación de conocimientos en materias tales como el asesoramiento financiero –2.988 certificaciones EFPA (*European Financial Planning Association*)–, idiomas –2.275 certificaciones BULATS (*Business Language Testing Service*)– o en conocimientos técnicos relacionados con la función de auditoría o la de riesgos.

La Escuela de Negocios BBVA se configura como un elemento clave para la formación y el desarrollo del talento. Se organiza en distintas líneas de trabajo: la

Escuela de *Management*, para el desarrollo de habilidades directivas, la Escuela de Finanzas, la Escuela de Idiomas y la Escuela de Tecnología. En el 2006, la Escuela de *Management* ha abordado un ambicioso programa de formación enfocado a directivos, con la celebración de 17 ediciones de diversos programas corporativos en las que participaron más de 500 directivos del Grupo y que contaron con las intervenciones del presidente, del consejero delegado y de miembros del Comité de Dirección del Grupo.

Por otra parte, hay que destacar el alto grado de compromiso de la dirección con la formación de sus equipos, puesta de manifiesto en la presencia regular del presidente, del consejero delegado y de miembros del Comité de Dirección en todos y cada uno de los programas corporativos de formación. Una presencia cuyo fin no es otro que el de crear foros de encuentro que permitan compartir opiniones, generar debate y ofrecer una visión global de la marcha del Grupo. Durante el 2006, se han celebrado 60 foros en la Escuela de *Management*, a los que han asistido cerca de 600 participantes.

Otro tipo de foros son los desayunos en grupos reducidos: 15 a lo largo del año, que han mantenido tanto el presidente como el consejero delegado con 120 personas de diferente nivel dentro de la organización.

Además, el 2006 marca el inicio de una tendencia en la que el canal *e-learning*, Conoce, se ha constituido como el principal canal de formación a distancia. En el año 2006, ha sido una realidad para todos los empleados del Grupo, al estar disponible en todos los países en los que BBVA está presente. A través de este canal, se ha contado con cerca de 130.000 participaciones en los diferentes cursos ofertados por el Grupo. Conoce se constituye como una red global de aprendizaje a través de Internet, orientada a aportar soluciones formativas homogéneas alineadas con la estrategia del Grupo. Además, esta nueva plataforma contribuye al aprendizaje organizativo mediante facilidades de trabajo en grupo, tales como foros, aulas virtuales y tutorías.

Los empleados de nueva incorporación cuentan con un Plan de Bienvenida –que incluye información sobre la política de responsabilidad corporativa– y un portal específico en la intranet, que, en el caso de las nuevas incorporaciones de banca comercial, se completa con un programa de formación específico denominado Escuela Comercial.

En cuanto a la formación concreta relacionada con la responsabilidad corporativa, la intranet corporativa cuenta con un curso específico sobre *Diversidad e Integración* y en el 2006 se ha puesto en marcha un curso

## Escuela Comercial BBVA

**Objetivo:** facilitar a los jóvenes titulados recién llegados al área de banca comercial su incorporación al puesto de trabajo a lo largo de sus primeros 16 meses de pertenencia al Grupo y asentar las bases de su carrera profesional en la red comercial de BBVA.

**Actuación:** la formación se imparte a través de tres canales de formación: presencial, e-learning y autoformación, con el apoyo de un portal de comunicación. Este portal, vínculo entre el departamento de Formación y los nuevos profesionales, es donde se desarrollan las actividades formativas y donde el nuevo empleado puede realizar preguntas, participar en foros, hacer el seguimiento de su plan de formación y contactar con sus compañeros.

La Escuela Comercial concede gran importancia a la atención de las actividades realizadas en el puesto de trabajo. Por ello, la figura del tutor cobra especial relevancia, pues será él quien, desde la propia oficina, ejerza de referencia y apoyo para el nuevo incorporado.

El nuevo profesional adquiere así las competencias y conocimientos necesarios, entre los que se incluye información sobre cumplimiento normativo –Código de Conducta, protección de datos personales, prevención del lavado de dinero y financiación de actividades terroristas, entre otros temas y sobre principios y compromisos asumidos por BBVA.

Alcance: España.

sobre *Responsabilidad corporativa: nociones básicas* de carácter voluntario y accesible a todos los empleados en España. A 31 de diciembre se habían matriculado 2.067 empleados, de los que 1.399 lo habían terminado.

En cuanto a las actividades formativas en materia de prevención del blanqueo de capitales, esta información queda recogida en el capítulo «BBVA y sus clientes». Por último, cabe señalar que BBVA ha recibido en el 2006 subvenciones para formación provenientes de la Fundación Tripartita (FORCEM) por valor de 3.124.120 euros.

## Estudiantes que desarrollan prácticas profesionales en BBVA

BBVA ha firmado convenios con un amplio número de instituciones académicas y otras instituciones, de forma que los estudiantes reciben formación adaptada a la función que desempeñan y remuneración en concepto de ayuda para los estudios. Al término de las prácticas, se mantiene una reunión con cada estudiante, en la que se pide su valoración de las prácticas llevadas a cabo. La nota media ha sido de 8,30 sobre 10 en el 2006 en España.

## Formación

	2006	2005	2004
Inversión total en formación (miles de euros)	35.549	34.302	34.315
Inversión en formación por empleado (euros)	375	373	393
Horas de formación impartidas (miles)	3.821	4.082	3.744
España	1.287	1.760	1.639
América	2.534	2.323	2.105
Horas de formación por empleado	39,0	43,1	43,0
España	42	56	53
América	38	38	39
Actividad formativa mediante e-learning (porcentaje)	14	12	9
España	15	16	9
América	13	8	4
Evaluación de la satisfacción de la formación (sobre 5)	4,4	4,2	4,1
Empleados que han recibido formación en el año (porcentaje)	73,0	68,0	70,0

Alcance: Grupo BBVA



### Actividades formativas

(Porcentaje)	2006	2005	2004
<b>Horas dedicadas</b>			
Servicio al cliente	68	73	70
Habilidades	17	13	17
Idiomas	10	7	7
Tecnología	5	7	6
<b>Recursos destinados</b>			
Servicio al cliente	63	63	60
Habilidades	16	17	22
Idiomas	16	15	14
Tecnología	5	5	4

Alcance: Grupo BBVA.

### Estudiantes que han realizado prácticas en BBVA

	2006	2005
España	354	339
América	630	882
Resto del Grupo	47	41
<b>TOTAL</b>	<b>1.031</b>	<b>1.262</b>

Alcance: Grupo BBVA.

### Foros virtuales en funcionamiento

	2006	2005	2004
Núm. de foros virtuales en funcionamiento	790	796	347

Alcance: Grupo BBVA.

### Certificaciones de conocimientos<sup>1</sup>

(Número de empleados con certificación)	2006	2005	2004
EFPA ( <i>European Financial Planning Association</i> )	2.988	2.534	1.956
CIA ( <i>Certificate Internal Auditors</i> )	130	52	17
CFA ( <i>Chartered Financial Analyst</i> )	416	308	212
FRM ( <i>Financial Risk Management</i> )	146	100	16
Six Sigma	312	-	-
BULATS ( <i>Business Language Testing Service</i> )	2.275	2.025	2.025

<sup>1</sup> Cifra acumulada.  
Alcance: Grupo BBVA.

### Formación: desglose

(Porcentaje)	2006	2005
Horas a necesidades globales	21	24
Horas a necesidades específicas negocio-país	65	64
Horas a necesidades de desarrollo individual	14	12

Alcance: Grupo BBVA.

### Formación: canales

(Porcentaje)	2006	2005	2004
Formación presencial	66	60	69
Formación a distancia	20	28	22
Formación a través de e-learning	14	12	9

Alcance: Grupo BBVA.

### Foros de Comunicación y Desarrollo de la Cultura Corporativa (CDCC)

	2006		2005		2004	
	Sesiones	Participantes	Sesiones	Participantes	Sesiones	Participantes
Escuela de <i>Management</i>	60	595	32	1.338	30	734
Desayunos con la Alta Dirección	15	120	22	166	24	144
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>715</b>	<b>54</b>	<b>1.504</b>	<b>54</b>	<b>878</b>

Alcance: España.

El Grupo BBVA cumple escrupulosamente con la legislación laboral vigente en cada momento, los convenios internacionales y demás disposiciones legales y reglamentarias de carácter laboral, sin tener constancia de la existencia de procedimientos judiciales o administrativos relacionados con incumplimientos o infracciones relativas a esta materia durante el 2006.

### Derechos humanos

La actividad del sector financiero se caracteriza por ser intensiva en capital humano altamente cualificado, lo que hace improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o la libertad de asociación, entre otros. En cualquier caso, el Código de Conducta, en su tercer apartado, «Valores éticos», recoge expresamente el compromiso de BBVA con los derechos humanos, y actúa en todos los países bajo un estricto respeto por los valores éticos y las prácticas de no discriminación. Además, el Grupo BBVA ha incluido en el Código de Conducta su compromiso explícito con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con otros convenios y tratados de organismos internacionales, como la Organización Internacional del Trabajo.

Los principales mecanismos de supervisión para garantizar el cumplimiento de dichos compromisos son:

- Los Comités de Gestión de la Integridad Corporativa: promueven la adopción de las medidas necesarias para resolver las actuaciones éticamente cuestionables, como sería cualquier trasgresión de los derechos humanos. Dicho comité conoce estas actuaciones, bien a partir del desarrollo de las funciones de las áreas que representan, bien como consecuencia de comunicaciones recibidas.
- El Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativa: ha establecido como una de las principales líneas de trabajo para el 2007 la formalización de una política de derechos humanos.
- El Informe de Progreso sobre los compromisos con el Pacto Mundial que BBVA elabora anualmente. BBVA es miembro del Comité Ejecutivo de la Asociación Española del Pacto Mundial, a cuya iniciativa se sumó en el 2002. Posteriormente, se han adherido cuatro bancos del Grupo en América Latina –México, Argentina, Perú y Colombia–.
- La representación sindical y los distintos comités y organismos de supervisión existentes que contribuyen a garantizar dicho cumplimiento.

- Por otra parte, los empleados cuentan además con formación específica sobre derechos humanos en la intranet corporativa a través del curso *Diversidad e Integración*.

Respecto a la formación del personal de seguridad en materia de DD. HH., las actuaciones para la información y la formación del personal de seguridad propio y externo han sido:

- Inclusión en los Manuales de Tareas y Procedimientos de Seguridad de un apartado sobre las normas que deben cumplir los empleados en materia de derechos humanos.
- Instrucciones a los distintos departamentos de Seguridad que conforman el Grupo BBVA a través de las Jornadas Técnicas de Seguridad que se celebran anualmente para introducir en sus normativas y manuales los acuerdos sobre el respeto por los derechos humanos.
- Durante la visita técnica a América del área de Seguridad, se imparten instrucciones a los distintos responsables de seguridad para asegurar el cumplimiento de los acuerdos alcanzados por BBVA en materia de respeto por los derechos humanos.

### Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos

Las cuestiones más importantes en el ámbito de las relaciones laborales se encuentran recogidas en los diferentes acuerdos y convenios suscritos por cada entidad del Grupo con las correspondientes representaciones sindicales de cada país. BBVA respeta el papel y la responsabilidad que competen a las representaciones sindicales, de acuerdo con la legalidad vigente, y muy especialmente en lo que concierne a la negociación colectiva. En España, el Convenio Colectivo de Banca regula, con carácter sectorial, los aspectos fundamentales para las relaciones de trabajo entre los empleados y las entidades financieras.

En el 2004 se constituyó el Comité de Empresa Europeo –en el marco de la regulación vigente en los pa-

El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales cumple con los convenios de la Organización Internacional del Trabajo traspuestos al Derecho positivo español.

### Asuntos contenciosos<sup>(1)</sup>

	2006	2005	2004
Demandas derivadas de expedientes disciplinarios	35	35	40
Reclamaciones individuales	139	149	179
Conflictos colectivos	4	2	3
Actuaciones de los órganos de la Administración	68	124	129
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>310</b>	<b>351</b>

<sup>(1)</sup> Las cifras del 2004 y 2005 han sido elaboradas siguiendo los mismos criterios y la misma estructura de áreas que en el 2006, de forma que las comparaciones interanuales son homogéneas.  
Alcance: Grupo BBVA.

### Expedientes disciplinarios

	2006	2005	2004
Apercibimientos	90	97	139
Sobreseimientos	7	10	12
Sanciones	115	83	97
de las que: despidos	66	41	53
<b>TOTAL</b>	<b>212</b>	<b>190</b>	<b>248</b>

Alcance: Grupo BBVA.

íses del espacio económico europeo en los que el Grupo está presente–, que está funcionando con normalidad, con las competencias determinadas en el acuerdo colectivo que le dio origen.

Desde el área de Recursos Humanos se facilita asistencia legal a los empleados sobre derechos y deberes derivados de las relaciones de trabajo y frente a terceros, que ayuda a la resolución de conflictos. Asimismo, se difunde y promueve el conocimiento y el riguroso cumplimiento de la legislación laboral, a fin de evitar

eventuales incumplimientos de las normas laborales, situaciones de discriminación o actuaciones incorrectas que puedan originar responsabilidades al Grupo BBVA o a sus empleados. También se coordina de forma homogénea y objetiva en el Grupo la facultad disciplinaria, otorgando especial relevancia a su aspecto preventivo, con reconocimiento de los derechos y garantías del trabajador y desarrollando al mismo tiempo una política constante de rehabilitación. A este respecto, se estudian y analizan todas las reclamaciones que se presentan directa o indirectamente, proporcionando, además, la solución más satisfactoria para el Grupo y el empleado (acuerdos prejudiciales). Sólo se acude a juicio cuando las posturas de ambos son irreconciliables. Los Convenios Colectivos aplicables en BBVA no fijan, con carácter general, un período mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos en las entidades. Los cambios puntuales que se producen se analizan caso por caso de forma que se puedan evitar o mitigar los impactos negativos en los empleados y cumplir la legislación vigente.

### Salud y seguridad laboral

El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales consta de dos áreas: la técnico-preventiva y la de medicina del trabajo.

La participación sindical es un soporte básico del sistema preventivo del Grupo BBVA. Más allá de los requerimientos legales, la participación de los representantes de los trabajadores se encuentra potenciada mediante un acuerdo suscrito entre la empresa y los sindicatos representados en el Comité de Empresa, por el que se crean Delegados de Prevención Territoriales, Comités de Seguridad y Salud en grandes centros y un Comité Estatal de Seguridad y Salud –en el que se toman acuerdos relacionados con la salud de los empleados, siendo el ámbito de aplicación de los mismos el 100 % de la plantilla en España–.

La formación en salud laboral afecta al 100 % de los trabajadores y hay variaciones en la tipología de los cursos en función del país y de la legislación vigente.

### Tasa de absentismo por países

(Porcentaje)	2006	2005	2004
España	2,74	2,80	2,79
México	1,70	1,72	1,53
Puerto Rico	3,67	2,28	2,85
Venezuela	6,00	5,45	2,62
Panamá	0,68	0,78	0,11
Colombia	1,14	0,89	0,80
Paraguay	0,30	0,55	0,36
Perú	0,93	1,15	1,30
Uruguay	2,88	2,44	3,01
Chile	4,90	4,86	4,10
Argentina	1,96	1,96	1,96

Alcance: Grupo BBVA.

BBVA concede la mayor importancia y apoyo a la formación en esta materia. Cuenta así con un Portal de Salud Laboral y formación específica (como el curso básico de *Prevención de Riesgo Laboral*, disponible para toda la plantilla) y con el *Manual sobre Riesgos Laborales en Entidades Financieras*, también disponible en la intranet. Se han efectuado distintos cursos en materia de emergencias, incendios y otras situaciones de riesgo, como la prevención de riesgos psicosociales y situaciones de riesgo personal.

BBVA lleva a cabo evaluaciones de riesgo de todos los centros de trabajo de la entidad, en relación con las condiciones de seguridad en el trabajo, higiene ambiental y ergonomía y psicología. En los simulacros de evacuación ante situaciones de emergencia intervienen, además de los empleados de BBVA, todo el personal externo y clientes presentes, bomberos, protección civil y policía local. En total, y en distintas acciones, se ha formado en el 2006 en prevención de riesgos laborales a un colectivo de más de 7.413 empleados sólo en España. Adicionalmente, BBVA colabora en diversos estudios e investigaciones sobre el estrés laboral en el sector bancario y sobre la existencia del riesgo de carga mental en sus centros de trabajo.

Con respecto al área de Medicina del Trabajo, la vigilancia y el control de la salud de los trabajadores es el objetivo primordial del área. Así, dentro de la actividad preventiva, se han efectuado en el año un total de 10.500 reconocimientos médicos. Asimismo, se ha

continuado con el protocolo de actuación específico para todas las trabajadoras embarazadas.

Del mismo modo, y dentro de la actividad preventiva, desde el área de Vigilancia de la Salud se han llevado a cabo un total de 250 gestiones, en colaboración con el área Técnica del Servicio Mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales (Grupo BBVA), para la adecuación de los puestos de trabajo. Por otro lado, y para dar cumplimiento a la normativa vigente sobre la protección del embarazo y la maternidad, el área Técnica del Servicio de Prevención ha evaluado los puestos de trabajo de gestantes con el fin de adoptar las medidas necesarias para facilitar su tarea, todo ello conforme al protocolo médico establecido en el Portal de Salud Laboral.

El Grupo BBVA ha recibido en los últimos años diversos reconocimientos en salud y seguridad laboral, como el Premio Nacional de Prevención de Riesgos Laborales y Salud Laboral y el Premio Empresa Ejemplar Internacional en Materia de Prevención de Riesgos Laborales y Salud Laboral.

### Conciliación de vida personal y laboral e igualdad de oportunidades

BBVA ha participado a lo largo del 2006 en la elaboración de diferentes estudios e iniciativas para favorecer la igualdad de oportunidades en el Grupo. Por un lado, ha colaborado en el proyecto Por la Diversidad Activa, sobre diversidad vertical, que se enmarca dentro de la iniciativa Equal (iniciativa comunitaria promovida por

### Mujeres en puestos de dirección con hijos a su cargo

(Porcentaje)	2006	2005	2004
<b>España</b>			
Comité de Dirección y directores corporativos	91,67	76,92	80,00
Directivos	54,05	54,01	54,47
<b>América</b>			
Comité de Dirección y directores corporativos	75,00	0,00	9,09
Directivos	37,98	25,00	26,55
<b>Media para el Grupo</b>			
Comité de Dirección y directores corporativos	89,29	76,92	81,82
Directivos	46,57	55,83	56,19

Alcance: Grupo BBVA.

### Distribución funcional por género

(Porcentaje)	2006		2005		2004	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
<b>España</b>	<b>59,38</b>	<b>40,62</b>	<b>61,65</b>	<b>38,35</b>	<b>62,64</b>	<b>37,36</b>
Comité de Dirección y directores corporativos	88,57	11,43	93,12	6,88	94,54	5,46
Directivos	85,49	14,51	86,94	13,06	88,04	11,96
Jefes de equipo y técnicos	61,60	38,40	64,72	35,28	66,41	33,59
Administrativos y servicios generales	52,58	47,42	53,52	46,48	54,13	45,87
<b>América</b>	<b>49,33</b>	<b>50,67</b>	<b>51,19</b>	<b>48,81</b>	<b>52,57</b>	<b>47,43</b>
Comité de Dirección y directores corporativos	96,67	3,33	100,00	0,00	98,68	1,32
Directivos	80,09	19,91	78,76	21,24	78,63	21,37
Jefes de equipo y técnicos	60,02	39,98	58,85	41,15	60,15	39,85
Administrativos y servicios generales	45,03	54,97	45,48	54,52	46,20	53,80
<b>Media para el Grupo</b>	<b>53,03</b>	<b>46,97</b>	<b>54,99</b>	<b>45,01</b>	<b>57,18</b>	<b>42,82</b>
Comité de Dirección y directores corporativos	91,52	8,48	95,27	4,73	95,91	4,09
Directivos	83,39	16,61	84,18	15,82	84,64	15,36
Jefes de equipo y técnicos	60,94	39,06	61,62	38,38	63,12	36,88
Administrativos y servicios generales	46,67	53,33	47,40	52,60	48,16	51,84

Alcance: Grupo BBVA.

### Contratos por género

(Porcentaje)	2006			2005			2004		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Fijos o indefinidos a tiempo completo	49,85	42,22	92,07	51,66	40,21	91,88	52,48	39,36	91,85
Fijos o indefinidos a tiempo parcial	0,48	0,97	1,45	0,61	0,82	1,43	0,64	0,78	1,42
Temporales	2,28	3,08	5,36	2,30	3,20	5,50	2,30	3,03	5,33
Otros	0,41	0,71	1,12	0,42	0,77	1,19	0,46	0,94	1,40

Alcance: Grupo BBVA.

la Comisión Europea), cuyo objetivo es promover nuevas prácticas de lucha contra todo tipo de desigualdad en el mercado laboral. Adicionalmente, BBVA ha iniciado en el 2006 su participación en el programa Óptima, una iniciativa del Instituto de la Mujer (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales) y cofinanciada por el Fondo Social Europeo, cuyo objetivo es fomentar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en las empresas.

En base al compromiso adquirido en el Acuerdo de Igualdad y Conciliación Vida Familiar y Laboral firmado en el 2005 con las representaciones sindicales,

se ha constituido una Comisión de Igualdad de Oportunidades integrada por la representación sindical y por el área de RR.HH. de BBVA –con la participación del departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas– para impulsar prácticas favorecedoras de la igualdad.

En línea con los planteamientos de la cultura corporativa recogidos en *La Experiencia BBVA*, se está desarrollando un proyecto innovador de alcance corporativo denominado Calidad de Vida en BBVA. Pretende establecer un marco global, de aplicación para todo el Grupo, mediante la definición de los princi-

pios de calidad de vida en torno a los cuales se podrán desarrollar iniciativas, tanto de alcance general como local, encaminadas a facilitar la conciliación y el equilibrio de la vida laboral y personal de los empleados. En el desarrollo del mismo participan personas de diferentes áreas, inclusive los responsables de RR.HH. de América Latina, haciendo de la diversidad una ventaja competitiva para su implantación progresiva a nivel corporativo. Durante el 2007 se desarrollarán medidas concretas para promover la conciliación de la vida laboral y familiar dentro del Grupo.

Por otro lado, el proyecto Senior pretende potenciar el nexo del banco con los empleados más allá de su etapa profesional. Tiene como objetivo la mejora continua de la relación con los empleados que finali-

zan su etapa en activo, así como con sus familiares más directos, en caso de fallecimiento del empleado. Se trata de un programa activo y dinámico que cuenta entre sus contenidos con la creación de un espacio específico en Internet y de acceso exclusivo donde se pueden encontrar diferentes alternativas de información y noticias del Grupo, productos bancarios exclusivos, productos y servicios no financieros con descuentos, actos culturales e información sobre trámites administrativos específicos de este colectivo, entre otros.

### Voluntariado

Los programas de voluntariado promueven la participación de las personas de BBVA en iniciativas sociales y solidarias. Si bien diferentes entidades del

Voluntariado		
País	Iniciativa	Observaciones
España	Euro Solidario	Donación de un euro en cada nómina para proyectos educativos de Entreculturas en América Latina. Más información en el capítulo "BBVA y el apoyo a la comunidad".
	Cesión de ordenadores	A organizaciones humanitarias. Posibilitada gracias a la labor voluntaria de empleados del área de Transformación y Productividad.
	Proyecto "Juntos"	Colaboración de empleados del área de Riesgos en un proyecto de Manos Unidas para la mejora de vías de comunicación en Perú.
Bolivia	Cesión gratuita de ordenadores	Cesión a instituciones públicas. Posibilitada gracias a la labor voluntaria de empleados del área de Informática.
Chile	Juguetes y elementos didácticos	Como complemento al Plan de Acción Social, se ha realizado una campaña para aportar juguetes y elementos didácticos para 40 jardines infantiles.
Colombia	Solidaridad con los afectados por el invierno	Los empleados del Grupo en Colombia realizaron donaciones en dinero o en especie para las personas de escasos recursos afectadas por la ola invernal.
	Regalos de Navidad	Se realizó una convocatoria entre empleados para entregar regalos de Navidad a niños de escasos recursos.
México	Centros de Capacitación Integral	Integrados en el programa BBVA Bancomer en la Educación, proporcionan un servicio educativo y social voluntario a comunidades de escasos recursos, a través de 24 centros sostenidos por la Fundación BBVA Bancomer.
Perú	Lucha contra el cáncer	Participación en la colecta anual de la Liga Peruana de la Lucha Contra el Cáncer.
Puerto Rico	Nóminas solidarias con Fondos Unidos	Los empleados aportan directamente de su nómina el importe que desean a Fondos Unidos, agrupación de 154 ONG's.
	"Adelante es Aprender"	Plan de educación financiera en las escuelas elementales.
	Talleres de orientación para personas mayores	Talleres de orientación sobre aspectos bancarios adaptados a sus necesidades.
Venezuela	Proyecto "Papagayo"	Participación en este proyecto, que gestiona la Fundación BBVA Banco Provincial y cuyo objetivo es impulsar la creatividad literaria y la educación en valores.

Grupo fomentan programas de voluntariado entre sus empleados, en diciembre del 2006 se ha aprobado un Plan de Voluntariado Corporativo de carácter general que se empezará a aplicar a partir del 2007. Basado en un amplio proceso de consulta a directivos, empleados y personal pasivo y alineado con los valores, posicionamiento y estrategia del Grupo, el plan define un marco común para todo el Grupo, así como líneas específicas para España. Los programas concretos –en los que podrán participar los emplea-

dos en activo, prejubilados y jubilados que lo deseen– se definirán dependiendo de cada país, teniendo en cuenta que en América Latina dichos programas están particularmente vinculados al Plan Marco de Acción Social del Grupo BBVA en América Latina (vid. «BBVA y el apoyo a la comunidad»). Sobre este tema, BBVA realizó un curso en colaboración con la UNED y Economistas sin Fronteras (Madrid, septiembre del 2006), con un gran porcentaje de asistencia de empleados.



## BBVA Y SUS CLIENTES

7

### El compromiso de BBVA con sus clientes

"El cliente como centro del negocio: ofrecerle un servicio de calidad, satisfacer sus necesidades financieras y responder de manera eficaz a sus perspectivas".

### Rasgos básicos

	2006	2005
Núm. clientes (millones)	42,4	38,4
Satisfacción de clientes (España)	70,2%	67,9%
Núm. oficinas	7.585	7.410
Total de proyectos analizados según los Principios de Ecuador	33	16
Fondos ISR respecto al total de fondos gestionados (%)	1,57	1,53

### Fortalezas

- Adaptación a las necesidades de los inmigrantes.
- Facilidades de acceso a la financiación en América Latina.
- Productos y servicios para instituciones públicas y privadas.
- Criterios sociales y ambientales en los proyectos inmobiliarios.
- Medidas para la prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas.
- Productos para sectores desfavorecidos o con necesidades especiales.

### Grado de avance en las principales líneas de trabajo en el 2006

- Desarrollo de los proyectos San Jerónimo (México) y *Underserved*, dirigidos a facilitar el acceso al crédito al segmento de bajos ingresos en América Latina. ③
- Expansión a otros países de la Tarjeta Negocios Bancomer. ②
- Desarrollo de procedimientos para la aplicación de los Principios de Ecuador. ②
- Avances en la consideración de factores ambientales en el riesgo crediticio. ②
- Lanzamiento de nuevos productos y servicios para el segmento inmigrante en Estados Unidos por BBVA Bancomer. ③

① Poco significativo, ② Significativo, ③ Muy significativo.

### Campos de mejora

- Mayor bancarización y acceso al crédito de colectivos de bajos ingresos y microempresas.
- Especial atención a las microfinanzas.
- Desarrollo de la inversión socialmente responsable.
- Mejoras en la aplicación de los Principios de Ecuador.
- Consideración de factores ambientales en el riesgo crediticio.

### Aspectos considerados más relevantes por los clientes

- Nivel de respuesta de la organización que esté a la altura de lo esperado.
- Orientación a satisfacer las necesidades específicas de los clientes y el buen trato a éstos.
- Comportamiento ético y transparencia.
- Buena organización en la entidad.
- Calidad de los productos y servicios ofrecidos y la relación entre ésta y el precio.



## Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las agencias especializadas

(Escala: 0 a 100)	Dimensión	2006		2005		2004	
		BBVA	Media sector	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector
SAM	Gestión del riesgo y las crisis	96	65	94	83	89	76
	Gestión de las relaciones con clientes	91	57	100	70	95	66
	Medidas/Políticas contra el crimen	93	61	82	61	71	62
	Valor social añadido: inclusión financiera	75	32	75	34	70	24

Los datos correspondientes a la agencia Vigeo, que se recogían en el *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005*, no se pueden integrar en esta edición al no haber sido comunicadas, a fecha de cierre de este informe las valoraciones correspondientes al 2006.  
Alcance: Grupo BBVA.

### Aspectos de la información de RC sobre clientes considerados más relevantes por los grupos de interés

- Productos financieros que impulsen la responsabilidad corporativa.
- Accesibilidad de los productos financieros.
- Medidas contra la corrupción.
- Trato justo a los clientes.
- Impactos sociales y medioambientales directos e indirectos de la actividad financiera.
- Ampliación de la información sobre la actuación internacional del Grupo.
- Medidas contra el blanqueo de dinero.
- Responsabilidad en el *marketing* y la comunicación.

### Principales canales de diálogo con clientes

- Redes comerciales y webs transaccionales.
- Servicios de Atención al Cliente.
- Investigaciones sobre expectativas y percepción.
- Defensor del Cliente.
- Publicaciones/webs para segmentos específicos

Nota: Existen otros canales de diálogo detallados en el capítulo «Los grupos de interés de BBVA».

### Principales líneas de trabajo en el 2007

- Proyectos dirigidos a facilitar el acceso al crédito al segmento de bajos ingresos en América Latina.
- Avances en la aplicación de los Principios de Ecuador.
- Avances en la consideración de factores ambientales en el riesgo crediticio.
- Desarrollo de las microfinanzas.
- Mejoras en el modelo para prevenir el blanqueo de capitales y la financiación de actividades terroristas.

### Canales de servicio

Los principales canales directos los constituyen la red de oficinas y los autoservicios, además de los servicios de banca telefónica, banca electrónica y banca por Internet, que permiten a los clientes realizar operaciones las 24 horas del día y los 365 días del año. En el caso de los servicios de banca por Internet, en todo momento se busca facilitar la navegación a personas con alguna dificultad física, manteniendo los más altos niveles de accesibilidad.

En el 2006, BBVA ha lanzado un nuevo canal conocido como Fuvex para ofrecer productos y servicios en centros comerciales y otros lugares de afluencia masiva de una forma más cercana y directa. Es de destacar la adaptación que *a priori* supone este canal de comercialización a colectivos como jóvenes, inmigrantes o discapacitados, por lo que es idóneo para comercializar productos específicamente diseñados para ellos (préstamos para discapacitados, préstamos para jóvenes, Préstamo Nacimiento, medios de pago, etc.).

### Calidad, satisfacción y atención al cliente

El Plan de Calidad 2006 en España ha continuado en la evolución iniciada desde el Proyecto Cliente, con la idea de consolidar la calidad de servicio como palanca para mejorar la productividad comercial y avanzar en la generación de confianza como base fundamental en las relaciones comerciales con los clientes. BBVA considera este último concepto fundamental para lograr una relación comercial satisfactoria en el largo plazo con los clientes (concepto que incluye el conocimiento del

cliente, la explicación adecuada de productos, la proactividad en el asesoramiento, la transparencia de comisiones y la resolución de errores). BBVA sigue en la senda positiva iniciada en el 2005, al pasar de una valoración de 6,62 sobre 10 a 6,88 en el 2006 en el indicador de generación de confianza en España.

BBVA ha avanzado en la delegación de responsabilidad (*empowerment*) a las oficinas y las direcciones de zona, dotándolas de plena autonomía en la implantación de planes específicos de mejora de los indicadores de calidad y una mayor delegación en la atención y tratamiento de quejas y reclamaciones.

Para incrementar la calidad percibida por los clientes en la gestión de sus quejas y reclamaciones, se ha creado el departamento TRATO, como unidad encargada de prestar apoyo a las oficinas y las direcciones de zona, así como de hacer seguimiento de las gestiones realizadas y proponer medidas correctoras, lo que ha permitido agilizar las respuestas y mejorar la valoración de los clientes.

El nuevo Modelo de Gestión de la Calidad de Servicio de las áreas de apoyo que conforman Tecnología y Operaciones está basado en la cultura permanente de orientación al cliente y tiene como objetivo impulsar la mejora continua de la prestación de servicios. El 2006 ha sido el año de extensión de este modelo a los bancos de América. El modelo está estructurado en varios ejes, que han determinado su avance durante el 2006:

- Proyecto Metrical: con el objetivo de conocer el nivel de calidad de servicio que el área de Tecnología y Operaciones ofrece a sus clientes internos y externos, el proyecto integra una metodología que contempla toda la casuística inherente al ciclo de vida de todos los indicadores de calidad de servicio en este área.
- Despliegue progresivo de Acuerdos de Calidad de Servicio (ACS) con alcance a todos los servicios que proporciona Tecnología y Operaciones. Los ACS definen el marco de relación y grado de cumplimiento entre Tecnología y Operaciones y las áreas de negocio, formalizando y evaluando los compromisos de prestación de servicio entre los departamentos que sustentan la cadena cliente-proveedor.
- El *benchmarking* de servicios constituye para Tecnología y Operaciones un proceso sistemático continuo para orientar la actividad e identificar los niveles de competitividad y calidad. Adicionalmente, PUIR y AGORA y el diagnóstico a través de encuestas conforman otras metodologías y herramientas propias orientadas a la mejora continua.

Respecto a los bancos del Grupo en América, en el ejercicio 2006 Tecnología y Operaciones ha implementado el Modelo de Niveles de Servicio América que consta de cuatro ejes de actuación:

- Percepción del Servicio al Cliente: con alcance en procesos considerados críticos por los clientes, está implantado en Argentina, Chile, Colombia, Perú, Puerto Rico, México, Venezuela y Panamá. Estas mediciones están orientadas a conocer todos los factores técnicos, operativos y de negocio que pudieran perjudicar el servicio comprometido con el cliente.
- Percepción del Servicio Interno: a través de distintas herramientas, como los Acuerdos de Calidad Técnica, Indicadores de Servicio Técnico y Acuerdos de Prestación de Servicio, se especifican los parámetros necesarios para conocer el nivel de compromiso y evaluar el cumplimiento.
- Mejora de la Calidad de Servicio en la Gestión de Incidencias: se ha definido un modelo de reporte de incidencias y eventos relevantes para que los distintos usuarios, tanto de negocio como de las áreas técnicas, puedan conocer con la máxima transparencia las desviaciones de nivel de servicio y aportar medidas correctivas.
- Calidad de la Actuación: los resultados de todas las mediciones conforman la evaluación del cumplimiento y su aplicación al sistema de retribución variable de Tecnología y Operaciones América.

### BBVA Bancomer (México)

BBVA Bancomer tiene entre sus objetivos la mejora permanente de la calidad en el servicio ofrecido en las ventanillas. Aprovechando la capacidad instalada en la red de sucursales, durante el 2006 se implantó plenamente un nuevo modelo de servicio con tecnologías de vanguardia con el objetivo de mejorar la atención preferencial, que se ha traducido en un incremento significativo en la satisfacción del cliente en cuanto a tiempos de espera. Al segmentar, se mejoraron los esquemas de atención comercial y venta de productos a los clientes. Esto ha permitido en el 2006 lograr:

- Una mejora de 14 puntos básicos en la calificación del cliente sobre la percepción del tiempo de espera.
- El incremento en el porcentaje de clientes atendidos para cada segmento.

### BBVA Banco Continental (Perú)

El compromiso adquirido por BBVA Banco Continental en el 2005, año en el que recibió el Premio

Nacional a la Calidad, le ha convertido en un promotor del Modelo de Excelencia en la Gestión Empresarial. En el 2006 ha patrocinado y organizado diversos eventos orientados a promocionar la calidad empresarial entre la sociedad peruana, compartiendo experiencias con expertos mundiales y con las principales sociedades del tejido empresarial peruano. Las palancas de actividad en el 2006 se han centrado en la mejora de los resultados de las distintas mediciones orientadas a conocer los niveles de satisfacción de los clientes externos; la activación de una nueva aplicación informática para dar soporte a las evaluaciones de la cadena cliente-proveedor interno; y dotar de mayor alcance a los 68 Acuerdos de Calidad de Servicio suscritos entre las áreas de apoyo y las unidades de negocio. Igualmente, se ha trabajado intensamente para mejorar el Módulo Corporativo de Atención de Reclamaciones, que permite la gestión integral de la insatisfacción del cliente, con extraordinarios resultados, que han permitido a BBVA Banco Continental ser uno de los bancos con menos reclamaciones en la autoridad suprabancaria del sistema financiero peruano.

Adicionalmente, durante el 2006, el banco llevó a cabo su adecuación a lo establecido en el *Reglamento de transparencia de información y disposiciones aplicables a la contratación con usuarios del sistema financiero peruano*, acometiendo con éxito todas las obligaciones derivadas de la nueva normativa.

#### **BBVA Banco Francés (Argentina)**

BBVA Banco Francés ha convertido la calidad en un objetivo determinante de la capacidad para diferenciarse de la competencia. La diferenciación se ha basado en contar con productos atractivos, de alto valor para el cliente, respaldados por un servicio de post-venta excelente. BBVA Banco Francés se estructura como una cadena de servicio entre todas las áreas del banco orientadas a lograr y mantener a los clientes satisfechos. Esto se articula sobre dos modelos de gestión: el

Modelo de Servicio a Áreas Centrales y el Modelo de Atención de Sucursales.

La adhesión de BBVA Banco Francés al Código de Prácticas Bancarias ha supuesto elevar los niveles de compromiso de respuesta a las reclamaciones y trámites de los clientes. Para ello, se han revisado los procesos y mejorado el sistema de post-venta, unificando criterios en el tratamiento de reclamaciones con el objetivo de agilizar la gestión, reducir los tiempos de respuesta a los clientes y homogeneizar criterios entre todas las áreas en base al uso de más de 400 variables distintas de tipologías de reclamaciones asociadas a los productos y servicios que comercializa el banco.

#### **BBVA Colombia**

BBVA Colombia asumió en el 2006, tras la fusión con el Banco Granahorrar, el reto de homogeneizar el Modelo de Atención al Cliente, para garantizar la claridad en la información y la transparencia en la gestión durante todo el proceso de cambio, reduciendo al mínimo el impacto en los clientes, de forma que los niveles de respuesta fueran satisfactorios. Como consecuencia de lo anterior, BBVA Colombia ha recibido en la encuesta de Satisfacción de Clientes una valoración superior al promedio del sector en el 67 % de las variables evaluadas, manteniendo la tendencia positiva de los últimos años.

#### **BBVA Chile**

Durante el 2006, BBVA Chile ha puesto en marcha ocho Proyectos de Calidad, alcanzando niveles de avance muy satisfactorios. Se enmarcan en el Proyecto Mapa de Calidad Chile, cuyo objetivo es contar con una herramienta de mejora que proporcione una visión integral y continua de las relaciones y procesos críticos de impacto en el cliente. Los proyectos citados, cuyo desarrollo se culminarán, durante el ejercicio 2007, posicionan a BBVA Chile como un motor de excelencia en la gestión en el sistema financiero chileno.

El Grupo BBVA cumple con la legislación y con la normativa antimonopolio. En el ámbito de los Servicios Jurídicos de Banca Minorista-Distribución, se puede certificar que no consta que durante el 2006 Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, SA. haya incurrido en alguna infracción o incumplimiento de la citada legislación declarada en virtud de sentencia judicial firme.

## Certificaciones ISO

	2006			2005			2004		
	ISO 9001	ISO 14001	Total	ISO 9001	ISO 14001	Total	ISO 9001	ISO 14001	Total
España	17	3	20	20	2	22	19	2	21
Argentina	21	-	21	18	-	18	14	-	14
México	7	-	7	4	-	4	7	-	7
Resto del mundo	8	-	8	13	2	15	20	2	22
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>3</b>	<b>56</b>	<b>55</b>	<b>4</b>	<b>59</b>	<b>60</b>	<b>4</b>	<b>64</b>

Alcance: Grupo BBVA.

## Número de reclamaciones ante la autoridad suprabancaria<sup>(1)</sup>

	Total expedientes			Total expedientes/actividad <sup>(2)</sup>		
	2006	2005	2004	2006	2005	2004
España	237 <sup>(a)</sup>	248 <sup>(a)</sup>	259 <sup>(a)</sup>	0,88	1,04	1,24
México	257	159	240	4,12	2,65	4,97
Argentina	32	55	-	6,08	11,40	-
Perú	50	73	93	7,96	13,87	21,27
Colombia	2.121 <sup>(b)</sup>	592 <sup>(b)</sup>	599	300,57 <sup>(b)</sup>	147,21	215,18
Chile	373	447	581	36,03	49,75	77,35
<b>TOTAL</b>	<b>3.070</b>	<b>1.574</b>	<b>1.772</b>	<b>355,64</b>	<b>225,92</b>	<b>320,01</b>

<sup>(1)</sup> Cada país regula de forma diferente los criterios de admisión de reclamaciones ante la autoridad suprabancaria nacional.

<sup>(2)</sup> Por cada mil millones de euros de actividad (inversión crediticia + recursos gestionados).

<sup>(a)</sup> Fuente interna: reclamaciones trasladadas al Banco de España hasta el 31 de diciembre.

<sup>(b)</sup> El incremento se debe a la fusión con Banco Granahorrar. En términos comparativos, en el 2005, bajo el escenario de fusión, hubiera registrado 2.044 expedientes, con lo que la Tasa Anual Móvil (TAM) presentaría un leve incremento del 4 % y el ratio de expedientes por actividad de negocio hubiera presentado una reducción del 27,43 %.

Alcance: Grupo BBVA.

## Reclamaciones presentadas ante el Servicio de Atención al Cliente en España<sup>(1)</sup>

	2006	2005	2004
Resueltas totalmente a favor del cliente	2.366	1.721	910
Resueltas parcialmente a favor del cliente	608	485	447
Resueltas a favor del banco	3.138	2.600	1.552
Pendientes de respuesta a 31 de diciembre	359	231	418
Inadmitidas a trámite por causa reglamentaria	208	30	0
<b>TOTAL</b>	<b>6.679</b>	<b>5.067</b>	<b>3.327</b>

<sup>(1)</sup> Según el Reglamento para la Defensa del Cliente en España del Grupo BBVA, toda reclamación formal debe ser atendida por el Servicio de Atención al Cliente en primera instancia. El Servicio de Atención al Cliente realiza sus funciones para 22 sociedades del Grupo en España.

Alcance: España.

## Reclamaciones por causas en España

(Porcentaje)	2006	2005	2004
Comisiones y gastos en cuentas y depósitos	19,6	17,2	20,0
Servicios (recibos domiciliados, funcionamiento de cajeros, etc.)	17,6	18,2	16,0
Productos de activo (condiciones, reembolsos...)	14,9	16,4	13,0
Información y respuesta a clientes	11,6	15,2	13,0
Medios de pago (tarjetas de crédito)	8,8	7,3	7,0
Productos financieros y de previsión (asesoramiento y rentabilidad)	8,0	6,2	5,0
Otros	19,5	19,5	27,0

Alcance: España.

## Defensor del Cliente en España. Clasificación de los expedientes por la forma de conclusión<sup>(1)</sup>

	2006	2005	2004
Total entradas	1.441	1.297	2.443
Inadmitidos por causa reglamentaria	45	91	216
Concluidos	1.352	1.206	2.227
Solución amistosa	493	278	931
Desestimada	651	736	1.061
Resolución formal (a favor del reclamante)	196	189	223
Falta de contestación (solicitud de documentación adicional)	12	3	12
Pendientes de resolver a 31 de diciembre	44	-	-

<sup>(1)</sup> La disminución en el número de reclamaciones se debe en gran medida a la aprobación en el 2004 del Reglamento para la Defensa del Cliente en España del Grupo BBVA, de modo que toda reclamación formal debe ser atendida por el Servicio de Atención al Cliente en primera instancia.  
Alcance: España.

## Número medio de días en resolver una reclamación

	2006	2005	2004
Reclamaciones internas (SAC)	18	15	18
Defensor del Cliente	11	11	18

Alcance: España.

## Encuestas de satisfacción de clientes particulares

	España			México			Argentina		
	2006	2005	2004	2006	2005	2004	2006	2005	2004
	Escala 1-100			Escala 1-7			Escala 1-7		
Encuesta externa multimarca	70,2	67,9	67,6	5,82	5,76	5,78	8,23	5,77	5,61
Fuente: FRS Inmark									
	Escala 1-100			Escala 1-7			Escala 1-7		
Mediciones externas propias C.A.C.O.	7,85	7,63	7,67 <sup>a</sup>	8,74	8,64	8,62	8,34	8,24	7,57
	Perú			Chile			Colombia <sup>b</sup>		
	2006	2005	2004	2006	2005	2004	2006	2005	2004
	Escala 1-7			Escala 1-7			Escala 1-100		
Encuesta externa multimarca	5,59	5,77	5,58	n.d.	5,73	5,57	83,0	85,8	83,1
Fuente: FRS Inmark									
	Escala 1-5			Escala 1-100			Escala 1-5		
Mediciones externas propias C.A.C.O.	4,09	4,18	4,08	80,5	77,2	76,8	3,79	4,22	3,98

<sup>(a)</sup> El cuestionario se modificó en el 2005. Con este nuevo cuestionario, el dato del 2004 habría sido 7,37.  
<sup>(b)</sup> Fuente: Tecnología y Gerencia (No utilizan FRS).  
Alcance: Grupo BBVA.

### Defensor del Cliente

Es una figura independiente cuya función es la de proteger y defender los intereses de los clientes cuando éstos consideran que sus derechos se han visto lesionados por alguna actuación de la entidad. Esta figura permite al cliente que no está de acuerdo con la respuesta que ha recibido de la Entidad obtener una revisión gratuita en segunda instancia de su queja por el Defensor desde una perspectiva independiente. Las resoluciones del Defensor, que son vinculantes para el Grupo BBVA, son trasladadas a las distintas unidades que lo componen para su ejecución.

Las actividades del Defensor del Cliente se extienden a todas las unidades del actual Grupo BBVA y sus sociedades participadas en España.

### Transparencia, publicidad y etiquetado

Ante la importancia que conceden los clientes a las comisiones por transacciones, BBVA ofrece a sus clientes, mediante el producto Cuentas Claras, el cobro de una única cuota por comisiones que incluye distintos servicios bancarios e incorpora descuentos por vinculación. Este producto ha sido elegido por *Actualidad Económica* entre las ideas más innovadoras del sector financiero en España en el 2005.

En cuanto a la información y el etiquetado de productos, BBVA cumple rigurosamente las normativas de los países en los que opera. Para ello, somete las campañas de publicidad a la supervisión de los organismos competentes en cada caso para su autorización, princi-

El Grupo BBVA cumple con la legislación y con la normativa de información y etiquetado de productos, así como con la de mercadotecnia y de publicidad. En el ámbito de los Servicios Jurídicos de Banca Minorista-Distribución, se puede certificar que no consta que durante el 2006 Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S. A. haya sido sancionado o multado por haber incurrido en alguna infracción o incumplimiento de la citada legislación.

## Acciones informativas externas

	ESP	ARG	CHI	COL	MEX	PAN	PER	P.RI	URU	VEN	TOTAL
Ruedas de prensa	52	1	6	4	35	15	21	2	9	4	149
Negocios	18	0	3	1	16	4	8	1	2	0	53
Corporativas, institucionales y socio-culturales	34	1	3	3	19	11	13	1	7	4	96
Conferencias y otros actos informativos (entrevistas, columnas, firmas...)	475	483	239	51	330	90	125	8	102	133	2.036
Notas de prensa	151	47	15	60	92	25	67	14	57	81	609
Negocios	65	8	4	20	46	5	35	9	3	31	226
Corporativas, institucionales y socio-culturales	86	39	11	40	46	20	32	5	54	50	383

ESP: España, ARG: Argentina, CHI: Chile, COL: Colombia, MEX: México, PAN: Panamá, PER: Perú, P.RI: Puerto Rico, URU: Uruguay, VEN: Venezuela.  
Alcance: Grupo BBVA.

palmente el Banco de España y la Comisión Nacional del Mercado de Valores, en España, y las diferentes Superintendencias Bancarias y Previsionales de cada país, en el caso de América Latina. BBVA es además miembro de organismos de autorregulación, como Autocontrol de la Publicidad, entidad especializada en el arbitraje publicitario y cuyos veredictos son considerados de obligado cumplimiento, así como de las asociaciones de anunciantes de cada país, desde donde se impulsa la transparencia y las mejores prácticas en esta materia.

### Productos y servicios con criterios de responsabilidad corporativa (RC)

Para BBVA, la responsabilidad corporativa debe desarrollarse muy especialmente a través de la actividad de negocio, incluyendo en los productos y servicios criterios sociales, ambientales y éticos, con la finalidad de ejercer un impacto positivo (o disminuir un impacto negativo) en la sociedad y en el medio ambiente. Las principales áreas de interés desde esta perspectiva son la bancarización de personas sin acceso a los productos y servicios financieros, los productos solidarios, el análisis del riesgo social y ambiental en los proyectos de inversión y la gestión de activos.

#### Particulares, pequeñas y medianas empresas y microempresas

Se incluyen en esta calificación aquellos productos y servicios adaptados a las necesidades de colectivos especiales –como jóvenes, mayores, familias, discapaci-

ados, personas de bajos ingresos e inmigrantes, entre otros– o a facilitar el acceso a la vivienda a través del crédito hipotecario. BBVA ha puesto en marcha distintas acciones en función de las necesidades en cada país.

Así, una de las iniciativas más destacables en España es el Plan Familias BBVA: un plan de acción social en apoyo de la economía familiar. Su principal línea de actuación es el Programa de Financiación Familiar, dirigido a cubrir necesidades familiares básicas, principalmente a través de productos y servicios en condiciones de total gratuidad. Hasta la fecha, BBVA ha desarrollado tres productos integrados en este programa: los préstamos Joven, Nacimiento y Superación (vid. capítulo «BBVA y el apoyo a la comunidad»). Destaca además en el 2006 el lanzamiento de productos y servicios para colectivos de rentas bajas, orientados a facilitar la integración financiera mediante facilidades de pago, congelación y aplazamiento de cuotas, así como a adquirir un historial crediticio que permita el acceso posterior a otros productos y servicios bancarios. También se ha avanzado en los productos y servicios dirigidos a inmigrantes, principalmente a través de Dinero Express y mediante la Hipoteca Fácil Universal, en la que, a la hora de la concesión, se valoran características propias del segmento de inmigrantes.

BBVA también fomenta la colaboración de sus clientes con organizaciones humanitarias a través de servicios como Colabor@, que permite a los clientes realizar donaciones a organizaciones y campañas de

emergencia a través de la banca por Internet, y de productos como las tarjetas VISA Cruz Roja y VISA Solidaridad Internacional, que ceden el 0,7 % de los pagos realizados a dichas organizaciones.

Un aspecto muy relevante relacionado con los clientes empresariales es la consideración de factores ambientales en el análisis del riesgo crediticio: a lo largo del 2006 se ha avanzado significativamente en el desarrollo de la herramienta denominada Ecorating, que posibilita analizar y valorar ambientalmente a los clientes, así como trazar mapas de riesgo ambiental de la cartera crediticia (vid. el capítulo «BBVA y el medio ambiente»).

En América Latina, BBVA ha decidido impulsar en la región la bancarización y el acceso a los servicios financieros a segmentos masivos de la población, lo que requiere priorizar la financiación al consumo y desarrollar modalidades de negocio no tradicionales. En este sentido, BBVA es un sólido suministrador de financiación y servicios bancarios a pymes, microempresas y hogares de bajos ingresos, con productos y metodologías de crédito propios. Como muestra de esta prioridad, se ha creado una unidad regional especializada en colectivos de bajos ingresos, con la que se pretende cumplir de forma más eficiente con los objetivos de ofrecer crédito al consumo y ayudar a acercar al grueso de la población el sistema bancario. En todos los bancos del Grupo en América se han emprendido acciones y desarrollado productos que se adecuan a las

necesidades de determinados clientes. Se destacan a continuación las principales en el 2006:

- BBVA Bancomer (México) ha continuado con el desarrollo de la Tarjeta Congelada y la Tarjeta Negocios, que han sido adaptadas e implantadas en varios países de la región. La Tarjeta Congelada está diseñada especialmente para los segmentos más desfavorecidos: los ingresos mínimos exigidos son bajos y se puede obtener sin contar con experiencia crediticia en el sistema. La Tarjeta Negocios es un producto de crédito adaptado a pequeños negocios, flexible y con un alto uso electrónico. Se otorgan créditos preaprobados por importes máximos equivalentes a las ventas que el negocio registra en un mes. También destaca el programa de vivienda social para reactivar la financiación hipotecaria, en colaboración con el Instituto Nacional del Fondo para la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT).
- BBVA Banco Provincial (Venezuela) se ha centrado en la atención a los microempresarios a través de distintas iniciativas: el Programa de Formación para Microempresarios y la Tarjeta Microempresario Visa BBVA Banco Provincial. Esta última es un medio de financiación sencillo, ágil y cómodo que permite a este segmento contar con disponibilidad de recursos de forma instantánea, sin necesidad de efectuar trámites adicionales. BBVA Banco Provincial mantuvo en el 2006 su posición de líder de la

### Productos y servicios en los distintos países

Banco	Colectivos <sup>(2)</sup>	No bancarizados y bajos ingresos	Vivienda y acceso al crédito hipotecario	Pymes y microempresas
BBVA España <sup>(1)</sup>	✓	✓	✓	✓
BBVA Bancomer (México)	✓	✓	✓	✓
BBVA Banco Francés (Argentina)	✓	✓	✓	✓
BBVA Chile	✓	✓	✓	✓
BBVA Banco Continental (Perú)	✓	✓	✓	✓
BBVA Banco Provincial (Venezuela)	✓	✓	✓	✓
BBVA Colombia	✓	✓	✓	✓
BBVA Uruguay	✓	✓	✓	✓
BBVA Panamá	✓	✓	✓	✓
BBVA Puerto Rico	✓	✓	✓	✓
BBVA Paraguay	-	-	-	✓
BBVA Estados Unidos	✓	✓	✓	✓

<sup>(1)</sup> Incluye BBVA Portugal.

<sup>(2)</sup> Adaptación a colectivos con necesidades especiales: jóvenes, mayores, familias, discapacitados e inmigrantes, entre otros.

Alcance: Grupo BBVA.



### Dinero Express e inmigrantes

**Objetivo:** desarrollar productos y servicios adaptados a las necesidades de los inmigrantes y respaldar su integración social y económica.

**Actuación:** es una innovadora red de tiendas multiservicios dirigida a desarrollar nuevas soluciones para las crecientes necesidades de los inmigrantes, tanto financieras (remesas, cuentas, tarjetas, créditos, seguros, avales e hipotecas, entre otras) como no financieras (locutorio, asesoramiento jurídico y laboral, ayuda para la búsqueda de empleo y vivienda, viajes, envío de documentación y paquetería, etc.), que propician su integración. A finales del 2006, contaba con cerca de 60.000 clientes y 90 oficinas, y había facilitado financiación a través de casi 10.000 créditos.

Dinero Express cuenta con una plantilla compuesta principalmente por inmigrantes, cerca de 350, de 20 nacionalidades diferentes y con contratos laborales indefinidos.

Alcance: España.

### Tarjeta Negocios Bancomer (México)

**Objetivo:** facilitar microcréditos y otros productos y servicios microfinancieros a negocios y personas con actividad empresarial.

**Actuación:** es un programa de crédito iniciado en el 2003, en colaboración con la Secretaría de Economía -que ha dotado un fondo de garantía con el fin de que puedan ser ofrecidos créditos en condiciones preferentes- y la entidad Nacional Financiera. La adaptación al segmento ha requerido el diseño de modelos de riesgo específicos para negocios muy pequeños, y se ha distribuido en todo el país, lo que ha permitido la masificación del acceso al crédito a través de toda la red de sucursales.

Alcance: México.

### Programa de Formación para Microempresas (Venezuela)

**Objetivo:** proporcionar asistencia integral a los microempresarios y favorecer su acceso a financiación y su capacidad de gestión para impulsar el desarrollo económico y social del país.

**Actuación:** este programa comenzó en el 2004 con un convenio suscrito entre BBVA Banco Provincial y la Universidad Metropolitana (UNIMET) en Caracas, fundamentado en la celebración de talleres de iniciación empresarial y cursos para microempresarios, orientados a preparar al aspirante a microcrédito en cuanto a la concepción y desarrollo de su visión del negocio y fortalecimiento de capacidades de gestión. Dada la gran importancia de este sector en el desarrollo económico y social del país, en el 2005 se firmaron dos nuevos convenios con la Universidad Tecnológica del Centro (UNITEC) y la Universidad de los Andes (ULA), extendiendo esta importante iniciativa al Estado de Carabobo y a la región andina. Hasta la fecha, han participado en los diversos programas un total de 2.966 emprendedores.

Alcance: Venezuela.

banca nacional en otorgamiento de microcréditos, con un significativo incremento de su cartera en comparación con el 2005.

- BBVA Banco Continental (Perú) ha lanzado el producto Préstamo hipotecario con remesas del exterior, mediante el cual los inmigrantes peruanos en España pueden acceder a la compra de una vivienda en su país con base en las remesas recibidas.
- BBVA Chile, a través de BBVA Express -filial de crédito al consumo-, ha continuado con la concesión de créditos a personas de hasta 83 años. Este crédito para pensionados es el único de su tipo existente en el mercado local y marca un hito en el sistema bancario chileno, que hasta ahora se había concentrado en personas con ingresos demostrables.
- BBVA Banco Francés (Argentina), en el marco del plan del Gobierno argentino para facilitar el acceso a los inquilinos a la vivienda propia, ha lanzado su

Línea Inquilino: una nueva línea específica de préstamos hipotecarios que permite a los actuales arrendatarios comprar o construir su primera vivienda pagando cuotas similares al valor de un alquiler y en condiciones especiales.

- También se han desarrollado productos específicos en otros países, como Colombia -con productos para la financiación de viviendas de interés social- y Panamá -con préstamos hipotecarios bajo la Ley de Intereses Preferenciales-. Se incluyen además en este capítulo las iniciativas asociadas a la Ley de Reinversión en la Comunidad o Community Reinvestment Act (CRA), que afecta a las actividades del Grupo BBVA en Estados Unidos y Puerto Rico y requiere que las instituciones financieras satisfagan las necesidades crediticias de aquellas comunidades donde están ubicadas sus sucursales, particularmente en áreas de ingresos bajos.

## Inversión socialmente responsable y previsión social: fondos de inversión, seguros y planes de pensiones

### Fondos de inversión y planes de pensiones

BBVA entiende por inversión socialmente responsable (ISR) aquella que añade al análisis tradicional de rentabilidad y riesgo criterios éticos, sociales y ambientales, para seleccionar como destino de su inversión a las empresas con mejor comportamiento sostenible a largo plazo, así como aquella que dona parte de sus beneficios a organizaciones y causas de interés social.

BBVA utiliza las valoraciones de las agencias de calificación especializadas en analizar aspectos económicos, ambientales y sociales en el proceso de preselección de sus instrumentos de inversión tradicionales. Las compañías con la calificación más baja según dichas agencias son excluidas del proceso de inversión, por considerar que su nivel de riesgo es muy elevado; las restantes son ponderadas en el fondo en función de su valoración. A 31 de diciembre de 2006, este proceso cubría el 11 % de los activos de renta variable de los fondos de inversión y pensiones gestionados. Asimismo, el 31 % del número total de los fondos de inversión y pensiones gestionados utilizaban criterios de inversión socialmente responsable.

Según el *Observatorio de la Inversión Socialmente Responsable en España 2006*, editado por el Instituto Persona, Empresa y Sociedad de ESADE, del total de fondos de ISR registrados en España en el 2005, los fondos BBVA Extra 5 II Garantizado y BBVA Desarrollo Sostenible representan conjuntamente más del 85 % del patrimonio gestionado y el 92 % del número de partícipes, y copan el primer y el

segundo puestos del *ranking*, respectivamente. El Grupo BBVA ha lanzado en el 2006 un fondo especializado en entidades microfinancieras y dispone de fondos solidarios como BBVA Solidaridad y BBVA Bolsa Biofarma (origen de la fusión de BBVA Biogen y BBVA Bolsa Biofarma) y comercializa también fondos de ISR externos.

### Seguros

BBVA Seguros ofrece a sus clientes individuales un amplio abanico de seguros, orientados tanto al ahorro como a la cobertura de riesgos (hogar, vida, etc.), incluyendo como novedad en el 2006 la comercialización de BBVA Salud, con el objetivo de cubrir la mayoría de las necesidades aseguradoras de sus clientes.

Además, BBVA ha desarrollado seguros adaptados a las necesidades de colectivos especiales, como los asociados a las iniciativas de Multiventajas Nómina Plus y Familia, para mayores y familias, o los seguros destinados a inmigrantes, como Cuentas Claras Internacional y los que ofrece Dinero Express, así como seguros de repatriación.

BBVA publica una memoria anual disponible en su página web: [www.bbvasseguros.com](http://www.bbvasseguros.com), en la que se incluye información sobre reclamaciones al Grupo BBVA España y, en concreto, sobre la actividad de seguros.

### Planes de pensiones

Es una actividad particularmente relevante, tanto en España como en América Latina, y en la que el Grupo ocupa una posición de claro liderazgo.

Está presente en casi todos los países que han privatizado total o parcialmente sus sistemas de pensio-

## BBVA Codespa Microfinanzas, FIL

**Objetivo:** facilitar a las entidades microfinancieras nuevas fuentes de financiación.

**Actuación:** es el primer fondo de inversión solidario español de microfinanzas para América Latina. Además, es el primer fondo de inversión libre (hedge fund) lanzado bajo la nueva normativa. El fondo está destinado a potenciar el desarrollo de las microfinanzas en América Latina, y por lo tanto el desarrollo económico y social de la región, y permite a los clientes la posibilidad de invertir en proyectos de fuerte impacto social a través de una inversión rentable para ellos. BBVA se ha comprometido con una inversión de 20 millones de euros.

El fondo está denominado en euros y los activos en los que invierte son instrumentos de deuda de las entidades microfinancieras situadas en América Latina. En la constitución de este fondo, BBVA ha sido asesorado por Codespa y por Blue Orchard (especialista en la inversión en instituciones microfinancieras, que asesorará en la selección de las entidades en las que invertirá el fondo).

Entre los objetivos de este fondo está el promover la bancarización de los más desfavorecidos y de aquellos que, por no contar con una nómina o un patrimonio mínimo, no pueden acceder a servicios financieros básicos, como sistemas de ahorro, créditos o seguros.

El fondo facilitará a las entidades microfinancieras diversificación en sus fuentes de financiación, por plazos, países y divisas, y acceso rápido a las mismas, con el valor añadido de financiar en divisa local.

Alcance: Grupo BBVA.

### Planes de pensiones de clientes

(Millones de euros)	2006		2005		2004	
	Volumen	Participes	Volumen	Participes	Volumen	Participes
España	16.291	1.900.000	15.091	1.900.000	13.501	1.800.000
América Latina	40.497	12.700.000	38.541	12.400.000	27.747	11.600.000

Alcance: Grupo BBVA.

nes y ocupa posiciones destacadas en Chile, México, Argentina, Colombia, Perú, Bolivia, Ecuador y República Dominicana.

BBVA ha manifestado su compromiso con el desarrollo de los fondos de pensiones como herramienta al servicio de la creación de riqueza, que fomenta el ahorro y la inversión e impulsa la modernización y solidez de los sistemas financieros, generando mecanismos para canalizar el ahorro a largo plazo y la capacidad de desarrollo de los países en los que el Grupo opera.

### Inversión socialmente responsable (ISR)

(Porcentaje)	2006	2005	2004
Fondos ISR respecto al total de fondos gestionados	1,57	1,53	1,83
Fondos ISR respecto a otros recursos de clientes	0,65	0,63	0,77

Alcance: Grupo BBVA.

### Fondos con criterios de responsabilidad corporativa<sup>(1)</sup>

(Millones de euros)	Nombre del fondo	Vocación	Fines de utilidad pública a los que se dedica	2006		2005		2004	
				Volumen	Participes	Volumen	Participes	Volumen	Participes
	BBVA Extra 5 II Garantizado	Garantizado de renta variable	Las empresas seleccionadas forman parte del índice FTSE4Good, que incluye criterios RC en la selección.	785,20	29.244	814,00	30.067	842,0	30.958
	BBVA Desarrollo Sostenible	Renta variable internacional	Las empresas seleccionadas son aquellas con mejor calificación según análisis externo <sup>(2)</sup> .	52,01	10.377	69,40	14.289	76,2	18.234
	BBVA Codespa Microfinanzas	Hedge fund	Invierte en instrumentos de deuda de entidades microfinancieras.	20,55	6	-	-	-	-

<sup>(1)</sup> Añaden al análisis tradicional de rentabilidad y riesgo criterios éticos, sociales y ambientales, para seleccionar como destino de su inversión a las empresas con mejor comportamiento sostenible a largo plazo.

<sup>(2)</sup> Las calificaciones son proporcionadas por una agencia internacional independiente y de reconocido prestigio, especializada en analizar empresas basándose en criterios de sostenibilidad y responsabilidad corporativa (económicos, sociales y ambientales).

Alcance: Grupo BBVA.

### Fondos solidarios<sup>(1)</sup>

(Millones de euros)	Vocación	Fines de utilidad pública a los que se dedica	2006		2005		2004	
			Volumen	Participes	Volumen	Participes	Volumen	Participes
BBVA Bolsa Biofarma	Renta variable internacional	La gestora dona 15.000 euros anuales a la Fundación para la Investigación Médica Aplicada.	40,49	6.783	60,71	9.573	66,7	12.136
BBVA Solidaridad	Renta fija mixta	Donación del 0,55% anual sobre el patrimonio gestionado entre las ONG's asociadas, a elección del partícipe.	20,28	796	17,87	724	11,2	485

<sup>(1)</sup> Realizan una donación a entidades de interés social con cargo a los ingresos de la gestora. Alcance: Grupo BBVA.

### Grandes empresas y financiación de proyectos: los Principios de Ecuador

En este ámbito, la principal línea de actuación en relación con la responsabilidad corporativa se centra en la evaluación del riesgo social y ambiental de las grandes operaciones de financiación. BBVA integra en el análisis de riesgos de estas operaciones las implicaciones que éstas conllevan desde el punto de vista social (desplazamiento de personas, cambio en el uso del terreno, impac-

to en colectivos o comunidades sin recursos, etc.) y del medio ambiente (impactos sobre la biodiversidad, zonas de especial protección, etc.). Atiende, además, a sus criterios generales de sostenibilidad, con el fin de cumplir con los compromisos específicos que el Grupo ha suscrito, como son, entre otros, el Pacto Mundial, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI) y los Principios de Ecuador, así como los relacionados con el cambio climático y el Protocolo de Kioto.

### Categorización de proyectos financiados según los Principios de Ecuador

(Millones de euros)	Categoría	2006			2005		
		Núm de operaciones	Importe total	Importe financiado por BBVA	Núm. de operaciones	Importe total	Importe financiado por BBVA
	A	0	0	0	0	0	
Europa y Norteamérica	B	11	4.587,4	831,4	1	248,4	33,8
	C	7	1.946,0	357,8	4	833,5	253,1
<b>TOTAL Europa</b>		<b>18</b>	<b>6.533,4</b>	<b>1.189,2</b>	<b>5</b>	<b>1.081,9</b>	<b>286,9</b>
	A	1	103,5	19,5	0	0	0
América Latina	B	5	1.826,2	434,9	5	1.126,2	235,5
	C	2	56,0	38,0	6	432,8	299,2
<b>TOTAL América Latina</b>		<b>8</b>	<b>1.985,7</b>	<b>492,4</b>	<b>11</b>	<b>1.559,0</b>	<b>534,7</b>
	A	0	0	0	0	0	0
Asia	B	6	14.414,1	260,3	0	0	0
	C	1	1.196,3	49,2	0	0	0
<b>TOTAL Asia</b>		<b>7</b>	<b>15.610,4</b>	<b>309,5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL GRUPO</b>		<b>33</b>	<b>24.129,5</b>	<b>1.991,1</b>	<b>16</b>	<b>2.640,9</b>	<b>821,6</b>

Categoría A: Proyectos con un impacto negativo significativo que puede afectar un área mayor que la que ocupa el proyecto  
Categoría B: Proyectos con un impacto negativo menor en la población humana o en áreas de importancia ambiental  
Categoría C: Proyectos con un impacto sobre el medio ambiente muy pequeño o nulo.  
Alcance: Grupo BBVA.

**Categorización de proyectos asesorados según los Principios de Ecuador**

(Millones de euros)	Categoría	2006	
		Núm de operaciones	Importe total
	A	0	0
Europa y Norteamérica	B	4	1.613
	C	1	200
<b>TOTAL Europa</b>		<b>5</b>	<b>1.813</b>
	A	1	477,9
América Latina	B	4	971,6
	C	1	23,9
<b>TOTAL América Latina</b>		<b>6</b>	<b>1.473,4</b>
<b>TOTAL GRUPO</b>		<b>11</b>	<b>3.286,4</b>

Categoría A: Proyectos con un impacto negativo significativo que puede afectar un área mayor que la que ocupa el proyecto  
Categoría B: Proyectos con un impacto negativo menor en la población humana o en áreas de importancia ambiental  
Categoría C: Proyectos con un impacto sobre el medio ambiente muy pequeño o nulo.  
Alcance: Grupo BBVA.

El año 2006 ha supuesto un avance significativo en la consideración de aspectos sociales y ambientales en la financiación de proyectos. BBVA ha participado activamente en el proceso de revisión que culminó en el mes de julio con la aprobación de los nuevos Principios de Ecuador. La ratificación por BBVA ha requerido actualizar el sistema de gestión del riesgo social y ambiental implantado en el departamento de Financiación Estructurada (responsable de la gestión de los Principios). La política de riesgo social y ambiental, el Manual de Principios de Ecuador y el procedimiento de gestión del riesgo social y ambiental han incorporado los cambios en el alcance y en los requerimientos de los Principios de Ecuador. De este modo, toda financiación de proyectos cuyo importe de inversión sea superior a 10 millones de dólares y las actividades de asesoramiento gestionadas por el departamento de Financiación Estructurada deben cumplir con los requisitos de los Principios. La tabla adjunta recoge el resultado de la categorización de los proyectos gestionados por BBVA en el 2006.

El procedimiento de gestión del riesgo social y ambiental ha incorporado las mejores prácticas del sector, tales como el desarrollo de una herramienta de categorización de los proyectos o la selección de asesores independientes líderes para la evaluación de su impacto social y ambiental.

La formación es un elemento imprescindible en este campo. Por ello, en el 2006, 39 gestores y directivos

de los departamentos de Financiación Estructurada, Riesgos, Asesoría Jurídica y Responsabilidad y Reputación Corporativas han recibido formación sobre los Principios de Ecuador, impartida por formadores acreditados por la Corporación Financiera Internacional.

**Apoyo a exportadores y FAD**

BBVA ha continuado añadiendo valor a la labor exportadora de las pymes y grandes corporaciones en sus proyectos de internacionalización, aportando los recursos financieros, de asesoría, experiencia, relación y mitigación de riesgos más apropiados en cada situación. En la actualidad, se gestionan dos carteras de operaciones vinculadas con países en vías de desarrollo, ascendiendo conjuntamente a 973 millones de euros. Además, BBVA participa en la gestión de los Fondos de Ayuda al Desarrollo (FAD), que permiten financiaciones en condiciones privilegiadas, por no ser viables económicamente en condiciones de mercado. La mayoría de estas operaciones tienen un elevado componente social en su destino: infraestructuras básicas para el desarrollo, educación, sanidad, tratamiento de aguas, etc.

Destacan además, entre otras iniciativas, el acuerdo entre BBVA y el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) para ofrecer financiación, productos y servicios financieros en condiciones preferentes a las 4.500 empresas asociadas al Programa de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE), además de servicios de asesoramiento para impulsar el desarrollo de la actividad de las empresas participantes. Destaca también la operación de reestructuración de deuda de la República Dominicana ante el Club de Londres. Este acuerdo ha permitido la regularización de la seria crisis económico-financiera que vivió la República Dominicana en 2004 y 2005, la recuperación de sus *ratings* internacionales, de las relaciones con sus acreedores y la normalización de sus principales magnitudes micro y macroeconómicas. BBVA recibió por esta operación el *Deal of the Year Award* que concede la revista *Trade Finance*.

**Instituciones públicas**

A través de su área de Banca de Instituciones, en la que se integra el Banco de Crédito Local (BCL), el Grupo presta servicios a instituciones públicas y privadas. Es un ámbito de actuación en el que el Grupo ocupa una posición de indiscutible liderazgo en España, al desarrollar una intensa actividad de financiación a las administraciones públicas en campos como transporte, vivienda, educación, sanidad, medio ambiente, etc.

Dentro de su actividad, se incluye la formalización de convenios con condiciones preferentes (en muchas ocasiones, con la intervención de organismos internacionales).

Algunas de las iniciativas más destacadas dirigidas a instituciones públicas han sido:

- Plan Fidels (Financiación para el Desarrollo Local Sostenible): su objetivo es proporcionar a las Corporaciones Locales un conjunto de soluciones para la realización de proyectos medioambientales. Para más información, vid. el capítulo «BBVA y el medio ambiente».
- Gobernalía Global Net: es una sociedad del Grupo BBVA especializada en la implantación de soluciones informáticas basadas en *software* libre y destinadas a satisfacer las necesidades de administraciones públicas e instituciones privadas. En el 2006 ha presentado el Laboratorio de la Administración Electrónica Local (LAEL), cuya primera fase consiste en la puesta a disposición de todos los ayuntamientos españoles de una Plataforma Integral de Gestión Municipal que les permita explotar toda la información, interconectar todas las aplicaciones y dar un servicio completo a sus ciudadanos.
- Formalización anual de líneas de financiación preferente (ICO-IDAE). Banca de Instituciones formaliza estas líneas para facilitar financiación preferente a proyectos de infraestructura que guardan relación con el desarrollo sostenible y el ahorro energético.

### Instituciones privadas no lucrativas

BBVA ha formalizado convenios y líneas de colaboración con algunas de las principales organizaciones no gubernamentales (ONG's) y entidades sin ánimo de lucro (AFL), como Cruz Roja, Cáritas, UNICEF, Manos Unidas, Intermón-Oxfam, Ayuda en Acción, Acción Contra el Hambre, Asociación Española Contra el Cáncer, Fundación Víctimas del Terrorismo, Fundación Ayuda contra la Drogadicción, Economistas sin Fronteras, Médicos sin Fronteras, Entreculturas y un largo etcétera. El Grupo BBVA pone a disposición de estos organismos una unidad dotada de especialistas dedicados exclusivamente a desarrollar una banca a medida para las ONG's y AFL, con toda una gama de productos y servicios bancarios adaptados a sus necesidades, entre los que cabe destacar la búsqueda de fuentes de financiación nacional e internacional, el anticipo de subvenciones oficiales o la canalización de flujos procedentes de ayudas de la Unión Europea.

Por otra parte, BBVA apoya la difusión de la labor de muchas de estas entidades a través de un programa de encartes en la correspondencia bancaria hacia sus clientes, con información de sus actividades, llamamientos de emergencia o campañas de captación de socios (vid. «BBVA y el apoyo a la comunidad»).

### Participaciones empresariales e inmobiliarias

Es una línea de actividad en la que –como en las restantes vertientes de negocio– el Grupo atiende no sólo a objetivos económicos exigentes, sino también a criterios éticos, sociales y ambientales rigurosos. Un buen ejemplo es la colaboración con el Centro de Investigación Médica Aplicada (CIMA) de la Universidad de Navarra, con una participación accionarial del 10 %. Este centro acoge a más de 350 médicos y científicos, centrandose su atención en el estudio de cuatro líneas prioritarias: oncología, enfermedades cardiovasculares, neurociencias y terapia génica en enfermedades hepáticas.

En la cartera de participadas industriales de BBVA figuran compañías de gran relevancia por su compromiso social y ambiental, como es el caso de Gamesa y de Iberdrola, ambas pertenecientes al Índice *Global 100 Most Sustainable Corporations in the World*, o como Telefónica, que también pertenece a los índices de sostenibilidad más prestigiosos del mundo.

### Proyectos inmobiliarios: Anida

Anida –filial inmobiliaria del Grupo– integra decididamente criterios ambientales y de responsabilidad corporativa en su actividad. Analiza las innovaciones en materia de urbanismo y construcción sostenible, para aplicarlas en sus desarrollos urbanísticos, así como en la edificación de sus promociones de viviendas, tratando de minimizar los impactos ambientales. Desarrolla también un importante programa de mecenazgo ambiental. Asimismo, Anida y el conjunto del área inmobiliaria rigen su actividad de acuerdo con el Código de Conducta del Grupo BBVA, que atiende al cumplimiento riguroso de las normas legales y a criterios de integridad, transparencia y responsabilidad corporativa.

Para más información, vid. los capítulos «BBVA y sus proveedores», «BBVA y el medio ambiente» y «BBVA y el apoyo a la comunidad».

### Establecimientos del Grupo BBVA en centros financieros off-shore

El Grupo BBVA comparte la aproximación del Banco de España (véase la *Memoria de la Supervisión Ban-*

caria del 2003) sobre los riesgos reputacionales en los que podrían incurrir las entidades financieras que, en el desarrollo de sus estrategias, no consideren las implicaciones derivadas de la localización de sus negocios y de la tipología de las actividades desarrolladas o que, eventualmente, podrían llegar a ser desarrolladas en centros financieros *off-shore*, y, particularmente, en aquellos que tuvieran la consideración de paraísos fiscales. Consecuencia de ello, en el 2004 el Grupo BBVA hizo expresa su política sobre actividades en establecimientos permanentes domiciliados en centros financieros *off-shore*, conjuntamente con un plan de actuación cuya ejecución supondría reducir a tres el número de centros financieros de este tipo desde los que previsiblemente operaría el Grupo BBVA al finalizar el 2006.

Como consecuencia de la ejecución del referido plan, el número de entidades del Grupo establecidas en centros financieros *off-shore* se ha visto reducido en 33 al cierre del 2006. A ellos habría que añadir las entidades que a 31 de diciembre del 2006 o bien se encontraban en proceso de liquidación (cuatro) o bien habían cesado su actividad comercial (siete), como paso previo al inicio de los trámites para su liquidación definitiva. De las siete entidades sin actividad comercial, cinco únicamente cuentan en su pasivo con valores emitidos con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley 19/2003 de 4 de julio, de cuyos procesos de compra y/o amortización dependerá el momento de su liquidación efectiva. Por tanto, a 31 de diciembre del 2006, el número de establecimientos *off-shore* del Grupo que desarrollaban algún tipo de actividad comercial se limitaba a ocho entidades, establecidas en tres jurisdicciones (véase información detallada de la actividad de estos establecimientos en el *Informe Anual 2006* de BBVA).

### **Prevenición del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas**

En el marco de la política del Grupo de prevenir la utilización de sus productos y servicios con fines delictivos, durante el 2006 se ha consolidado el modelo de gestión del riesgo de blanqueo de capitales del Grupo BBVA a través de la finalización de la implantación de éste en todas las unidades del Grupo en todo el mundo, con el objetivo de aislar los recursos obtenidos por actividades delictivas y preservar la integridad corporativa. La consolidación de este modelo se ha centrado en los aspectos detallados a continuación.

### **Sistemas de monitorización**

Ha continuado el proceso de mejora de los sistemas de monitorización, cuyo objetivo es ajustar este tipo de herramientas a las recomendaciones del Comité de Supervisión Bancaria del Banco Internacional de Pagos de Basilea y a las nuevas legislaciones que se emitan.

En el 2006, ha concluido en México la implantación de la nueva plataforma tecnológica de monitorización de operaciones, que se suma a la ya concluida en España en el 2005. En Venezuela y Chile se ha comenzado también esta implantación, que se extenderá a Argentina y Colombia durante el 2007.

Por otro lado, existen herramientas de monitorización de transferencias internacionales en todas las entidades bancarias del Grupo.

En las sociedades no bancarias del Grupo, se han implantado sistemas especializados que filtran la identidad de los clientes con la de personas incluidas en censos oficiales, lo cual reduce la probabilidad de establecer relaciones de negocio con este tipo de personas.

Todas estas mejoras de herramientas y sistemas informáticos de prevención han supuesto una inversión de seis millones de euros aproximadamente durante el trienio 2004-2006. Actualmente, el Grupo BBVA está en proceso de adquisición de una nueva herramienta que permitirá potenciar las capacidades de detección en materia de filtrado de la identidad de clientes.

### **Formación**

Continuando con el proceso de formación iniciado en el 2005, se ha extendido al 2006 el mismo objetivo: mantener una formación continua para todos los empleados y directivos que forman la plantilla del Grupo BBVA. Se ha prestado especial atención a la capacitación de aquellos empleados y directivos que trabajan en áreas de mayor riesgo.

Igualmente, se han realizado jornadas formativas específicas para los miembros de los departamentos de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación de Actividades Terroristas de todo el Grupo BBVA: en Madrid, para BBVA España y Unidades de Europa (Suiza, Reino Unido, Francia, Portugal, Bélgica e Italia) y Asia (Hong Kong, Japón y Singapur); y en Lima, para todas las unidades de América. Cerca del 50 % de los empleados fueron formados en esta materia en el 2006.

### **Recursos humanos**

La plantilla total del grupo de especialistas en actividades de prevención adscrita a las distintas áreas de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de ac-

## Prevención del blanqueo de capitales, lavado de dinero y actividades terroristas

	2006	2005	2004
Participantes en actividades formativas en materia de prevención de blanqueo de capitales	48.405	57.865	21.313
Personas especializadas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas	170	163	140

Alcance: Grupo BBVA.

tividades terroristas cuenta con 170 especialistas, lo que supone un incremento de un 4,30 % con respecto al año anterior y de un 21,42 % con respecto al 2004. Cabe destacar el importante incremento de especialistas en las nuevas unidades adquiridas en Estados Unidos.

Durante el 2006, se ha continuado con la emisión de normas sobre prevención de blanqueo de capitales, bien para adaptarlas a las mejores prácticas, bien para recoger los cambios regulatorios que han tenido lugar en los distintos países, como es el caso de México, Chile, Estados Unidos y España.

El Grupo BBVA ha continuado con su colaboración con organizaciones internacionales, organismos gubernamentales y otras instituciones en la lucha contra el crimen organizado, el terrorismo y otras formas de delincuencia. Se han mantenido reuniones con representantes del Banco Mundial, del Grupo *Wolfsberg* y de la Reserva Federal de Estados Unidos. Adicionalmente, BBVA ha participado como representante de los bancos españoles en las reuniones de la Federación Bancaria Europea y en múltiples foros organizados por las asociacio-

nes bancarias y organismos gubernamentales de los diferentes países donde el Grupo tiene presencia física.

### Actividades de Auditoría Interna

La función de Auditoría Interna se concibe en el Grupo BBVA –de acuerdo con las directrices del Comité de Basilea– como una actividad permanente, independiente, imparcial y objetiva de consulta y evaluación de los sistemas de control interno y de gestión del riesgo de la organización. Depende de la presidencia y está sometida al control y supervisión de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento del Consejo de Administración.

Respecto a la prevención del fraude, la labor de auditoría se centra, por un lado, en la identificación de debilidades de control y, por otro, en el desarrollo, monitoreo y análisis de indicadores de fraude potencial, realizando en caso necesario investigaciones complementarias, mediante procedimientos de auditoría a distancia o mediante auditorías *in situ* de las oficinas o unidades afectadas. Para ello, se dispone de la herra-

## Actividades de Auditoría Interna

	2006		2005		2004	
	España y Portugal	Auditorías Internas Residentes <sup>(1)</sup>	España y Portugal	Auditorías Internas Residentes <sup>(1)</sup>	España y Portugal	Auditorías Internas Residentes <sup>(1)</sup>
Auditorías completas de red comercial <sup>(2)</sup>	634	1.186	748	1.189	1.100	1.664
Otros controles especiales de red comercial	99	383	97	476	84	118
Auditorías a distancia: alertas prevención del fraude y control interno	6.176	27.343	7.064	38.474	7.775	24.031
Auditorías de información financiera	2.117	4.027	2.442	5.558	2.303	10.250
Auditorías de tecnología y procesos	44	188	60	224	76	330

<sup>(1)</sup> Auditorías internas residentes son las localizadas en los diferentes países en los que el Grupo desarrolla su actividad.

<sup>(2)</sup> Incluyen información financiera, control interno, calidad, prevención de blanqueo de capitales y cumplimiento de la normativa.

Alcance: Grupo BBVA.



En el ámbito de la Asesoría Jurídica Contenciosa-Corporativa, no ha habido procedimiento judicial o administrativo por importes significativos relativos a la intimidad del cliente durante el 2006.

mienta BBVA-Audit, cuyo proceso de implantación finalizó en el 2006. Por otro lado, la puesta en marcha en el conjunto del Grupo del Módulo de Seguimiento de Recomendaciones aumenta la eficiencia del trabajo realizado, al permitir conocer en tiempo real la situación de las recomendaciones emitidas por la auditoría.

En cuanto a prevención de blanqueo de capitales, en las auditorías de la red de oficinas y en las auditorías financieras de otras unidades se verifica el cumplimiento de los procedimientos de prevención de blanqueo de capitales establecidos por el Grupo. El equipo humano que tiene encomendadas estas tareas actúa de acuerdo con el Código de Ética y las Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la Auditoría Interna, del Instituto de Auditores Internos, así como con el Código de Conducta y el Estatuto de Auditoría del Grupo BBVA.

#### **Continuidad de negocio, seguridad y protección de datos**

En el 2006, el departamento de Continuidad de Negocio, siguiendo su Plan Director Corporativo, ha desarrollado, además de nuevos planes, pruebas de los ya existentes, con el fin de mantener a la organización preparada ante posibles interrupciones de la actividad provocadas por situaciones excepcionales. Estas líneas maestras están contempladas en la estrategia global en materia de continuidad, a través de las cuales el Comi-

té de Continuidad Corporativa, como máximo responsable de esta política, pretende mantener el objetivo de asegurar en cualquier circunstancia la prestación de los servicios y compromisos críticos con clientes y con la sociedad en general cuya indisponibilidad o incumplimiento generarían en el muy corto plazo un importante quebranto a la cuenta de resultados y/o a la reputación corporativa.

Como forma de contribuir a la calidad del servicio, el Grupo garantiza la seguridad física de los clientes en el uso de las instalaciones, cumpliendo con la legislación y la normativa en todos los países en los que desarrolla su actividad.

La información no pública que BBVA dispone sobre sus clientes y sus operaciones tiene carácter confidencial. BBVA ha adoptado normas y procedimientos para garantizar la seguridad de sus sistemas informáticos y dar cumplimiento a las exigencias legales en materia de protección de datos de carácter personal. Las entidades del Grupo BBVA en España cumplen los requerimientos de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), así como del propio Código de Conducta establecido para el Grupo, habiéndose habilitado un portal específico y un curso disponibles en la intranet de BBVA para que todos los empleados tengan el conocimiento pertinente de esta materia y puedan resolver las dudas que se planteen al respecto.

Por otro lado, a lo largo del 2006 se han venido desarrollando los planes de acción establecidos en su día respecto a los procesos relativos a ficheros y tratamientos no automatizados preexistentes a la publicación de la LOPD, con el fin de que los mismos estén plenamente adaptados a sus principios antes del 24 de octubre del 2007, tal y como establece la disposición adicional primera de la citada Ley. Asimismo, durante el 2006 se han llevado a cabo la auditoría bienal de las medidas de seguridad implantadas, tal y como exige el Real Decreto 994/99, sin que se hayan puesto de manifiesto deficiencias de especial relevancia.

El Grupo BBVA cumple con la legislación y la normativa respecto a la salud y seguridad del cliente, y no existe conocimiento por parte de los Servicios Jurídicos del Grupo de ningún incumplimiento o infracción relativos a estos aspectos en el 2006 por importe significativo. En el ámbito de los Servicios Jurídicos de Banca Minorista-Distribución, se puede certificar que no consta que durante el 2006 Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, SA. haya incurrido en alguna infracción o incumplimiento de la citada legislación declarada en virtud de sentencia judicial firme.



## BBVA Y SUS PROVEEDORES

8

### El compromiso de BBVA con sus proveedores

"Encontrar en BBVA un aliado para el beneficio mutuo".

#### Rasgos básicos

	2006	2005
Núm. de proveedores <sup>(2)</sup>	2.420	2.564
Distribución de compras (%) <sup>(1)</sup>		
España	41	44
México	39	35
Resto de América Latina	18	19
Resto del Grupo	2	2
Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación <sup>(2)</sup>	76	63
Índice de satisfacción de proveedores <sup>(2)</sup> (escala: 1 a 5)	4,1	-
Núm. de proveedores a los que se ha distribuido el Pacto Mundial de las Naciones Unidas <sup>(2)</sup>	251	-

<sup>(1)</sup> Alcance: Grupo BBVA.

<sup>(2)</sup> Alcance: BBVA España.

#### Fortalezas

- Proceso de homologación de proveedores
- Código Ético: Principios de Aprovisionamiento.
- Controles a proveedores que operan en países emergente.

### Grado de avance en las principales líneas de trabajo en el 2006

- Implantación del código ético para extenderlo a todos los participantes en el proceso de aprovisionamiento. ②
- Incorporación de nuevas funcionalidades en los sistemas de información que gestionan el proceso de homologación de los proveedores. ①
- Aumento del número y del alcance de proyectos sociales con proveedores. ②
- Extensión del piloto de facturación electrónica a nuevos proveedores. ②
- Extensión del uso de las herramientas de aprovisionamiento a otros países. ②

① Poco significativo; ② Significativo; ③ Muy significativo.

#### Campos de mejora

- Incorporación de nuevas funcionalidades en los sistemas de información que gestionan el proceso de homologación de los proveedores.
- Homogeneización de la base de datos de contratos con proveedores en los distintos países.

### Aspectos considerados más relevantes por los proveedores

- Cumplimiento de compromisos contractuales.
- Agilidad en el proceso de negociación, adjudicación y contratación.
- Trato personal.

## Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las agencias especializadas

(Escala: 0 a 100)

Entidad	Dimensión	2006		2005		2004	
		BBVA	Media sector	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector
SAM	Normas para proveedores	53	44	91	59	81	55

Alcance: Grupo BBVA.

### Aspectos de la información de RC sobre proveedores considerados más relevantes por los grupos de interés

- Extensión de la RC a la cadena de suministro.
  - Implicación de proveedores en los criterios de Responsabilidad Corporativa.
  - Integración de factores ambientales en la cadena de suministro.
- Instrumentos para la gestión de riesgos.
  - Códigos de conducta en relación a Compras.

### Principales canales de diálogo con proveedores

- Cuestionarios de homologación.
- Herramientas *on-line*.
- Encuesta de satisfacción.
- Área de Compras.

Nota: Existen otros canales de diálogo detallados en el capítulo «Los grupos de interés de BBVA».

### Principales líneas de trabajo en el 2007

- Actualización del cuestionario de homologación basado en los principios del Pacto Mundial y de la norma SA 8000.
- Difusión del Pacto Mundial entre los proveedores.
- Avance en la extensión de las herramientas electrónicas a América Latina.
- Fomento de proyectos sociales con proveedores.

### Estructura organizativa

La unidad de Compras, Inmuebles y Servicios se ha renovado con un nuevo modelo estructurado en funciones *holding* y funciones país. Esta nueva organización permitirá continuar con una política sostenible de los costes de aprovisionamiento, la mejora y transparencia de los procesos y un aumento de la calidad y servicios a usuarios.

Compras, Inmuebles y Servicios se divide en:

- Inmuebles y Servicios.
- Compras España.
- Acuerdos Corporativos.
- Producción y Transformación.
- Control de Gestión.

### Política de compras

#### Modelo Corporativo de Compras

Para el Grupo BBVA, una negociación eficaz es aquella en la que se consigue satisfacer las necesidades reales del cliente interno con la mejor calidad y el mejor nivel de servicio, al menor coste posible y en el plazo previsto.

## Principales proveedores por país o zona<sup>(1)</sup>

	100.000€-300.000€		300.000€-1.000.000€		Más de 1.000.000€		TOTAL Proveedores	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005
España	750	704	414	353	239	231	1.403	1.288
México	533	263	242	131	185	122	960	516
Resto América	466	260	234	144	132	46	832	450
Resto Grupo	92	32	36	25	6	8	134	65
<b>TOTAL</b>	<b>1.841</b>	<b>1.259</b>	<b>926</b>	<b>653</b>	<b>562</b>	<b>407</b>	<b>3.329</b>	<b>2.319</b>

<sup>(1)</sup> Número de proveedores clasificados por volumen de facturación superior a 100.000 euros.  
Alcance: Grupo BBVA.

Dada la importancia que la relación con proveedores tiene para la gestión del Grupo, BBVA, ha desarrollado un Modelo Corporativo de Compras cuyos elementos básicos son:

- Gestión de las actividades de compras por procesos.
- Automatización de los procesos para todo el Grupo BBVA.
- Realización de encuestas de calidad y nivel de servicio.
- Planificación de aprovisionamiento.
- Selección de proveedores.
- Profesionalización de los compradores.
- Centralización de la función de Compras.
- Negociación global con los proveedores a través de equipos de compras especializados.
- Adjudicación a través de Comisiones de Compras, fomentando la transparencia y el consenso.
- Generación de resultados.

### Creación de valor y relación con proveedores

El volumen de compras del Grupo alcanza anualmente cifras muy relevantes, centrándose principalmente en servicios de tecnología, infraestructuras, suministros y servicios al negocio, servicios profesionales, marketing y publicidad.

Destacan dos aspectos fundamentales en la relación del Grupo BBVA con sus proveedores:

- La aplicación de criterios de objetividad, transparencia, profesionalidad e igualdad de oportunidades en la selección de proveedores y en la relación mantenida con ellos.
- El impulso entre sus proveedores de principios de ética y responsabilidad corporativa.

Durante el 2006, todos los contratos con proveedores han sido pagados en las condiciones acordadas. A la agilización en la administración y pago de facturas contribuye de forma significativa la cada vez más extendida facturación electrónica sobre pedidos realizados a los proveedores.

La unidad de Compras de BBVA realiza, cada dos años, encuestas para medir el grado de satisfacción de sus proveedores, identificar sus expectativas y requerimientos y detectar áreas de mejora.

Siempre que las particularidades de los distintos bienes y servicios lo permiten, las adquisiciones se efectúan a través de proveedores locales, en un porcentaje aproximado del 60 %.

Además, BBVA celebra periódicamente reuniones con sus proveedores estratégicos, en las que se analizan los avances conseguidos en materia de aprovisio-

### Índice de satisfacción de proveedores<sup>(1)</sup>

(Escala: 1 a 5)	2006	2005	2004
	4,1	-	3,7

<sup>(1)</sup> Encuesta bienal.  
Alcance: BBVA España.

namiento y se intercambian conocimientos sobre mercados, productos y servicios, precios y demás cuestiones de interés para ambas partes, con el objeto último de afirmar con ellos relaciones sólidas y duraderas, que proporcionan estabilidad y calidad.

BBVA establece controles cuando se realizan compras a proveedores superiores a un determinado importe de facturación e implican la subcontratación de productos en países emergentes. En estos casos, se realizan visitas a las instalaciones del proveedor en el país emergente y se regula contractualmente la no vulneración de los derechos humanos y de las leyes vigentes.

### Código Ético

El Código de Conducta del Grupo BBVA establece respecto a la relación con los proveedores lo siguiente: “BBVA valora especialmente a aquellos proveedores que comparten los principios que sustentan este Código y que han adoptado para el desarrollo de sus actividades los compromisos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas”.

La unidad de Compras cuenta con un Código Ético propio que recoge y desarrolla el Código de Conducta del Grupo BBVA.

Durante el 2006 se ha llevado a cabo la revisión y aprobación de un nuevo texto que sustituye al antiguo Código Ético de la unidad.

Este nuevo código, “Principios Aplicables a los Intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento de BBVA”, elaborado en coordinación con el departamento de Cumplimiento Normativo, establece el compromiso de BBVA con la integridad, la objetividad, la transparencia, la confidencialidad y la responsabilidad corporativa.

### Sistema de homologación de proveedores

Como parte de la política de compras del Grupo, se requiere que los proveedores pasen un proceso de homologación para asegurar que cuentan con la capacidad productiva, técnica, financiera, de calidad y comercial que el Grupo necesita.

En los cuestionarios de homologación se incluyen preguntas específicas a los proveedores sobre el cum-

plimiento de los diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas relativas a Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.

Igualmente, se les pide una declaración firmada del cumplimiento de dichos principios y de que la contratación de sus trabajadores se realiza respetando la legislación laboral vigente.

Para el 2007 está prevista la revisión de las preguntas del cuestionario relacionadas con los principios del Pacto Mundial y extenderlo a todos los bancos del Grupo donde se hace la encuesta.

Homologación de proveedores			
	2006	2005	2004
Número de proveedores homologados	559	522	368
Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación	76	63	-
Número de proveedores no homologados (no superado el proceso de homologación)	13	11	7

Alcance: España.

### Herramientas de gestión y de aprovisionamiento

El Grupo BBVA dispone de varias herramientas electrónicas orientadas a conseguir un aprovisionamiento cada vez más eficiente y transparente:

- Herramientas electrónicas en el ámbito interno: permiten gestionar el proceso global de aprovisionamiento en el caso de usuarios internos o realizar peticiones a través de un catálogo electrónico.
- Herramientas electrónicas en el ámbito externo: BBVA cuenta con instrumentos *on-line* para tramitar los pedidos de forma automática.

Cabe destacar la conexión electrónica de los sistemas de BBVA con sus proveedores a través de la plataforma de comercio electrónico Adquira, fomentando la accesibilidad, la transparencia y consiguiendo:

- Mejora del nivel de servicio ofrecido al cliente interno.
- Reducción de los tiempos de negociación.
- Integración de la información en un único sistema integral.
- Fomento de la transparencia mediante procedimientos que permiten a los usuarios y proveedores conocer el estado de las solicitudes y los pedidos, además de fomentar el acceso por parte de los proveedores al pliego de condiciones en cada negociación.

### Uso de herramientas electrónicas

	2006	2005	2004
Núm. de negociaciones electrónicas <sup>(1)</sup>	3.766	2.621	1.467
Núm. de pedidos electrónicos <sup>(2)</sup>	29.085	21.253	12.971
Núm. de referencias solicitadas contra catálogo electrónico <sup>(2)</sup>	120.524	142.499	126.080

<sup>(1)</sup> Alcance: España.  
<sup>(2)</sup> Alcance: Grupo BBVA.

- Mejora de la eficiencia, al asegurarse el cumplimiento de los contratos.

Además, se está avanzando en la implantación de la facturación electrónica, mediante la que se obtienen ventajas en términos de eficiencia de contabilización y simplificación de los procesos.

### Proyectos sociales con proveedores

El Grupo BBVA colabora con sus proveedores en acciones de interés social dentro y fuera de España.

Dentro de las acciones de este tipo, destacan:

- Contratación con el Grupo ONCE de servicios prestados por personas con discapacidad.
- Creación de un comité de trabajo que trata la posibilidad de ampliar las contrataciones de centros especiales de empleo.
- A través del portal Adquira, se ofrece una tarifa de acceso para centros especiales de empleo inferior a la del resto de proveedores, con el objeto de favorecer las compras a este tipo de proveedores.
- BBVA procura que las empresas de servicios contratadas cumplan con la Ley de Integración Social de los Minusválidos.
- Compra de las felicitaciones de Navidad del 2006 del Grupo a UNICEF.
- A través de uno de los proveedores de BBVA, en el 2006, se colaboró con el proyecto De Sol a Sol, de la Fundación Ecología y Desarrollo, que tiene como objeto la difusión de la inversión en energía fotovoltaica.
- Adhesión de Anida –filial inmobiliaria del Grupo– al WWF/Grupo 2000, mediante la cual mantiene el compromiso de exigir a sus proveedores la utilización de maderas y papel certificado Forest Stewardship Council (FSC). Anida, además, compra los productos de *merchandising* a través de la Fundación Ángeles Urbanos, cuyos beneficios recaen en personas con discapacidad intelectual.
- BBVA imparte formación en materia de derechos humanos al personal de Seguridad.



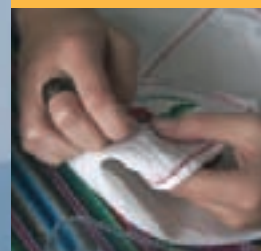
III EL ENTORNO

Informe Anual  
de Responsabilidad  
Corporativa 2006



## 9

BBVA  
y el medio  
ambiente



## 10

BBVA  
y el apoyo  
a la  
comunidad



## BBVA Y EL MEDIO AMBIENTE

9

### El compromiso de BBVA con el medio ambiente

"Está basado en el convencimiento de la compatibilidad entre la actividad económica y la naturaleza y se refleja en el comportamiento responsable con el entorno de todos los que forman parte del Grupo".

#### Rasgos básicos

	2006	2005
Papel consumido por empleado (t)	0,13	0,11
Electricidad consumida por empleado (GJ)	23,9	21,2
CO <sub>2</sub> emitido por empleado (t)	3,2	2,9
Préstamos con beneficios ambientales (millones de euros)	676,4	304,7
Mecenazgo ambiental (millones de euros)	8,0	5,8
Multas, demandas o incumplimientos legales <sup>(1)</sup>	0	0

Alcance: Grupo BBVA.

<sup>(1)</sup> Alcance: España.

#### Fortalezas

- Existencia de una Política Medioambiental que engloba todo el Grupo.
- Control de indicadores de ecoeficiencia por el departamento de Inmuebles e implantación de sistemas de gestión ambiental basados en la norma ISO 14001.
- Procedimiento interno de seguimiento de los Principios de Ecuador.

#### Grado de avance en las principales líneas de trabajo en el 2006

Continuar certificando sedes de BBVA con la norma ISO 14001:2004. ②

Mejorar el sistema de valoración de riesgos ambientales y sociales en grandes proyectos de financiación. ②

Ampliar el alcance de los indicadores de ecoeficiencia. ①

Establecer objetivos ambientales concretos por áreas y países. ②

① Poco significativo; ② Significativo; ③ Muy significativo.

#### Campos de mejora

- Objetivos ambientales corporativos.
- Desarrollo de nuevos productos y servicios con criterios ambientales.
- Avance en la implantación de la herramienta de evaluación de riesgos ambientales.



### Aspectos sobre medio ambiente considerados más relevantes por los grupos de interés

- Desempeño ambiental.
- Oportunidades de negocio por medio de productos y servicios financieros.
- Riesgos ambientales derivados de la financiación de proyectos.
- Política Medioambiental y Sistema de Gestión Ambiental.

### Aspectos de la información sobre medio ambiente considerados más relevantes por los grupos de interés

- Políticas y gestión medioambientales.
- Impactos sociales y ambientales directos e indirectos de la actividad financiera.
- Información sobre consumos.
- Medidas para la lucha contra el cambio climático.
- Información sobre residuos y reciclaje.

### Principales canales de diálogo en los que se consulta sobre medio ambiente

- Investigaciones sobre expectativas y percepción.
- Fundaciones.
- Consulta a grupos de interés sobre información de responsabilidad corporativa.
- Departamento de RRC y coordinadores de RRC en América Latina.
- Departamento de Comunicación Institucional y Secretaría Técnica.

Nota: Existen otros canales de diálogo detallados en el capítulo «Los grupos de interés de BBVA».

### Principales líneas de trabajo en el 2007

- Ampliación de las certificaciones ISO 14001 en edificios del Grupo.
- Mejora del sistema de valoración de riesgos ambientales.
- Avance en la aplicación de los Principios de Ecuador.

## Política Medioambiental y Sistema de Gestión Ambiental

Las entidades financieras tienen un papel cada día más importante en su aportación al desarrollo sostenible. La implicación ambiental de este sector se manifiesta por medio de dos tipos de impactos:

- Impacto directo: por su consumo de recursos naturales.
- Impacto indirecto: por sus productos y servicios, con especial atención a la financiación de proyectos.

Desde el 2003, BBVA cuenta con una Política Medioambiental que afecta a todas las entidades y a todas las actividades del Grupo y cuyos aspectos más relevantes son:

- eficiencia en el uso de los recursos naturales;
- cumplimiento de la normativa vigente;
- inclusión de criterios ambientales en el análisis de riesgos en operaciones financieras;
- desarrollo de productos y servicios financieros en materia ambiental;
- influencia positiva en el comportamiento ambiental de los grupos de interés.

De forma simultánea a la Política Medioambiental del Grupo, y como instrumento para su implementación, se viene desarrollando un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) orientado a mejorar el desempeño ambiental de manera continua.

## Compromisos ambientales asumidos por BBVA

<b>Pacto Mundial de las Naciones Unidas</b>	El Grupo BBVA es firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y asume como propios sus diez principios, tres de los cuales se refieren al medio ambiente. Han firmado adicionalmente el pacto cuatro bancos del Grupo: BBVA Bancomer, BBVA Banco Francés, BBVA Colombia y BBVA Banco Continental ( <a href="http://www.unglobalcompact.org">www.unglobalcompact.org</a> ).
<b>UNEP-FI</b>	BBVA participa activamente desde 1998 en la Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Su objetivo es promover el respeto ambiental y la sostenibilidad en todos los niveles de las instituciones financieras. BBVA forma parte de los grupos de trabajo de América Latina e Información de Sostenibilidad ( <a href="http://www.unepfi.org">www.unepfi.org</a> ).
<b>Principios de Ecuador</b>	BBVA es miembro desde el 2004 de este compromiso voluntario en las actividades de financiación de grandes proyectos y ha implantado los necesarios procedimientos internos para su adecuado cumplimiento. En el 2006 suscribió los nuevos Principios tras su revisión ( <a href="http://www.equator-principles.com">www.equator-principles.com</a> ).
<b>AENOR</b>	BBVA participa desde el 2004 en la revisión de la elaboración de la norma sobre Análisis y Evaluación del Riesgo Ambiental UNE 150008:2000, que impulsa la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR).
<b>CDP</b>	BBVA participa desde el 2003 en <i>Carbon Disclosure Project</i> , iniciativa de transparencia informativa sobre las implicaciones empresariales del cambio climático ( <a href="http://www.cdproject.net">www.cdproject.net</a> ).

Alcance: Grupo BBVA.

## Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las agencias especializadas

(Escala: 0 a 100)	Dimensión	2006		2005		2004	
		BBVA	Media sector	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector
SAM	Política/Gestión ambiental	83	52	79	59	76	57
	Comportamiento ambiental (ecoeficiencia)	70	23	40	21	31	18
	Información ambiental	100	48	75	45	59	34
	Oportunidades de negocio	54	22	46	22	46	20
	Financiación de proyectos	64	43	52	45	47	42
	Ecoeficiencia avanzada	20	13	13	11	18	11

Los datos correspondientes a la agencia Vigeo, que se recogían en el *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005*, no se pueden integrar en esta edición al no haber sido comunicadas, a fecha de cierre de este informe, las valoraciones correspondientes al 2006.

Alcance: Grupo BBVA.

### Impacto ambiental directo: ecoeficiencia en el consumo de recursos naturales

#### Certificaciones ambientales y planes ambientales

En el 2004 se replanteó el proyecto de certificación de sistemas de gestión de acuerdo con la norma ISO 14001 y desde entonces se han obtenido las siguientes certificaciones de gestión ambiental:

- 2005: certificación ISO 14001 de Anida (la filial inmobiliaria de BBVA).
- 2005: certificación ISO 14001 de la principal sede operativa de BBVA en Madrid.
- 2006: certificación de una de las sedes de BBVA en Bilbao.

A finales del 2006, el número de empleados que trabajaban en centros con sistemas de gestión ambiental alcanzaba en España cerca del 7 % del Grupo en España, con lo que se ha superado el objetivo marcado en el 2006 (6 % de empleados).

Siguiendo la premisa básica de la mejora continua, los objetivos ambientales para el 2007 –enmarcados dentro de las certificaciones de edificios– incluyen reducciones del consumo de agua, sustitución de refrigerantes nocivos y estudio de viabilidad del uso de biodiésel para calefacción.

Además, BBVA España ha establecido el compromiso para el 2007 de comprar el 25 % del papel A4 de la tipología FSC (*Forest Stewardship Council*).

Alcance ISO 14001			
(Porcentaje)	2006	2005	2004
Empleados del Grupo afectados por ISO 14001	2,1	1,8	0,3

Alcance: Grupo BBVA

Comité de Medio Ambiente			
	2006	2005	2004
Reuniones celebradas	4	2	1

Alcance: Grupo BBVA

Principales acciones ambientales en el Grupo	
<b>España</b>	Plan de recogida selectiva de residuos en los edificios de oficinas Evaluación ambiental en los principales edificios
<b>Argentina</b>	Preparación de estudios de impacto ambiental en edificios Reducción del consumo de energía Reciclado de papel Reducción del consumo de agua
<b>México</b>	Control y ahorro de energía eléctrica Ahorro en el consumo de agua
<b>Perú</b>	Adecuación para su cumplimiento a la normativa ambiental Reciclaje y segregación de residuos Disminución de las emisiones de CO <sub>2</sub>
<b>Puerto Rico</b>	Plan de reciclaje de residuos
<b>Venezuela</b>	Controles de energía en los edificios de oficinas

Alcance: Grupo BBVA.

En el 2006 se ha gastado en el Grupo más de 4,5 millones de euros en consultoría ambiental, gestión de residuos y adecuación de instalaciones para disminuir el consumo de energía y agua (más del 97 % de esta cifra corresponde a BBVA España).

La política de certificaciones ISO 14001 tiene como objetivo para el 2007 la realización de auditorías ambientales en los principales edificios del Grupo en España, tras lo cual se certificarán, al menos, tres sedes. Además, se acometerá la certificación del edificio de Consolidar AFJP (Argentina) en América Latina.

Por otro lado, el departamento de Compras, Inmuebles y Servicios ha ampliado en el 2006 el alcance

de su Comité Ambiental, creado en el 2005, con la incorporación de Compras y la inclusión entre sus funciones del control y la gestión de temas ambientales relacionados con la ecoeficiencia del Grupo.

#### Datos de ecoeficiencia

La política de BBVA establece la necesidad de medir sus impactos directos para poder gestionarlos adecuadamente. Por medio del control periódico de los consumos de electricidad, agua, combustibles fósiles, residuos gestionados y emisiones generadas, se implantan mecanismos de reducción enmarcados dentro de planes de ecoeficiencia.

## Consumo de agua y energía

	España		México		Resto Latinoamérica		Resto del mundo		Total	
	2006	2005	2006	2005	2006 <sup>(3)</sup>	2005	2006 <sup>(4)</sup>	2005	2006	2005
<b>Energía</b>										
Total energía										
directa (GJ)	827.579,2	737.461,2	747.898,2	736.573,5	748.822,4	547.103,8	63.485,6	28.136,7	2.387.785,4	2.049.274,9
Energía directa										
por empleado (GJ)	27,1	23,7	22,8	23,7	25,6	19,6	13,8	24,9	24,6	21,9
Total electricidad										
consumida (GJ)	796.584,3	695.159,7	728.855,4	723.798,1	737.965,1	536.438,8	63.014,2	25.566,5	2.326.419,0	1.980.963,1
Total gas consumido (GJ)	13.365,4	23.889,3	6,6	n.d.	4.772,6	534,8	0,0	0,0	18.144,6	24.424,1
Total diesel consumido (GJ)	17.629,5	18.412,3	19.036,2	12.775,2	6.084,7	10.130,1	471,4	2.570,2	43.221,8	43.887,7
Total energía indirecta (GJ)	2.419.233,0	1.921.678,0	2.553.138,0	2.535.424,0	724.553,0	396.316,0	145.407,0	31.562,0	5.842.331,0	2.218.509,0
Otros consumos										
indirectos de energía <sup>(1)</sup> (GJ)	271.433,1	340.532,5	146.437,9	131.269,7	90.097,8	28.824,9	1.562,1	1.064,3 <sup>(7)</sup>	509.530,9	501.691,4
<b>Agua</b>										
Total agua consumida <sup>(6)</sup> (m <sup>3</sup> )	910.437,0	1.033.950,0 <sup>(2)</sup>	937.567,0 <sup>(5)</sup>	954.725,0	833.270,8	1.034.167,0	156.966,0	18.470,0	2.838.240,8	3.609.674,0
Agua consumida										
por empleado (m <sup>3</sup> )	29,8	33,2	28,5	30,7	28,5	37,0	34,1	16,4	29,2	38,6

<sup>(1)</sup> Corresponde al consumo energético derivado de los viajes en avión y de los vehículos que no son propiedad del Grupo.

<sup>(2)</sup> La diferencia existente con el dato del *Informe Anual de RC 2005* es debida a un cambio en la metodología de cálculo, pasando de estimar el consumo por facturas a obtener el consumo por contadores.

<sup>(3)</sup> Los datos de Paraguay del 2006 han sido extrapolados a partir de los del 2005.

<sup>(4)</sup> Las diferencias existentes con los datos del 2005 son debidas a que los datos del 2006 no incluyen Andorra. BBVA vendió Banc Internacional d'Andorra y

Banca Mora durante el 2006. Asimismo, los datos del 2005 no incluían Estados Unidos que sí se incluyen en el 2006.

<sup>(5)</sup> De los cuales el 7,2% corresponde a agua reciclada.

<sup>(6)</sup> Agua captada de la red municipal excepto la reciclada.

<sup>(7)</sup> Sólo incluye Portugal.

n.d.: no disponible.

Se han corregido algunas cifras incorrectas publicadas en el *Informe Anual de RC 2005* por un error de maquetación.

Alcance: Grupo BBVA.

## Consumo indirecto de energía por fuentes primarias<sup>(1)</sup>

(GJ)	2006	2005
<b>Combustibles fósiles</b>		
Carbón	1.441.079	1.208.396
Gas natural	706.380	611.568
Productos petróleo	3.268.202	1.496.328
Petróleo crudo	760	28
<b>Renovables y otras fuentes</b>		
Biomasa	18.536	16.379
Solar	0	0
Eólica	15.250	13.347
Geotérmica	289.750	287.645
Hidroeléctrica	528.403	412.933
Nuclear	1.206.130	1.049.000

<sup>(1)</sup> Cálculo de la energía indirecta según *Energy Balance Sheet, Energy Protocol*.

Se han corregido algunas cifras incorrectas publicadas en el *Informe Anual de RC 2005* por un error de maquetación.

Alcance: Grupo BBVA.

## Consumo de papel

	España		México		Resto Latinoamérica		Resto del mundo		Total	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005
<b>Papel</b>										
Total papel consumido (t)	6.362,0	6.487,2	4.683,7 <sup>(1)</sup>	2.287,1	1.371,6 <sup>(2)</sup>	1.165,1	104,8	138,9	12.522,10	10.078,3
Total papel consumido por empleado (t)	0,20	0,21	0,14	0,07	0,05	0,05	0,02	0,04	0,13	0,11
<b>Tipo de papel</b>										
Papel ECF consumido (kg)	3.323.300,0	2.566.931,0	0,0	0,0	0,0	3,9	0,0	0,0	3.323.300,0	2.566.934,9
Papel reciclado consumido (kg)	2.748.763,0	2.853.908,2	0,0	0,0	0,0	133.214,0	0,0	0,0	2.748.763,0	3.175.662,2
Papel reciclado sobre total papel consumido (%)	43,2	43,9	0,0	0,0	0,0	11,4	0,0	0,0	21,9	31,5

<sup>(1)</sup> El aumento de consumo de papel en México respecto a 2005 se debe a un aumento en el alcance de la cifras.

<sup>(2)</sup> Los datos de Paraguay del 2006 han sido extrapolados a partir de los del 2005.

Se han corregido algunas cifras incorrectas publicadas en el *Informe Anual de RC 2005* por un error de maquetación.

Alcance: Grupo BBVA.

## Uso de servicios relevantes para el ahorro de papel en España

	2006	2005
Clientes en correspondencia virtual	126.909,0	81.029,0
Productos con correspondencia virtual	649.479,0	437.285,0
Cancelaciones acumuladas de envío postal por producto	47.235,0	21.260,0

Alcance: BBVA España.

## Gestión de residuos

	España		México		Resto Latinoamérica		Resto del mundo		Total	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006 <sup>(2)(3)</sup>	2005	2006	2005
<b>Residuos gestionados<sup>(1)</sup></b>										
Papel (kg)	534.428,0	409.960,0	208.000,0	492.750,0	588.862,0	643.334,0	95.821,9	97.285,1	1.427.111,9	1.643.329,1
Tóners (kg)	23.100,0	24.000,0	53.992,0	33.962,9	3.022,3	529,0	n.d.	n.d.	80.114,3	58.491,9
Aparatos eléctricos y electrónicos (kg)	128.370,0	84.290,0	13.171,0	23.806,6	37.376,0	5.088,0	4.707,2	5.305,1	183.624,2	118.144,6
<b>Residuos donados</b>										
Muebles (Núm.)	187	73	0	n.d.	550	n.d.	102	58	839	131
Móviles (Núm.)	6.631	6.225	0	0	0	0	0	0	6.631	6.225
Aparatos eléctricos y electrónicos (Núm.)	802	168	0	40	2.603	5.761	157	10	3.562	5.979

<sup>(1)</sup> Se entiende por residuos gestionados aquellos que son tanto reutilizados como reciclados, revalorizados o eliminados (vertedero o incineración sin valorización energética).

<sup>(2)</sup> Las diferencias de los datos del 2006 con respecto a los del 2005 son debidas a que BBVA vendió Banc Internacional d'Andorra y Banca Mora durante el 2006.

<sup>(3)</sup> Los datos de Portugal del 2006 han sido extrapolados a partir de los del 2005.

Se han corregido algunas cifras incorrectas publicadas en el *Informe Anual de RC 2005* por un error de maquetación.

Alcance: Grupo BBVA.

### Emisiones atmosféricas<sup>(1) (2) (3)</sup>

	España		México		Resto Latinoamérica		Resto del mundo <sup>(5)</sup>		Total	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006 <sup>(4)</sup>	2005	2006	2005
<b>CO<sub>2</sub></b>										
Total CO <sub>2</sub> emitido (t)	113.884,1	106.489,1	129.090,8	125.740,8	54.179,8	37.356,4	9.726,5	3.518,9	306.881,2	273.105,2
Total CO <sub>2</sub> por empleado (t)	3,7	3,4	3,9	4,0	1,9	1,3	2,1	1,1	3,2	2,9
Emisiones directas CO <sub>2</sub> (t)	3.749,1	4.362,1	2.537,3	994,7	1.265,9	1.476,9	53,5	256,0	7.605,8	7.089,8
Emisiones indirectas CO <sub>2</sub> (t)	110.134,9	102.127,0	126.553,6	124.746,1	52.914,2	35.879,4	9.672,9	3.262,9	299.275,6	266.015,4
CO <sub>2</sub> energía consumida (t)	95.100,2	83.816,8	120.026,9	118.747,8	47.861,1	34.871,8	9.601,6	3.378,0	272.589,9	240.814,4
CO <sub>2</sub> de electricidad consumida (t)	93.156,1	81.295,1	118.641,5	117.818,2	47.182,2	33.931,8	9.567,4	3.191,0	268.547,1	236.236,1
CO <sub>2</sub> de gas natural consumido (t)	661,2	1.181,9	0,3	0,0	236,1	286,7	0,0	0,0	897,7	1.468,6
CO <sub>2</sub> de gasoil consumido (t)	1.282,8	1.339,8	1.385,2	929,6	442,8	653,3	34,3	187,0	3.145,1	3.109,7
CO <sub>2</sub> de viajes realizados (t)	18.783,9	22.672,3	9.063,8	6.993,0	2.020,2	2.484,6	124,8	140,7	34.291,2	32.290,7
CO <sub>2</sub> de avión (t)	9.849,8	9.430,5	7.214,6	5.352,1	3.869,4	1.947,6	105,5	71,9	21.039,3	16.802,2
CO <sub>2</sub> de carretera (t)	8.934,1	13.241,8	1.849,2	1.640,8	2.449,4	536,9	19,2	69,0	13.251,9	15.488,5
CO <sub>2</sub> de vehículos propiedad banco (t)	1.805,1	1.840,4	1.151,7	65,1	586,7	536,9	19,2	69,0	3.562,7	2.511,4
CO <sub>2</sub> de vehículos no propiedad banco (t)	7.129,1	11.401,4	697,5	1.575,7	1.862,7	n.d.	0,0	0,0	9.689,2	12.977,1
<b>SO<sub>2</sub></b>										
Total SO <sub>2</sub> emitido (t)	2,5	2,6	2,6	1,8	0,8	1,3	0,1	0,4	6,1	6,1
Total SO <sub>2</sub> por empleado (g)	81,0	80,0	81,0	60,0	29,0	45,0	14,0	110,0	205,9	298,6
SO <sub>2</sub> de gas natural consumido (kg)	13,0	20,0	0,0	0,0	4,7	5,7	0,0	0,0	18,1	25,7
SO <sub>2</sub> de gasoil consumido (kg)	2.468,1	2.577,7	2.665,0	1.788,5	851,0	1.256,9	66,0	359,8	6051,0	5.982,9
<b>NOx</b>										
Total NOx emitido (t)	2,0	2,7	1,3	0,9	0,7	0,9	0,0	0,2	4,1	4,8
Total NOx por empleado (g)	66,5	87,4	40,5	28,7	24,4	34,9	7,2	0,1	138,7	207,3
NOx de gas natural consumido (kg)	801,9	1.433,3	0,4	0,0	286,4	347,7	0,0	0,0	1.088,7	1.781,0
NOx de gasoil consumido (kg)	1.234,1	1.288,8	1.332,5	894,3	425,9	628,5	33,0	179,9	3.025,5	2.991,5

<sup>(1)</sup> El cálculo de estos datos de CO<sub>2</sub> se basa en la metodología *GHG Protocol*, del WBCSD y del WRI.

<sup>(2)</sup> El cálculo de los datos de SO<sub>2</sub> y de NOx se basa en los factores extraídos de la *Guía de Inventarios de Emisiones* de la Agencia Europea del Medio Ambiente.

<sup>(3)</sup> Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, ninguna instalación de los edificios del Grupo BBVA contiene CFCs.

<sup>(4)</sup> Las diferencias existentes con los datos del 2005 son debidas a que los datos del 2006 no incluyen Andorra. BBVA vendió Banc Internacional d'Andorra y Banca Mora durante el 2006.

<sup>(5)</sup> No incluye datos de Estados Unidos.

n.d.: no disponible.

Se han corregido algunas cifras incorrectas publicadas en el *Informe Anual de RC 2005* por un error de maquetación.

Alcance: Grupo BBVA.

## Videokonferencias<sup>(1)</sup>

	España		México		Resto Latinoamérica		Resto del mundo		Total	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006 <sup>(2)</sup>	2005	2006	2005
Videokonferencias	3.550	929	974	1.143	1.303	1.374	386	222	6.213	3.668
Salas equipadas con videokonferencias	310	251	12	11	27	18	12	13	361	293

<sup>(1)</sup> Estos datos reflejan el número total de videokonferencias sin tener en cuenta las posibles duplicidades debidas a comunicaciones entre los países en los que opera el Grupo BBVA.

<sup>(2)</sup> Los datos de Estados Unidos del 2006 han sido extrapolados a partir de los del 2005.

Nota: El Grupo BBVA fomenta el uso de videokonferencias para reducir la cantidad de viajes y así contribuir a la disminución de las emisiones atmosféricas que se producen por ellos.  
Alcance: Grupo BBVA.

### Impacto ambiental indirecto: gestión de riesgos y productos y servicios con carácter ambiental

El principal impacto ambiental de una entidad financiera es indirecto, es decir, el derivado de las implicaciones ambientales de los productos y servicios que ofrece, incluidas las actividades de financiación de proyectos.

#### Gestión de riesgos ambientales

La evaluación de los impactos ambientales indirectos, derivados básicamente de la financiación de empresas y proyectos de inversión, es una tarea compleja, que requiere del desarrollo de metodologías específicas de análisis de riesgos.

A lo largo del 2006, el Grupo ha seguido avanzando en la implantación de los Principios de Ecuador como herramienta de análisis de los riesgos ambientales y sociales en la financiación de los grandes proyectos de inversión.

#### Ecorating

En cuanto a los riesgos ambientales de empresas y pymes, la puesta en práctica de la herramienta Ecorating ha posibilitado un sensible avance en el análisis de las implicaciones de los aspectos medioambientales sobre los perfiles crediticios de la cartera de empresas en España. Se ha analizado una cartera superior a las 250.000 empresas en España, distribuidas en 8.628 combinaciones del Código Nacional de Actividades Económicas y de ubicaciones por comunidad autónoma. Asimismo, se ha definido el modelo para calcular los valores de riesgo medioambiental considerando más de 50 variables relacionadas con el medio ambiente, agrupadas en tres grandes bloques:

1. Las emisiones de las actividades y el consumo de recursos.
2. Las características del entorno al que afecten directa o indirectamente.
3. La presión legislativa y la fiscalización de determinados componentes del medio ambiente.

Sobre el riesgo ambiental inherente al sector minero y de la energía, BBVA Banco Continental (Perú) verifica el cumplimiento del Programa de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMA) del país para las solicitudes de financiación de todas las empresas mineras y de energía, además de la preparación de una evaluación de impacto ambiental.

## Evaluación de riesgos ambientales<sup>(1)</sup>

(Porcentaje) Rango de valores de riesgo medioambiental	Exposición	Clientes
Bajo	92,0	96,0
Medio	6,0	3,4
Alto	2,0	0,6

**Bajo:** Actividades de riesgo medioambiental prácticamente nulo o inocuas y bajo por lo que respecta a sus emisiones.

**Medio:** Actividades con riesgo medioambiental moderado y alto, respectivamente. En estos rangos se encuentran empresas de cualquier tamaño y solvencia económica. En estos grupos, además, la presión legislativa y la fiscalización del medio ambiente pueden suponer un importante riesgo.

**Alto:** Actividades con un potencial riesgo medioambiental muy elevado. Destaca de este rango que la mayoría de empresas son grandes empresas y de solvencia económica alta. Son las mejor preparadas para afrontar los cambios o restricciones a los que la legislación obliga para la protección del medio ambiente.

<sup>(1)</sup> El análisis del riesgo ambiental de la cartera de clientes que se acompaña en esta memoria se ha realizado siguiendo la metodología elaborada por Wolters Kluwer España, S.A. (Ecoiuris) y AGA-Q, S.L.

## Principios de Ecuador

En el 2006 se ha ratificado el compromiso de BBVA con la revisión de los Principios de Ecuador, que aumenta su nivel de exigencia, extiende su aplicación a todo tipo de países y reduce el importe económico de los proyectos afectados: toda financiación de proyectos de importe superior a 10 millones de dólares debe cumplir con los requisitos sociales y ambientales que establecen dichos principios.

Vid. el capítulo «BBVA y sus Clientes».

### Categorización de proyectos asesorados según los Principios de Ecuador

(Millones de euros)	Categoría	2006	
		Núm de operaciones	Importe total
	A	0	0
Europa y Norteamérica	B	4	1.613
	C	1	200
<b>TOTAL Europa</b>		<b>5</b>	<b>1.813</b>
	A	1	477,9
América Latina	B	4	971,6
	C	1	23,9
<b>TOTAL América Latina</b>		<b>6</b>	<b>1.473,4</b>
<b>TOTAL GRUPO</b>		<b>11</b>	<b>3.286,4</b>

Categoría A: Proyectos con un impacto negativo significativo que puede afectar un área mayor que la que ocupa el proyecto  
Categoría B: Proyectos con un impacto negativo menor en la población humana o en áreas de importancia ambiental  
Categoría C: Proyectos con un impacto sobre el medio ambiente muy pequeño o nulo.  
Alcance: Grupo BBVA.

## Cambio climático

El cambio climático, tal y como lo define el Protocolo de Kioto, está considerado dentro de la organización como un riesgo financiero importante y al mismo tiempo como una significativa oportunidad. El riesgo derivado del cambio climático para una entidad financiera es básicamente indirecto y está gestio-

nado por medio de los procedimientos de gestión del riesgo crediticio.

Durante el 2006 sigue en vigor la iniciativa desarrollada en el 2005 por Banca Corporativa Global, concretamente por la sucursal de Tokio (Japón), que, junto con el Banco de Japón para la Cooperación Internacional (JBIC), está desarrollando una financiación de 100 millones de dólares destinados a proyectos para la reducción de emisiones de carbono en los cinco países de Centroamérica.

En el 2006 se ha firmado un convenio de colaboración con la Fundación Ecología y Desarrollo que consiste en una compensación de 1.000 toneladas de CO<sub>2</sub> por medio de un proyecto enmarcado dentro del Protocolo de Kioto. El proyecto tiene como finalidad la generación de electricidad y calor a partir de biomasa en el Estado de Karnataka, India.

Adicionalmente, BBVA ha participado en el 2006, tal y como viene haciendo desde el 2003, en el Carbon Disclosure Project (CDP), iniciativa internacional de transparencia informativa sobre las implicaciones empresariales en el cambio climático.

## Productos y servicios con carácter ambiental

BBVA contribuye a la preservación del medio ambiente no sólo mediante la financiación de proyectos, sino por medio del desarrollo de productos y servicios de carácter ambiental. Durante el 2006, se ha continuado con algunas de las líneas del año anterior y se han desarrollado otras nuevas. Se sintetizan a continuación las principales:

- Fondos de inversión socialmente responsable (vid. el capítulo «BBVA y sus clientes»).
- Lanzamiento un nuevo proyecto de inversión en energía solar para grandes patrimonios, en colaboración con Gamesa.
- Línea de crédito de 200 millones de euros con el Banco Europeo de Inversiones para la financiación de proyectos que fortalezcan la productividad y la posición competitiva de las pymes españolas, entre

### Riesgo Kioto<sup>(1)</sup>

(Porcentaje y millones de euros)	2006	2005	2004
Total Riesgo Kioto (%)	2,08	1,38	0,74
Total Riesgo Kioto	6.367,0	3.492,0	1.465,0

<sup>(1)</sup> Incluye todas aquellas financiaciones a empresas pertenecientes a alguno de los siete sectores que establece el Plan Nacional de Asignación de Emisiones de España.  
Alcance: Grupo BBVA.



## Financiación de placas fotovoltaicas

**Objetivo:** Financiar a las pymes la instalación de placas fotovoltaicas.

**Actuación:** Debido al éxito del proyecto piloto lanzado en el 2005, se ha dirigido este producto a un número mucho mayor de clientes.

Por medio de un acuerdo con Fagor, se garantiza la instalación «llave en mano», la realización del proyecto completo, el suministro de los componentes, la tramitación administrativa y la puesta marcha del equipo, con inclusión, además, de la solicitud de punto de evacuación a la compañía eléctrica, el proyecto de ingeniería y la tramitación de las posibles subvenciones.

BBVA ofrece cuatro tipos de equipos, de 5, 20, 50 y 100 kw, con una financiación estándar que considera el préstamo flexible, con el objetivo de permitir al cliente que ajuste sus flujos de dinero a los pagos que debe efectuar.

Mediante este producto se ayuda a potenciar la rentabilidad de la inversión del cliente y a facilitar su respeto del medio ambiente.

Alcance: BBVA España.

Energía eólica			
(Millones de euros)	2006	2005	2004
Financiación de energías eólicas	357,8	289,9	146,0

Alcance: Grupo BBVA.

Financiación ambiental			
(Millones de euros)	2006	2005	2004
Préstamos con beneficios ambientales	676,4	301,7	295,7

Alcance: Grupo BBVA.

los que se incluyen proyectos de I+D y de mejora del medio ambiente.

- Línea de crédito de 200 millones de euros con el Banco Europeo de Inversiones cuyos fondos se destinarán a financiar inversiones de la Administración Pública en diversas áreas, entre las que se encuentran el ahorro energético y la protección del medio ambiente.
- Financiación del Mecanismo de Desarrollo Limpio en Centroamérica, en colaboración con el Banco de Japón para la Cooperación Internacional (JBIC) y el Banco Centroamericano de Integración Económica.
- Financiación de placas fotovoltaicas para pymes, en colaboración con Fagor, que combina rentabilidad y efectos positivos en el medio ambiente.
- Crédito Ecológico de BBVA Colombia, cuyo objetivo es financiar proyectos empresariales encaminados a mejorar el entorno medioambiental. Creado en el 2004, posibilita a los empresarios colombianos el acceso a recursos para el desarrollo de proyectos de efectos ambientales positivos, con el objetivo de adecuar y mejorar las condiciones ecológicas de la empresa.
- Financiación de energía eólica: según un informe elaborado por Project Finance Internacional, BBVA figura como el primer banco a nivel mundial en financiación de parques eólicos.
- Plan Fidels (Financiación para el Desarrollo Local Sostenible): el Grupo BBVA proporciona a las corporaciones locales un conjunto de soluciones dirigidas a impulsar la realización de proyectos medioambientales.

- Línea de crédito de 30 millones de dólares firmada por la CFS y BBVA Banco Continental para proyectos que promuevan el uso eficiente de energía y/o la forestación sostenible.
- Proyectos de banca corporativa global y de inversiones con criterios ambientales.

## Formación y sensibilización ambiental

### Formación

Las principales iniciativas en formación ambiental realizadas en el 2006 se sintetizan en el cuadro adjunto.

Formación ambiental			
(Horas)	2006	2005	2004
Formación sobre gestión ambiental (sensibilización ambiental e ISO 14001)	504	926	-
Formación sobre los Principios de Ecuador <sup>(1)</sup>	273	30	-
Formación ambiental de riesgos promovida por UNEP-FI	63 <sup>(3)</sup>	25 <sup>(2)</sup>	-

<sup>(1)</sup> Formación impartida por Sustainable Finance.  
<sup>(2)</sup> Argentina y Colombia.  
<sup>(3)</sup> Perú y España.  
Alcance: Grupo BBVA.

**Sensibilización**

Desde el 2004, el departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas elabora y envía quincenalmente el boletín de información ambiental *Actualidad Ambiental*, que pretende ser una medio de concienciación y una fuente de sugerencias sobre la forma de integrar adecuadamente la actividad empresarial y el medio ambiente. Está dirigido a directivos y empleados del Grupo y se envía a más de 400 personas.

Por su parte, el Servicio de Estudios Económicos elabora con frecuencia informes (que difunde interna y externamente) sobre aspectos económicos de la problemáti-

**Boletines sobre medio ambiente**

	2006	2005	2004
Núm. de boletines internos sobre medio ambiente	23	23	10

Alcance: Grupo BBVA.

ca ambiental, con temas como el cambio climático o las energías renovables, con lo que contribuye de esta forma al análisis, sensibilización y difusión en estos campos.

**Entidades que han aportado información medioambiental para el presente capítulo**



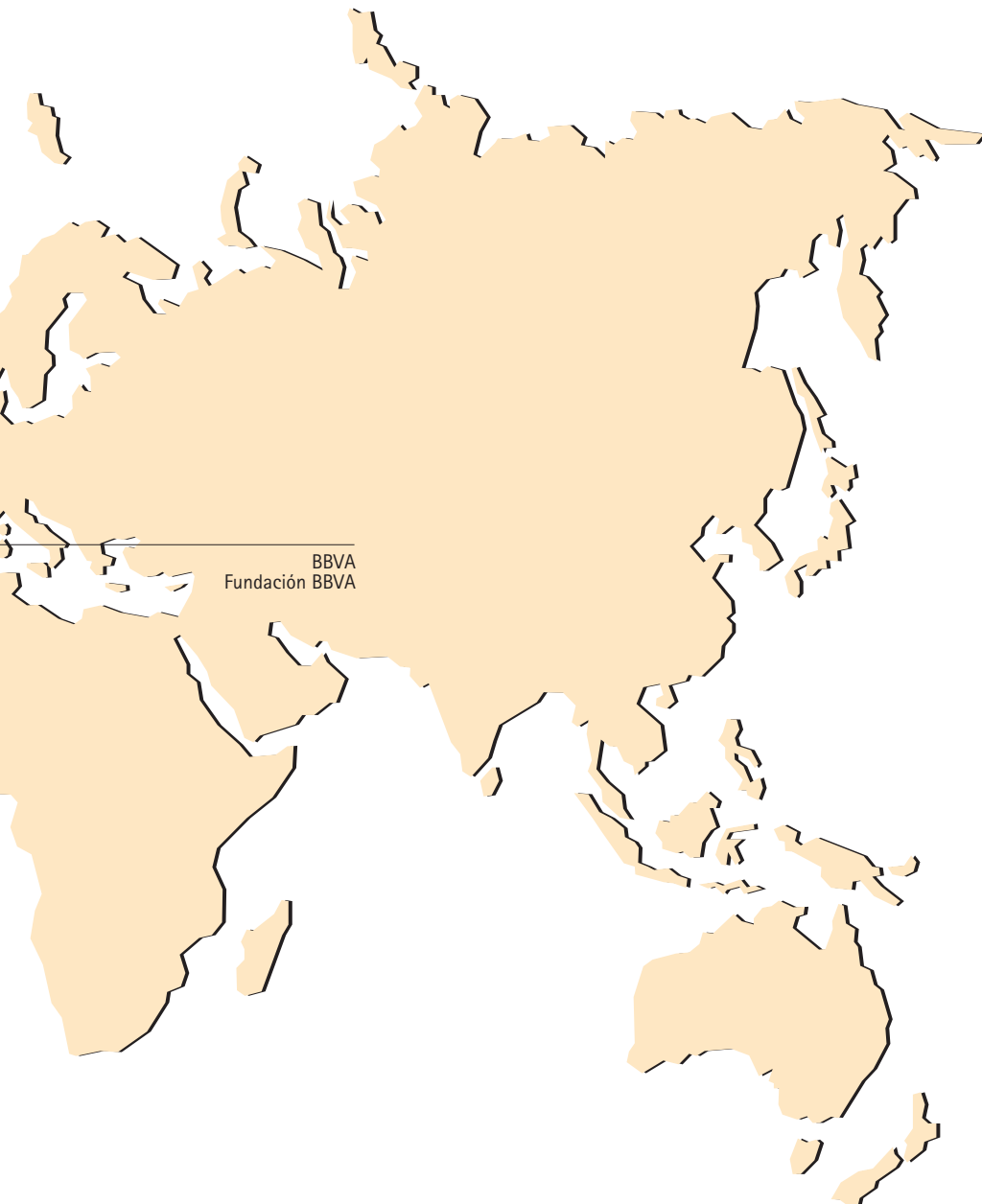
**Mecenazgo ambiental**

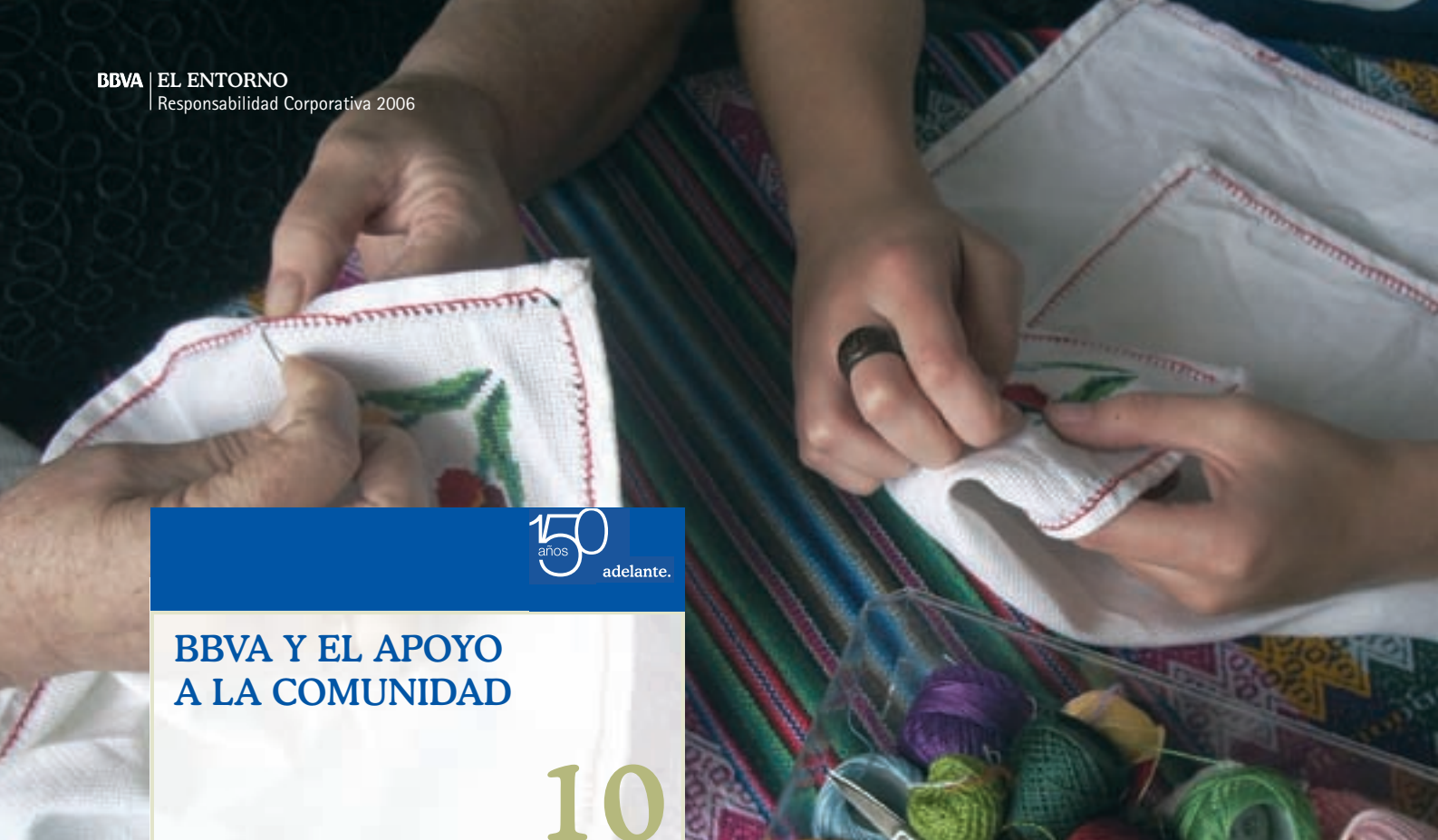
El Grupo BBVA desarrolla una importante labor de mecenazgo ambiental, básicamente canalizada por sus fundaciones de España, México y Perú, pero en la que también participan unidades de negocio (principalmente, Anida). Durante el 2006, esta aportación ascendió a 8 millones de euros, lo que supone un incremento del 36,87 % con respecto al 2005. Para más información, vid. el capítulo «BBVA y el apoyo a la comunidad».

**Mecenazgo ambiental**

(Millones de euros)	2006	2005	2004
Importe destinado	8,0	5,8	5,0

Alcance: BBVA y fundaciones.





150 años adelante.

## BBVA Y EL APOYO A LA COMUNIDAD

10

### El compromiso de BBVA con la sociedad

"Generar riqueza y contribuir de este modo al bienestar social y económico de las sociedades en las que opera, así como impulsar iniciativas sin ánimo de beneficio orientadas a satisfacer necesidades sociales básicas y a promover el desarrollo".

### Rasgos básicos

#### Entidades y colectivos receptores preferentes:

- ..... Familias desfavorecidas y/o con necesidades especiales.
- ..... Sectores desfavorecidos.
- ..... Causas de emergencia.
- ..... Organizaciones humanitarias.
- ..... Educadores, familias necesitadas de apoyo en la educación y centros educativos.
- ..... Investigadores, universidades y centros de investigación y promoción del conocimiento.
- ..... Creadores de arte y cultura y centros culturales y artísticos.
- ..... Centros de conservación del medio ambiente.
- ..... Colectivos familiares vulnerables.

### Fortalezas

- Volumen y calidad de las políticas de apoyo a la comunidad.
- Desarrollo de la acción social a través de productos financieros.
- Importancia del mecenazgo científico, ambiental, cultural y educativo.
- Importancia de las fundaciones y del Servicio de Estudios Económicos.
- Plan Marco de Acción Social del Grupo BBVA para América Latina.

### Grado de avance en las principales líneas de trabajo en el 2006

- Avances en la valoración de los impactos externo e interno de las políticas de apoyo a la comunidad. ②
  - Coordinación y alineación de las políticas de apoyo a la comunidad en América Latina. ③
  - Desarrollo del Programa de Financiación Familiar del Plan Familias BBVA. ②
  - Creación del Centro para la Juventud. ①
  - Desarrollo de una política corporativa de fomento del voluntariado. ③
  - Avances en la coordinación de las relaciones con organizaciones humanitarias. ②
- ① Poco significativo; ② Significativo; ③ Muy significativo.

### Campos de mejora

- Coordinación y fortalecimiento de los ejes vertebrales en las políticas de apoyo a la comunidad.
- Mayor alineación con la estrategia del Grupo en España.
- Mejor valoración de los impactos de las acciones realizadas.

### Aspectos sobre apoyo a la comunidad considerados más relevantes por los grupos de interés

- Proyectos educativos.
- Colaborar en proyectos de sanidad y salud pública.
- Ayudar a países y comunidades menos desarrollados.
- Apoyar a organizaciones benéficas y proyectos de ayuda social.
- Patrocinio de actividades culturales, deportivas y de ocio.

### Aspectos de la información sobre apoyo a la comunidad considerados más relevantes por los grupos de interés

- Descripción de las acciones de filantropía y mecenazgo.
- Descripción de los procedimientos para desarrollar acciones de filantropía y mecenazgo.
- Impactos sociales y medioambientales directos e indirectos de la actividad financiera.

### Principales canales de diálogo en los que se consulta sobre el apoyo a la comunidad

- Investigaciones sobre expectativas y percepción.
- Fundaciones.
- Consulta a grupos de interés sobre información de responsabilidad corporativa.
- Departamento de RRC y coordinadores de RRC en América Latina.
- Departamento de Comunicación Institucional y Secretaría Técnica.

Nota: Existen otros canales de diálogo detallados en el capítulo «Los grupos de interés de BBVA».

### Principales líneas de trabajo en el 2007

- Puesta en marcha del Plan Marco de Acción Social para América Latina.
- Mejoras en la valoración de los impactos externos e internos en las políticas de apoyo a la comunidad.
- Puesta en marcha del Plan de Voluntariado Corporativo.
- Avances en el Plan Familias BBVA:
  - Nuevos Préstamos Familiares.
  - Creación del Centro para la Juventud.
- Desarrollo de la actividad microfinanciera.

### Perspectiva general

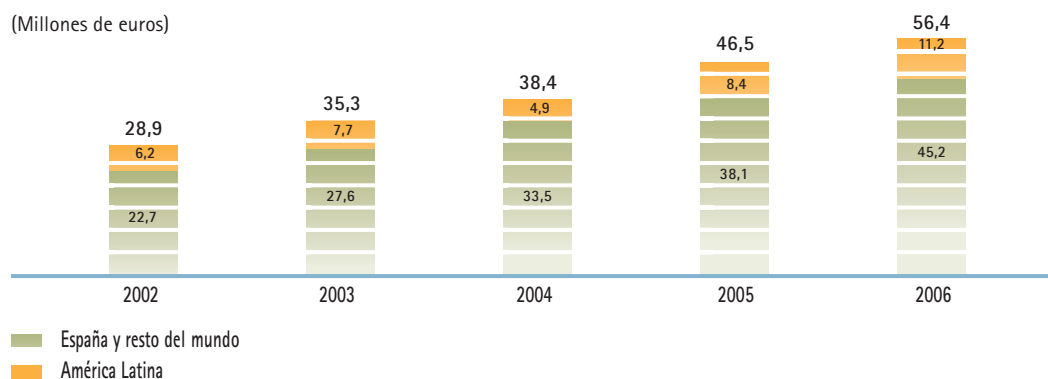
La colaboración del Grupo BBVA en el desarrollo y mejora de la calidad de vida de las sociedades en las que opera se realiza, fundamentalmente, a través de su actividad empresarial habitual: aportando valor a todos sus grupos de interés y generando crecimiento y empleo, así como comercializando productos y servicios con un impacto social particularmente positivo o especialmente adecuados para colectivos necesitados y desfavorecidos. Pero, además, el Grupo desarrolla una intensa actividad en favor de las sociedades en las que está presente mediante actuaciones sin ánimo de beneficio directo, orientadas a satisfacer necesidades básicas, paliar desequilibrios y promover el desarrollo y el bienestar.

Son éstas las actuaciones que conforman la política de apoyo a la comunidad del Grupo BBVA, que incluye, por tanto, lo que suele denominarse filantropía corporativa, patrocinios, mecenazgo y acción social. Actuaciones que responden a una estrategia común y que se orientan a promover el desarrollo integral y la mejora de las condiciones de vida y que, además, no se limitan solo a colectivos desfavorecidos. Una política que constituye una vertiente relevante de su responsabilidad corporativa y que tiene para el Grupo un carácter estratégico y sinérgico: crear valor a medio y largo plazo, tanto para la sociedad como para el propio Grupo, contribuyendo activamente a una mejor aceptación social y a una más armónica integración en las sociedades en las que trabaja. Una política que refleja su compromiso con un modelo de empresa que desempeña un papel activo, cooperativo y positivo en su entorno y que es expresión de su voluntad de ser un buen ciudadano corporativo. Una política, en definitiva, presidida por el objetivo de contribuir eficazmente al bien común de las sociedades en las que está presente.

Los principales instrumentos a través de los que se canaliza son:

- Acciones de patrocinio y mecenazgo de diferentes unidades del Grupo.
- Actividad de las fundaciones del Grupo.
- Actuaciones a través de productos y servicios especiales: financieros (préstamos gratuitos, tarjetas de crédito y fondos solidarios) y no financieros (Servicio de Estudios Económicos).
- Cesión de activos (material informático y mobiliario).
- Fomento del voluntariado de empleados.
- Fomento de la colaboración de clientes en causas humanitarias.

### Apoyo a la comunidad: recursos destinados por el Grupo BBVA y sus fundaciones



### Indicadores económicos: apoyo a la comunidad, recursos destinados por el Grupo BBVA y sus fundaciones<sup>(1)</sup>

(Miles de euros)	2006	2005	2004		2006	2005	2004
Grupo BBVA en España y resto del mundo <sup>(2)</sup>	<b>24.648,91</b>	21.080,57	18.886,18	Asistencia Social	<b>7.088,26</b>	4.891,88	4.537,51
Grupo BBVA en América Latina <sup>(2)</sup>	<b>6.176,18</b>	4.617,74	1.598,35	Educación	<b>8.218,43</b>	7.223,04	4.814,42
Fundación BBVA (España)	<b>20.599,00</b>	16.970,00	14.570,00	Cultura	<b>9.064,80</b>	10.949,10	9.242,19
Fundación BBVA Bancomer (México)	<b>4.631,16</b>	3.405,19	2.934,10	Salud	<b>5.275,23</b>	4.883,03	1.343,67
Fundación BBVA Banco Provincial (Venezuela)	<b>114,49</b>	225,31	197,89	Ciencias Sociales	<b>12.250,81</b>	8.796,73	10.002,66
Fundación BBVA Banco Francés (Argentina)	<b>178,61</b>	152,76	99,96	Medio ambiente	<b>7.957,76</b>	5.814,25	5.038,14
Fundación BBVA Banco Continental (Perú)	<b>77,10</b>	34,21	31,60	Promoción de la responsabilidad corporativa	<b>2.052,04</b>	479,05	302,92
<b>TOTAL</b>	<b>56.425,45</b>	<b>46.485,77</b>	<b>38.318,06</b>	Otros campos y gastos de estructura de las fundaciones	<b>4.518,11</b>	3.448,70	3.036,55
				<b>TOTAL</b>	<b>56.425,45</b>	<b>46.485,77</b>	<b>38.318,06</b>

(1) Los recursos del ejercicio 2004 a 2006 destinados por el Grupo BBVA y sus fundaciones incluyen:

- En las fundaciones, los recursos incluyen los gastos dedicados por cada entidad a sus fines propios y los gastos de administración y estructura de cada fundación.
- Para el Grupo BBVA se incluyen las aportaciones económicas realizadas, más la valoración del tiempo de trabajo del personal dedicado a actividades de interés social y los espacios cedidos y las aportaciones en especie.
- En la valoración de los Préstamos Familiares se han considerado los costes directos (gastos operativos, coste de la financiación y gastos de difusión).
- En ningún caso se han incluido los beneficios sociales estipulados en convenios destinados a los empleados del Grupo o sus familiares y las becas y prácticas de trabajo en el Grupo.
- Finalmente, para la conversión de los datos de los países de América Latina en moneda local, se han utilizado los tipos de cambio medio de los correspondientes ejercicios respecto al euro.

(2) No incluye las fundaciones.

Los recursos que el Grupo BBVA y sus fundaciones destinan al apoyo a la comunidad han aumentado muy significativamente en los últimos años. En el 2006, la cifra fue de 56,43 millones de euros, lo que supone un

crecimiento del 21,38 % respecto al 2005 y un crecimiento acumulado del 95,09 % desde el 2002.

El Grupo BBVA utiliza cuatro tipos de indicadores para medir y evaluar su política de apoyo a la co-

munidad, de acuerdo con el siguiente esquema conceptual:

- De actividad (vid. «Análisis por campos temáticos»).
- Económicos: recursos monetarios destinados.
- De evaluación: valoraciones específicas concedidas por las principales agencias evaluadoras y

otras entidades especializadas en este tipo de escrutinio.

- De percepción: opinión pública sobre las actuaciones realizadas (vid. «Análisis por campos temáticos»). Los principales indicadores al respecto se han recogido en las diversas tablas y cuadros incluidos en este capítulo.

### Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las agencias especializadas

(Escala: 0 a 100)		2006		2005		2004	
Entidad	Dimensión	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector	BBVA	Media sector
SAM	Apoyo a la comunidad/Filantropía	87	33	87	34	65	32

Los datos correspondientes a la agencia Vígo, que se recogían en el *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005*, no se pueden integrar en esta edición al no haber sido comunicadas a fecha de cierre de este informe las valoraciones correspondientes al 2006.  
Alcance: Grupo BBVA.

### Indicadores de percepción en España: varias fuentes

	2006 <sup>(1)</sup>		2005 <sup>(2)</sup>	
	BBVA	Media <sup>(3)</sup>	BBVA	Media <sup>(3)</sup>
RepTrak- Apoyo a buenas causas sociales. (Escala: 0 a 100) <sup>(a)</sup>	62,7	62,5	63,2	61,7
RepTrak - Contribuye de forma positiva a la sociedad. (Escala: 0 a 100) <sup>(a)</sup>	64,4	66,7	69,7	69,0
Merco Marcas-Apoyo a causas sociales. (Escala: 1 a 10) <sup>(b)</sup>	5,7	5,8	5,3	5,5
Merco-Valoración del compromiso con la comunidad. (Escala: 0 a 100) <sup>(c)</sup>	48,0	46,0	42,5	44,0

Fuentes:  
 (a) RepTrak: Tracker de Reputación Corporativa, Reputation Institute - Kantya. Encuesta realizada a la opinión pública.  
 (b) Merco Marcas, Análisis e Investigación & Villafañe y Asociados. Encuesta realizada a población bancarizada.  
 (c) MERCOC, Monitor Español de Reputación Corporativa, Análisis e Investigación & Villafañe y Asociados. Encuesta realizada a ONG.  
 (1) Período enero-noviembre, 2006.  
 (2) Los datos del 2005 se refieren al último semestre del año, momento en el que BBVA comenzó a emplear esta herramienta.  
 (3) Las medias son: en Reptrak, la media de las diez empresas con mayor reputación en España, incluyendo a BBVA y dos de sus competidores, cuando éstos no figuran entre estas diez empresas. En MERCOC MARCAS, la media de las entidades financieras de implantación estatal en España; en MERCOC, la media de las empresas con mayor reputación atendiendo a este ranking.  
 Alcance: España.

### Indicadores de percepción en España: GIMARK

#### Valoración/Calificación

Posición concedida por el público (entre las empresas analizadas) a las políticas de apoyo a la comunidad de BBVA en las vertientes de:

- Actividades culturales: 4ª
- Apoyo a países menos desarrollados: 1ª
- Ayuda a organizaciones benéficas y proyectos de ayuda social: 1ª
- Proyectos de sanidad y salud pública: 2ª
- Proyectos educativos: 1ª

Fuente: GIMARK, Tracking RSC, diciembre 2006.  
Alcance: España.

#### Observaciones / Comentarios

Análisis comparativo semestral de la percepción pública de las políticas de responsabilidad social corporativa desarrolladas por diez grandes empresas españolas, situadas a la cabeza de sus respectivos sectores.

Se consideran todas las facetas relacionadas con políticas de apoyo a la comunidad registradas en el estudio.

## Indicadores de percepción de la opinión pública en América Latina

Apoyo a buenas causas sociales (Escala 0 a 100)	2006 <sup>(1)</sup>		2005 <sup>(2)</sup>		Contribuye de forma positiva a la sociedad (Escala 0 a 100)	2006 <sup>(1)</sup>		2005 <sup>(2)</sup>	
	BBVA	Media <sup>(3)</sup>	BBVA	Media <sup>(3)</sup>		BBVA	Media <sup>(3)</sup>	BBVA	Media <sup>(3)</sup>
México	61,1	65,2	64,0	66,6	México	63,1	66,6	65,8	70,5
Argentina	61,2	66,1	66,2	70,3	Argentina	64,9	70,4	68,9	74,5
Chile	56,3	63,5	59,2	66,4	Chile	62,6	66,9	66,2	71,6
Perú	65,9	67,3	63,5	66,8	Perú	66,6	68,3	66,1	68,7

Fuente: RepTrak: Tracker de Reputación Corporativa, Reputation Institute - Kantya. Escala de puntuación: 0-100.

<sup>(1)</sup> Período enero-noviembre 2006.

<sup>(2)</sup> Los datos del 2005 se refieren al último semestre del año, momento en que BBVA comenzó a emplear esta herramienta.

<sup>(3)</sup> Media de las 10 empresas con mayor reputación en cada país, incluyendo a BBVA y dos de sus competidores cuando éstos no figuran entre estas diez empresas.

Alcance: Grupo BBVA.

### Las fundaciones del Grupo BBVA

Son entidades sin ánimo de lucro, creadas con el objetivo específico de contribuir al desarrollo integral de la sociedad. Los campos preferentes de actuación son: la ciencia, la cultura, la educación, la salud, el medio ambiente y la asistencia social.

### Fundación BBVA: presencia en medios de comunicación en el 2006

#### Número total de referencias (noticias relacionadas con la Fundación BBVA)

Prensa: 1.777 noticias      Televisión: 92 noticias

Radio: 140 noticias      Internet: 816 noticias

Impacto de difusión en prensa: 129 millones de ejemplares

Impacto de audiencia (lectores/espectadores): 739 millones

- Fuente de impactos en audiencia y difusión: SOFRES / EGM / OJD.
- Definición de variables:
  - Número de referencias: noticias relacionadas con la Fundación BBVA.
  - Impacto de difusión en prensa: acumulado del número de ejemplares de cada referencia (Fuente OJD).
  - Impacto de audiencia en prensa: acumulado del número de lectores de cada referencia (Fuente EGM).

Alcance: España.

### Fundaciones del Grupo BBVA

- Fundación BBVA (España)  
(<http://www.fbbva.es>)
- Fundación BBVA Banco Continental (Perú)  
(<http://www.bbvabancocontinental.com>)
- Fundación BBVA Banco Francés (Argentina)  
(<http://www.fundación@bancofrances.com.ar>)
- Fundación BBVA Bancomer (México)  
(<http://www.bancomer.com.mx/fundación/index.asp>)
- Fundación BBVA Banco Provincial (Venezuela)  
([http://www.provincial.com/fundación/fp\\_1.html](http://www.provincial.com/fundación/fp_1.html))

### Ejes básicos de actuación

- Ciencias Sociales
- Biomedicina, salud y sistema sanitario
- Ciencias Ambientales
- Educación
- Arte y cultura
- Asistencia social
- Educación
- Asistencia social
- Arte y cultura
- Fomento de la actividad empresarial y la responsabilidad corporativa
- Educación
- Asistencia social
- Arte y cultura
- Medio ambiente
- Educación
- Asistencia social
- Arte y cultura



### Fundación BBVA: indicadores básicos de la actividad

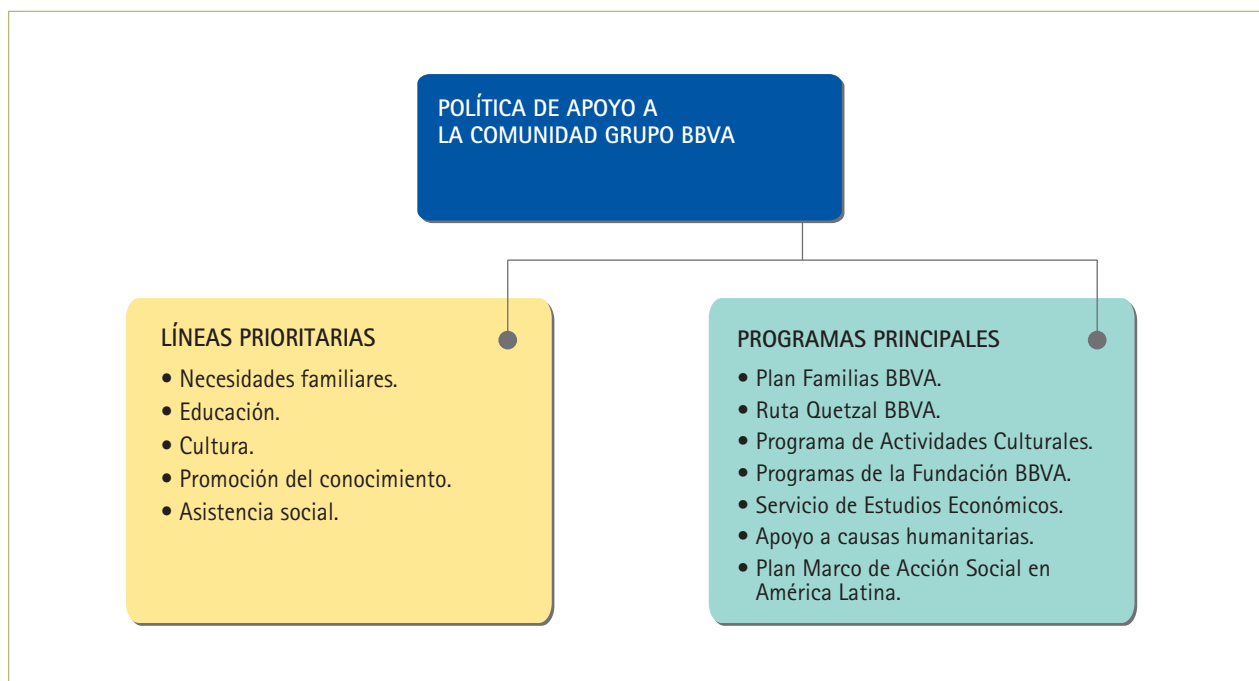
	2006	2005
Número de colaboradores	2.108	1.045
Número de proyectos de investigación	184	178
Formación avanzada (becas, cursos, premios, etc.)	32	21
Número de encuentros y seminarios especializados	31	35
Número de conferencias de divulgación general	56	40
Número de publicaciones (incluidas coediciones)	59	36
Número de accesos (HITS) al portal de Fundación BBVA	17.937.644	14.669.179
Número de ponentes (intervenientes activos)	250	244
Número de asistentes a las distintas actividades	8.985	6.422
Número de bibliotecas que reciben publicaciones	819	643
Número de revistas académicas que reciben publicaciones	35	31
Número de receptores de publicaciones de Fundación BBVA	19.076	20.522
Materiales de divulgación editados (folletos, cuadernos, etc.)	208.700	227.200
Número de sesiones de usuarios registrados en la web	164.699	139.995

Alcance: España.

### Líneas prioritarias de la política de apoyo a la comunidad

El Grupo BBVA desarrolla una intensa política de apoyo a la comunidad en todas las sociedades en donde cuenta con presencia significativa, muy especialmente en España y América Latina. Es una política que se desarrolla a través de diferentes canales y que se materializa en numerosas líneas de actividad, de acuerdo con las necesidades preferentes que pretenden atenderse.

En el esquema adjunto se indican las líneas prioritarias y los programas principales. El Plan Familias, la Ruta Quetzal BBVA, el Programa de Actividades Culturales y el Plan Marco de Acción Social en América Latina se detallan a continuación. La actividad de la Fundación BBVA, del Servicio de Estudios Económicos y la labor en asistencia social se examinan en el apartado de «Actuaciones más destacadas: análisis por campos temáticos».



## Plan Familias BBVA

Aprobado a finales del 2003, delimita una estrategia claramente diferenciada, en la que se implica una parte considerable de la organización: ayuda a las familias para afrontar necesidades básicas, con una atención preferente a las familias más necesitadas y a los colectivos familiares más vulnerables (niños, jóvenes,

mayores, mujeres, etc.). Vertebrado en torno a los programas que se detallan a continuación, el Plan Familias BBVA orienta sus actividades tanto a través de iniciativas financieras como por medio de ayudas a las organizaciones que trabajan en este campo y de actuaciones formativas, de análisis y difusión.

### Plan Familias BBVA en el 2006

#### Programa de Financiación Familiar

Por el momento, centrado en la línea de Préstamos Familiares: pequeños préstamos gratuitos orientados a cubrir necesidades familiares específicas (3.000 euros, a tres años, con un tipo de interés 0 % y sin comisiones).

(Millones de euros)	Núm. préstamos concedidos	Inversión
Préstamo Nacimiento, 3.ª campaña (mayo-septiembre) Destinado a madres con hijos recién nacidos o adoptados.	7.919	23,3
Préstamo Joven (octubre-diciembre; en vigor hasta febrero del 2007) Destinado a jóvenes (hasta 29 años inclusive) que estuvieran estudiando o que hubieran terminado recientemente sus estudios.	2.997	8,4

#### Programa de Mecenazgo Familiar.

Proyectos de Futuro: actuaciones en formación y juventud, entre las que destacan los Premios a la Acción Magistral (en colaboración con la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción -FAD-).

Iniciativas Familiares: patrocinio de proyectos desarrollados en el ámbito familiar por instituciones de prestigio (FAD, Fundación +Familia, Acción Familiar Vizcaína, Centro de Educación Familiar Especial, etc.).

#### Programa de Empleados.

Actuaciones de voluntariado que a partir del 2007 se subsumirán en el Plan de Voluntariado Corporativo aprobado en diciembre del 2006 (vid. recuadro más adelante en este capítulo). La más importante es el proyecto Euro Solidario (vid. recuadro más adelante en este capítulo).

Alcance: España.

### Proyecto Euro Solidario

**Objetivo:** colaboración con la Fundación Entreculturas-Fe y Alegría en proyectos educativos para sectores muy desfavorecidos en América Latina. La colaboración se inició en el 2005, con el proyecto Escuelas Rurales, en Río Loco (Perú), sustituido desde septiembre del 2006 (una vez cubiertas las necesidades financieras previstas) por la creación de un Centro de Desarrollo Comunitario en Cali (Colombia).

**Actuación:** BBVA promueve, desde septiembre del 2005, entre sus empleados en activo en España esta campaña (difundida por la intranet), para que quienes lo deseen donen mensualmente un euro, que se detrae automáticamente de su nómina. BBVA aporta una cantidad equivalente a la donada por los empleados. Entreculturas facilita documentación, difundida internamente, y se encarga del seguimiento del proyecto, así como de la dirección y gestión económica del mismo.

**Situación a 31 de diciembre del 2006:** 4.708 empleados estaban adheridos. A lo largo del ejercicio, el conjunto de empleados aportó 57.762 euros. BBVA igualó esta aportación, con lo que la cifra total donada alcanzó 115.524 euros.

Alcance: España.

### Plan de Voluntariado Corporativo

El Grupo BBVA aprobó en diciembre del 2006 un Plan de Voluntariado Corporativo que pondrá en marcha en el 2007. Su objetivo es establecer un marco común para todas las iniciativas de voluntariado del Grupo, basado en un amplio proceso de consulta a directivos, empleados y personal pasivo, así como en la estrategia, visión y valores del Grupo. Cada país definirá sus programas concretos. Vid. el capítulo «BBVA y sus empleados».

Alcance: Grupo BBVA.

### Ruta Quetzal BBVA

Es un programa formativo que combina educación, cultura y aventura. Proporciona a jóvenes de 16 y 17 años, básicamente europeos y americanos, seleccionados a través de un concurso previo de trabajos, la oportunidad de descubrir la dimensión humana, geográfica e histórica de la cultura iberoamericana. Se trata de una experiencia orientada no sólo a la ampliación de conocimientos, sino también al desarrollo de valores como la solidaridad, la cooperación, el respeto de la diversidad, el esfuerzo o la curiosidad intelectual.

Su actividad central consiste en una expedición anual por América Latina y España, complementada con numerosas actividades formativas, lúdicas, deportivas y de convivencia. BBVA organiza y patrocina des-

de 1993 el programa, declarado de Interés Universal por la UNESCO, y en él colaboran, además, el Ministerio de Asuntos Exteriores de España y la Secretaría de Estado para Iberoamérica.

En el 2006 se celebró la XXI edición, «A la selva de la Serpiente Emplumada. Las ciudades perdidas de los mayas». Los expedicionarios, procedentes de 53 países, recorrieron zonas de Guatemala, Belice, México y España, siendo recibidos por SS.MM. los Reyes y por el presidente del Gobierno de España.

En el 2006, con motivo de las 20 ediciones celebradas, se presentó entre mayo y julio, en la sede del Grupo en Madrid, la exposición «20 años de Ruta Quetzal BBVA».

Para más información: [www.rutaquetzal.com](http://www.rutaquetzal.com).

### Indicadores básicos Ruta Quetzal BBVA en el 2006

Presupuesto: 1,3 millones de euros.

Trabajos presentados: 4.500.

Profesores colaboradores (pertenecientes a distintas universidades en el mundo): 40.

Expedicionarios: 350 (hijos de empleados del Grupo BBVA: 50).

Países de procedencia: 53.

Visitas a la página web: 500.000.

Visitantes de la exposición «20 años de Ruta Quetzal BBVA»: 4.000.

Visitas virtuales a la exposición: 10.000.

Alcance: Grupo BBVA.

### Programa de Actividades Culturales

El Grupo BBVA desarrolla una intensa labor de fomento de la cultura y el arte, tanto en España como en América Latina. El Programa de Actividades Culturales que se desarrolla en España (aunque con actuaciones también en América) constituye la principal línea de actuación, con tres vertientes:

- Artes Plásticas: a través de la organización de exposiciones propias, de la difusión de la Colección BBVA, de la colaboración con centros artísticos de referencia (museos del Prado y Guggenheim y Fundación Joan Miró) y del patrocinio de exposiciones externas.
- Conservación y restauración del patrimonio histórico-artístico español.
- Fomento de la Música.

## Programa de Actividades Culturales en el 2006

Exposiciones	Lugares y fechas	Visitantes
LOS MAESTROS DEL COLLAGE	Barcelona, Fundación Joan Miró, 24/11/05-26/2/06	73.596
¡RUSIA!	Bilbao, Museo Guggenheim, 28/3-3/9/06	621.188
ARTE ESPAÑOL DEL SIGLO XX EN LA COLECCIÓN BBVA	Madrid, Palacio Marqués Salamanca, 19/4- 4/6/06	13.773
	Valencia, IVAM, 22/6-27/8/06	57.570
	Oviedo, Teatro Campoamor y sala BBVA, 13/9-29/10/06	17.000
	La Coruña, Quiosco Alfonso, 16/11/06-7/1/07	13.769
JOAN MIRÓ 1956-1983	Barcelona, F. Joan Miró, 23/11-11/2/07	38.278
XIX EXPOSICIÓN DE AUDIOVISUALES	Bilbao, Sala de San Nicolás (BBVA), 27/9-14/06	2.232
BODEGONES ESPAÑOLES DE LA COLECCIÓN NASEIRO	Madrid, Museo del Prado, 19/4-4/6/06	73.346
CUATRO SIGLOS DE PINTURA EUROPEA EN LA COLECCIÓN BBVA. 1485-1790	Bogotá (Colombia), Museo Nacional, 5/12-4/3/07	7.513
<b>Restauración del patrimonio artístico</b>		<b>Presentación</b>
RETABLO MAYOR DE LA IGLESIA DE LA CARIDAD (SEVILLA)		Marzo 2007
TAPICES DE GOYA DE LA CATEDRAL DE SANTIAGO DE COMPOSTELA		Junio 2006
<b>Fomento de la Música</b>		
PATROCINIO DE LA FUNDACIÓN ALBÉNIZ (ESCUELA SUPERIOR DE MÚSICA REINA SOFIA): Cátedra de viola BBVA.		
PATROCINIO DE LA ASOCIACIÓN AMIGOS DE LA ÓPERA DE BILBAO		

Alcance: Grupo BBVA.

### Plan Marco de Acción Social del Grupo BBVA para América Latina

Aprobado en el 2006 y presentado oficialmente en México en el mes de octubre, supone un salto cualitativo y cuantitativo en la política de apoyo a la comunidad del Grupo en América Latina, comportando en el 2007 un incremento de más de siete millones de euros en los recursos destinados a este campo en la región. Con una atención prioritaria a la educación (infantil, primaria o secundaria) para sectores muy desfavorecidos, el Grupo se ha comprometido a dedicarle al menos el 0,7 % de su beneficio en la región (casi 15 millones de euros en el 2007). Aplicado a los diez países de la región con presencia bancaria del Grupo, el plan tiene un marco común, pero se desarrolla de forma diferenciada en cada país, contando en todos con un programa estelar: el Programa Becas BBVA Integración, que dispon-

### Previsión de la inversión total del Grupo BBVA en acción social en América Latina

(Millones de euros)	2007 <sup>(1)</sup>
Plan Marco de Acción Social	14,9
Programa Becas BBVA Integración	8,2
Otras actividades educativas	3,6
Cultura y Asistencia Social	3,1
Otras actuaciones	0,8
Recursos destinados a América Latina por BBVA España y por la Fundación BBVA	4,7
<b>TOTAL</b>	<b>20,4</b>

<sup>(1)</sup> Estimación.  
Alcance: América Latina.

drá en el 2007 de una dotación superior a los ocho millones de euros, importe con el que concederá más de 16.000 becas.

## Programa Becas BBVA Integración



### Actuaciones más destacadas: análisis por áreas geográficas

España y América Latina constituyen las áreas principales de actuación de la política de apoyo a la comunidad del Grupo BBVA:

- En España, las actuaciones principales corren a cargo de la Fundación BBVA, del Plan Familias BBVA, de la Ruta Quetzal BBVA, del Programa de Actividades Culturales y del Servicio de Estudios Económicos, si bien se desarrolla además una muy amplia labor de patrocinios (básicamente a organizaciones, causas humanitarias y a iniciativas cultu-

rales) y Anida realiza una importante labor de mecenazgo ambiental.

- En América Latina, la actividad básica se orienta en torno al fomento de la educación y de la cultura, aunque son muy importantes también la labor de los diferentes centros del Servicio de Estudios Económicos y los recursos que se dedican a la asistencia social y al apoyo a iniciativas empresariales. Tiene especial importancia la actividad desarrollada en México, canalizada fundamentalmente a través de la Fundación BBVA Bancomer.

## Análisis por áreas geográficas

(Miles de euros)	Programas/proyectos más relevantes
España	Plan Familias BBVA. Ruta Quetzal BBVA. Programa de Actividades Culturales. Programa de la Fundación BBVA. Apoyo a causas humanitarias. Servicio de Estudios Económicos. Programa de Mecenazgo Ambiental de Anida.
Argentina (Consolidar AFJP, BBVA Banco Francés, Fundación BBVA Banco Francés)	Premios al Emprendedor Solidario, en colaboración con el Foro Ecueménico y Social, y al Emprendedor Agropecuario. Paso a paso, programa educativo con la Fundación Leer. ConsolidAR, proyecto de ayuda contra la pobreza. Programa de preservación y difusión de la Colección Badii.
Bolivia (Previsión AFP)	Premio Nacional de Novela, en colaboración con el Ministerio de Cultura boliviano y la Editorial Santillana.
Chile (AFP Provida, BBVA Chile)	Cátedra sobre Seguridad Social, con la Universidad de Chile.
Colombia (AFP Horizonte, BBVA Colombia)	Salón de Arte BBVA: programa de estímulo al arte nacional, con exposición de las obras seleccionadas en la sede del Banco de la República.
México (BBVA Bancomer, Fundación BBVA Bancomer)	Programa Becas BBVA Integración: Por los que se quedan, orientado a zonas de alta emigración y primera aplicación del Plan Marco de Acción Social del Grupo BBVA en América Latina. BBVA Bancomer en la Educación, programa de apoyo a la educación, en colaboración con la Secretaría de Educación Pública (SEP).
Panamá (BBVA Panamá)	Programa Escuelas Rancho por Escuelas Dignas: avalado por la Presidencia de la República y en beneficio de comunidades indígenas de extrema pobreza.
Paraguay (BBVA Paraguay)	Asistencia oftalmológica y de nutrición para niños de colectivos desfavorecidos económicamente.
Perú (AFP Horizonte, BBVA Banco Continental, Fundación BBVA Banco Continental)	Programa Aprendo, para la formación en temas económico-financieros para niños y jóvenes, complementado con microcréditos. Programa Leer es estar adelante, para promover la lectura. Patrocinio del Museo de Arte Precolombino de Cuzco.
Puerto Rico (BBVA Puerto Rico)	Programa Adelante es Aprender, con apoyo del departamento de Educación del Gobierno y orientado a la formación económico-financiera de escolares.
República Dominicana (Creceer AFP)	Seminario Principios del Derecho del Trabajador, organizado por la Asociación Dominicana de Derecho del Trabajo y la Seguridad Social.
Uruguay (BBVA Uruguay)	Colaboración con el Hospital Infantil Pereira Rosell, con apoyo material y voluntariado de empleados.
Venezuela (BBVA Banco Provincial Fundación BBVA Banco Provincial)	Programa de Formación de Microempresarios. Proyecto Papagayo, programa educativo para el fomento de la educación en valores a través de la lectura y la creación literaria.
Portugal	Colaboración con COTEC para promover la competitividad empresarial a través de la innovación tecnológica.
Estados Unidos	Programa de becas para estudiantes de escasos recursos, en colaboración con la Universidad de Texas.

**Análisis por campos temáticos**  
Los campos temáticos más importantes en la política de apoyo a la comunidad del Grupo BBVA

son: asistencia social, educación, cultura, salud, ciencias sociales, medio ambiente y promoción de la responsabilidad corporativa (RC).

### Asistencia social en el 2006

#### Aspectos básicos

**Objetivo:** paliar necesidades básicas de colectivos desfavorecidos y apoyar causas humanitarias.

**Recursos destinados:** 7,09 millones de euros.

**% variación respecto al 2005:** 44,90 %.

**Mecanismos prioritarios:** aportaciones y donaciones a organizaciones humanitarias y ayudas directas.

#### Proyectos más destacados

##### España:

- Plan Familias BBVA.
- Proyecto Euro Solidario, en colaboración con los empleados adheridos, a favor de la Fundación Entreculturas Fe y Alegría.
- Ayudas directas a organizaciones humanitarias.
- Proyecto Pro-Kids (identificación genética de niños desaparecidos), en colaboración con la Universidad de Granada.
- Proyecto de protocolo de actuación automática para campañas especiales ante situaciones de emergencia humanitaria.
- Servicio Colabor@, implantado en BBVA net, que permite a los clientes realizar aportaciones a organizaciones humanitarias.
- Cesión gratuita de material informático y mobiliario a organizaciones humanitarias.

##### América Latina:

- Apoyo a la Fundación Quiera para ayudar a los niños de la calle, por BBVA Bancomer (México).
- Apoyo a FUNDADES-Asociación de Hogares Nuevo Perú por BBVA Banco Continental (Perú).
- Programa ConsoliDAR de ayuda contra la pobreza de la AFPJ Consolidar (Argentina).
- Donación de juguetes para niños de colectivos desfavorecidos, por BBVA Banco Provincial (Venezuela).
- Asistencia a niños de recursos escasos, por BBVA Paraguay.
- Apoyo al Club del Pensionista, por AFP Horizonte (Perú).

Alcance: Grupo BBVA.

### Fomento de colaboraciones de clientes en causas humanitarias

#### Colaboraciones

Programa de Encartes: 500.000 folletos por actuación.

Servicio Colabor@ de BBVA net: permite a los clientes hacer aportaciones (con gran sencillez y total exención de comisiones) a organizaciones humanitarias, prioritariamente para campañas especiales por emergencias.

Alcance: España.

#### Entidades beneficiarias

Manos Unidas, Intermón Oxfam, Médicos Mundi, Cruz Roja, Anesvad, Fundación Entreculturas, Cáritas y UNICEF.

A final del ejercicio, 39 instituciones, nacionales e internacionales, podían obtener las aportaciones que a lo largo del año recibieron ingresos por un total de 101.451,35 euros.

### Indicadores de percepción en España

(Escala 0 a 100)	2006		2005	
	BBVA	Media <sup>(1)</sup>	BBVA	Media <sup>(1)</sup>
Apoyo a organizaciones benéficas y proyectos de ayuda social	25,6	18,0	31,5	22,2

Fuente: GIMARK, Tracking RSC, diciembre 2006. Porcentaje de personas que afirman que BBVA cumple en gran medida con esa afirmación.

<sup>(1)</sup> Media de las diez grandes empresas de diferentes sectores evaluadas en el estudio.

Alcance: España.

## Educación en el 2006

### Aspectos básicos

**Objetivo:** fomento de la labor educativa y ayuda a la educación, con especial atención a sectores desfavorecidos.

**Recursos destinados:** 8,22 millones de euros.

**% variación respecto al 2005:** 13,78 %.

**Mecanismos prioritarios:** apoyo a proyectos educativos, premios, becas y apoyo a través de productos financieros.

### Proyectos más destacados

#### España:

- Ruta Quetzal BBVA.
- Préstamo Joven, en el marco de los Prestamos Familiares del Plan Familias BBVA.
- Premios Francisco Giner de los Ríos a la Mejora de la Calidad Educativa, en colaboración con el Ministerio de Educación y Ciencia.
- Premios a la Acción Magistral, en colaboración con la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) y la UNESCO.
- Premio Blue Joven Emprendedores de Andalucía, en colaboración con la Junta de Andalucía.
- Actividades de formación y difusión del conocimiento para funcionarios locales.

#### América Latina:

- Programa Becas BBVA Bancomer Integración («Por los que se quedan») y Programa BBVA Bancomer en la Educación (México).
- Programa educativo Proyecto Papagayo de la Fundación BBVA Banco Provincial y Programa de Formación de Microempresarios de BBVA Banco Provincial (Venezuela).
- Programa Becas BBVA Panamá Integración («Escuelas Ranchos por Escuelas Dignas»), apoyado por la Presidencia de la República.
- Proyectos Aprendo y Leer es estar Adelante de BBVA Banco Continental (Perú).

Alcance: Grupo BBVA.

## Indicadores de percepción en España

(Escala 0 a 100)	2006		2005	
	BBVA	Media <sup>(1)</sup>	BBVA	Media <sup>(1)</sup>
Proyectos educativos	19,3	13,3	21,6	15,1

Fuente: GIMARK, Tracking RSC, diciembre 2006. Porcentaje de personas que afirman que BBVA cumple en gran medida con esa afirmación.

<sup>(1)</sup> Media de las diez grandes empresas de diferentes sectores evaluadas en el estudio.

Alcance: España.

## Cuatro iniciativas educativas relevantes en América Latina

### México

#### ■ BBVA Bancomer en la Educación:

Programa recurrente desarrollado por la Fundación BBVA Bancomer en colaboración con la Secretaría de Educación Pública (SEP), el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) e instituciones ambientales, que incluye diferentes líneas de actuación:

- Concurso "Olimpiada del conocimiento infantil" de la SEP, con concesión de becas de Secundaria para los ganadores (en el 2006 se concedieron 550 y desde su inicio se han concedido 2.823) y Bachillerato (10 becas concedidas en el 2006).
- Becas para cursos y talleres de Educación Ambiental, para alumnos de educación básica de escuelas públicas (8.126 becas concedidas en el 2006).
- Becas de excelencia para jóvenes de alto rendimiento académico y altas necesidades económicas: para Bachillerato, en el ITESM (en el 2006 se concedieron 60 y desde su inicio se han concedido 300).
- Becas para estudios universitarios en el IESM (150 becas concedidas desde su inicio).
- Programa Educativo de Prevención Escolar (PEPE). Orientado a la prevención de adicciones en escuelas públicas del nivel básico, en colaboración con la española Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) y la SEP. En el 2006 se capacitaron 150 maestros monitores. En el 2007 se implantará en 4.500 escuelas de la Ciudad de México.
- Centros de Capacitación Integral: 24 centros en todo el país para la formación básica y técnica de personas adultas sin recursos, atendidos por Voluntarios Bancomer (empleados, jubilados y familiares de BBVA Bancomer). En el 2006 se atendía a 5.700 adultos y 570 niños.

#### ■ Programa Becas BBVA Integración: «Por los que se quedan»:

Constituye la primera aplicación del Programa Becas BBVA Integración del Plan Marco de Acción Social del Grupo BBVA en América Latina. Orientado a zonas de alta emigración, su objetivo es reducir el nivel de deserción escolar por medio de becas a escolares de familias de muy bajos recursos. Con un presupuesto de 176.018 euros, en el 2006 se han concedido 600 becas. En el 2007 se prevé elevar sustancialmente estas cifras a 1.730.840 euros y 5.000 becas.



## Cuatro iniciativas educativas relevantes en América Latina (cont.)

### Venezuela

#### ■ Programa educativo Proyecto Papagayo:

Proyecto recurrente desarrollado por la Fundación BBVA Banco Provincial, creado en 1998, se orienta al fomento de la educación en valores para escolares de 6º grado de educación básica, a través de la lectura y de la creación literaria. Ha sido considerado por la UNESCO Proyecto innovador para América Latina.

#### Programa educativo Proyecto Papagayo: realizaciones y previsiones

Cursos académicos	Docentes/Escuelas implicadas (se capacita un docente por cada escuela)	Alumnos
Realizado en el 2006	199	5.820
Acumulado 1998/2006	715	21.550
Previsto para el 2007	150	4.457

Desde su creación, se estima que el número de beneficiarios indirectos del programa asciende a 111.325 personas en todo el país.

#### ■ Programa de Formación de Microempresarios:

Desarrollado por BBVA Banco Provincial como complemento a su política de microcréditos; su objeto es proporcionar formación integral a microempresarios con miras a facilitar su acceso a la financiación y fortalecer su capacidad de gestión. Se realiza a través de alianzas con la Universidad Metropolitana (UNIMET), la Universidad Tecnológica del Centro (UNITEC) y la Universidad de los Andes (ULA) (vid. el capítulo «BBVA y sus clientes»).

Alcance: Grupo BBVA.

## Cultura en el 2006

### Aspectos básicos

**Objetivo:** fomento de la creatividad, de la formación y de la difusión cultural, con especial atención a las artes plásticas.

**Recursos destinados:** 9,06 millones de euros.

**% variación respecto al 2005:** -17,20 %.

**Mecanismos prioritarios:** programas propios de mecenazgo cultural y patrocinios a iniciativas ajenas relevantes.

### Proyectos más destacados

#### España:

- Programa de Actividades Culturales (artes plásticas, conservación y restauración del patrimonio y fomento de la música).
- Patrocinio de iniciativas culturales de las administraciones públicas, de centros académicos y de medios de comunicación.
- Colaboración con el Ministerio de Defensa en investigación y restauración de fondos históricos y en ediciones singulares.
- Patrocinio de publicaciones culturales distribuidas en bibliotecas populares, a través del Instituto Cervantes e Instituciones Penitenciarias.
- Archivo y Museo Histórico BBVA.

#### América Latina:

- Fondo de Apoyo a las Artes de BBVA Bancomer (México).
- Salón de Arte BBVA de BBVA Colombia.
- Colección Líbero Badii y Museo Casa Alsina, por BBVA Banco Francés (Argentina).
- Premio Nacional de Novela de AFP Previsión (Bolivia).
- Programa de exposiciones propias y patrocinio del Museo de Arte Precolombino de Cuzco, por la Fundación BBVA Banco Continental (Perú).
- Programa de exposiciones propias de la Fundación BBVA Banco Provincial (Venezuela).

Alcance: Grupo BBVA.

## Indicadores de percepción en España

(Escala 0 a 100)	2006		2005	
	BBVA	Media <sup>(1)</sup>	BBVA	Media <sup>(1)</sup>
Patrocinio de actividades culturales, deportivas y de ocio	22,6	22,6	27,4	27,5

Fuente: GIMARK, Tracking RSC, diciembre 2006. Porcentaje de personas que afirman que BBVA cumple en gran medida con esa afirmación.

<sup>(1)</sup> Media de las diez grandes empresas de diferentes sectores evaluadas en el estudio.

Alcance: España.

## Salud en el 2006

### Aspectos básicos

**Objetivo:** apoyo a la investigación, el conocimiento, la formación, el debate y la información en el campo de la salud y ayudas directas a iniciativas en el ámbito sanitario.

**Recursos destinados:** 5,28 millones de euros.

**% variación respecto al 2005:** 8,03 %.

**Mecanismos prioritarios:** programas de actividad de la Fundación BBVA en Ciencias de la Salud y Sistema Sanitario (vid. recuadro) y ayudas directas a las entidades de referencia en este campo.

### Proyectos más destacados

#### España:

- Programa de la Fundación BBVA en Biomedicina, salud y sistema sanitario.
- Patrocinio de la Fundación Pro CNIC (Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares).
- Ciclo de conferencias médicas, en colaboración con la Fundación Abril Martorell.
- Becas y ayudas a investigadores, en colaboración con la Fundación Pi i Sunyer.

#### América Latina:

- Asistencia oftalmológica y de nutrición para niños de colectivos desfavorecidos de BBVA Paraguay, en colaboración con la Cooperadora para la Nutrición Infantil (CONIN).
- Colaboración con el Hospital Infantil Pereira Rosell, con apoyo material y voluntariado de empleados de BBVA Uruguay.
- Programa educativo contra las adicciones de BBVA Bancomer (México).
- Apoyo a centros sanitarios y patrocinio del programa de formación sanitaria y prevención de accidentes en escuelas «Mejor es prevenir» de BBVA Banco Francés (Argentina).
- Sostenimiento del Hospital de Caldas, por BBVA Colombia.
- Prevención de drogodependencias, en colaboración con la Universidad Central de Venezuela, de BBVA Banco Provincial.
- Ayuda a la Asociación de Distrofia Muscular, por BBVA Puerto Rico.

Alcance: Grupo BBVA.

## Indicadores de percepción en España

(Escala 0 a 100)	2006		2005	
	BBVA	Media <sup>(1)</sup>	BBVA	Media <sup>(1)</sup>
Colaborar en proyectos de sanidad y salud pública	12,5	11,0	14,6	12,6

Fuente: GIMARK, Tracking RSC, diciembre 2006. Porcentaje de personas que afirman que BBVA cumple en gran medida con esa afirmación.  
<sup>(1)</sup> Media de las diez grandes empresas de diferentes sectores evaluadas en el estudio.  
 Alcance: España.

## Ciencias Sociales en el 2006

### Aspectos básicos

**Objetivo:** fomento de la investigación, el conocimiento, la formación, el debate y la información en el campo de las Ciencias Sociales, en especial de la Economía.

**Recursos destinados:** 12,25 millones de euros.

**% variación respecto al 2005:** 39,27 %.

**Mecanismos prioritarios:** actividades de interés social del Servicio de Estudios Económicos del Grupo BBVA y programa de actividad en Ciencias Sociales de la Fundación BBVA en España (vid. recuadro). También ayudas directas a entidades de referencia en este campo.

### Proyectos más destacados

#### España:

- Programa de la Fundación BBVA en Ciencias Sociales (socioeconomía, demografía, valores, opinión pública, sociedad del conocimiento y tecnologías de la información).
- Actividades de interés social del Servicio de Estudios Económicos.
- Patrocinios de Anida de cursos, seminarios y jornadas sobre urbanismo y sobre el sector inmobiliario.

#### América Latina:

- Actividades de interés social del Servicio de Estudios Económicos en América Latina.
- Ayudas a diversas universidades, instituciones y foros económicos en diversos países.
- Patrocinio de la Cátedra sobre Seguridad Social en la Universidad de Chile, por BBVA Chile.
- Colaboración con la Universidad de los Andes, por BBVA Colombia.
- Patrocinio de actividades de la Fundación CEGA (Centro de Estudios Agrícolas y Ganaderos), por BBVA Colombia.
- Patrocinio del seminario «Principios del Derecho del Trabajador» organizado por la Asociación Dominicana de Derechos del Trabajo y la Seguridad Social, por AFP Crecer (República Dominicana).

Alcance: Grupo BBVA.

## Servicio de Estudios Económicos del Grupo BBVA

Bajo una dirección corporativa unificada, mantiene centros de trabajo en España, Argentina, Colombia, Chile, Estados Unidos, Hong-Kong, México, Perú, Puerto Rico y Venezuela. En conjunto, constituye una de las plataformas empresariales de información e investigación económica más importantes en el mundo.

Además del asesoramiento interno, realiza una relevante labor de interés social a través de sus diferentes publicaciones, informes e investigaciones, que tienen una amplia distribución gratuita y que se incluyen en la página web propia (<http://serviciodeestudios.bbva.com>). En el 2006 ha editado 46 publicaciones periódicas: 15 en España, una en Portugal y 30 en América (Colombia, 2; Venezuela, 2; Chile, 2; Argentina, 2; Perú, 3; México, 10; y Estados Unidos, 9).

Los economistas del Servicio desarrollan, adicionalmente, una activa labor de difusión y debate en foros de muy diferente carácter en todo el mundo, así como en medios de comunicación y en publicaciones especializadas.

Asimismo, organiza frecuentes seminarios y sesiones de reflexión y debate.

Presupuesto destinado por el Servicio de Estudios Económicos en el 2006 a actividades de interés social: 1,46 millones de euros.

Alcance: Grupo BBVA.

## Medio ambiente en el 2006

### Aspectos básicos

**Objetivo:** fomento de la investigación, el conocimiento, la formación, el debate y la información en el campo del medio ambiente y de la protección del entorno.

**Recursos destinados:** 7,96 millones de euros.

**% variación respecto al 2005:** 37,24 %.

**Mecanismos prioritarios:** programa de actividad de la Fundación BBVA en Ciencias Ambientales (vid. recuadro) y ayudas directas a entidades de referencia en este campo.

### Proyectos más destacados

#### España:

- Programa de la Fundación BBVA en Medio ambiente, centrado especialmente en Biología de la Conservación.
- Programa de Mecenazgo Ambiental de Anida, con asesoramiento de WWF/Adena:
  - Protección del oso ibérico, con el Fondo Asturiano para la Protección de Animales Salvajes (FAPAS).
  - Conservación del lince ibérico y recuperación de salinas en el Parque Natural de Doñana, con la Fundación Doñana.
  - Colaboración con Cruz Roja para la concienciación sobre el consumo responsable de agua y energía y la segregación de recursos.

#### América Latina:

- Conservación y educación ambiental Ajusco Medio (México) de Fundación BBVA Bancomer (México).
- Colaboración con la Fundación Pro Islas (Perú) de la Fundación BBVA Banco Continental (Perú).
- Ayuda al desarrollo urbanístico de Bogotá, por BBVA Colombia.

Alcance: Grupo BBVA.

## Medio ambiente. Indicadores de percepción en España y América Latina

(Escala 0 a 100)	2006 <sup>(1)</sup>		2005 <sup>(2)</sup>	
	BBVA	Media <sup>(3)</sup>	BBVA	Media <sup>(3)</sup>
España	62,5	61,1	63,5	61,5
México	56,5	61,5	59,2	63,6
Argentina	58,2	64,0	63,6	68,5
Chile	54,1	59,9	59,4	64,0
Perú	62,7	64,6	60,9	63,9

Fuente: RepTrak: Tracking de Reputación Corporativa, Reputation Institute - Kantya. Escala de puntuación: 0-100.

<sup>(1)</sup> Período: Enero-Noviembre, 2006.

<sup>(2)</sup> Los datos del 2005 se refieren al último semestre del año, momento en que BBVA comenzó a emplear esta herramienta.

<sup>(3)</sup> Media de las diez empresas con mayor reputación en cada país, incluyendo a BBVA y dos de sus competidores cuando éstos no figuran entre estas diez empresas.

Alcance: Grupo BBVA.

## Los programas de promoción del conocimiento de la Fundación BBVA

Su actividad se orienta hacia la promoción del conocimiento, a través del fomento de la investigación, becas, premios, formación avanzada, organización de encuentros, cursos, seminarios, ciclos de conferencias y una intensa labor editorial. Tres son las áreas de interés preferente:

**Ciencias Sociales:** se desarrolla en torno a tres líneas de trabajo:

- Socioeconomía, cambio demográfico, familia, integración social y estudios europeos:
  - Numerosos informes, investigaciones, publicaciones y actos de difusión y debate.
- Valores, educación y opinión pública:
  - Premios Francisco Giner de los Ríos a la Mejora de la Calidad Educativa, en colaboración con el Ministerio de Educación y Ciencia.
  - Cursos de verano de la Universidad del País Vasco.
  - Curso de especialización de periodismo de la Escuela de Periodismo de la Universidad Autónoma de Madrid/El País.
  - Estudio sobre la juventud universitaria española.
- Sociedad del conocimiento y tecnologías de la información (ciclos de conferencias y jornadas).

**Biomedicina, salud y sistema sanitario:** se desarrolla en torno a dos programas fundamentales, cuyos proyectos más destacados en el 2006 son:

- Biomedicina (Epidemiología, Oncología, Bioinformática y Medicina Molecular):
  - Cátedras de Biomedicina Fundación BBVA.
  - Proyecto de investigación aplicada dirigido al desarrollo y evaluación de nuevas estrategias de control de la malaria, monitorizado por la Organización Mundial de la Salud, en el que también participan instituciones como la Fundación Bill and Melinda Gates.
  - Programa de investigación en Oncología (Metástasis) en colaboración con el Instituto de Investigación Biomédica de Barcelona.
- Salud y sistema sanitario:
  - Programa de educación a familias sobre enfermedades de alta permanencia, en coordinación con el Hospital Clinic de Barcelona.

**Medio ambiente:** enmarcados en el área de la Biología de la Conservación, en el 2006 los proyectos más destacados fueron:

- II Premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad.
- IV Convocatoria de Ayudas a la Investigación en Medio Ambiente.
- Actividad del centro de investigación ambiental impulsado por la Fundación en Cap Salines (Islas Baleares).
- Proyecto Felinos Sudamericanos (en colaboración con el Instituto de Biología y Medicina Experimental, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas y la Universidad de Castilla-La Mancha).
- Proyecto Cuadernos de Campo de Doñana (en colaboración con el CSIC).

En todas las áreas se desarrollan convocatorias públicas de ayudas a la investigación de excelencia y programas de becas de formación en España para especialistas latinoamericanos, en colaboración con Fundación Carolina.

Presupuesto destinado por la Fundación BBVA en el 2006 al conjunto de las áreas mencionadas: 20,6 millones de euros.

Alcance: España.

## Promoción de la RC en el 2006

### Aspectos básicos

**Objetivo:** fomento y difusión de la responsabilidad de las empresas.

**Recursos destinados:** 2,05 millones de euros.

**% variación respecto al 2005:** 328,36 %.

**Mecanismos prioritarios:** realización de iniciativas propias y en colaboración y apoyo a iniciativas externas orientadas a promover e impulsar la filosofía, criterios y prácticas de una gestión responsable.

### Proyectos más destacados

#### España:

- Numerosas iniciativas de promoción de la RC y colaboración con un amplio número de instituciones, entre las que destacan: ESADE, EOI, UNED, Cruz Roja, Economistas sin Fronteras, Fundación Carolina, Fundación Codespa, Fundación Entorno e Iberdrola.
- Miembro de organizaciones dedicadas a impulsar la RC: Foro de Reputación Corporativa, Fundación Empresa y Sociedad, Fundación Carolina, Fundación + Familia, Fundación Codespa, AECA y Center for Business and Public Sector Ethics.
- Firmante de acuerdos internacionales sobre RC: Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Asociación Española del Pacto Mundial (a cuyo Comité Ejecutivo pertenece BBVA), Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI) y Principios de Ecuador.

#### América Latina:

- BBVA Banco Francés (Argentina), BBVA Bancomer (México), BBVA Banco Continental (Perú) y BBVA Colombia han suscrito el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Promoción del Foro Ecuménico y Social y colaboración en el 17º Premio BBVA Banco Francés (Argentina) al Emprendedor Agropecuario.
- Colaboración con el Centro Mexicano para la Filantropía de BBVA Bancomer (México).

Alcance: Grupo BBVA.



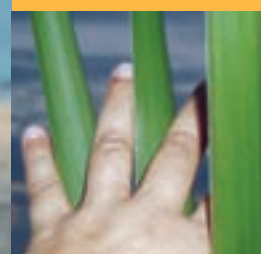
# IV

## INFORMACIÓN ADICIONAL

Informe Anual  
de Responsabilidad  
Corporativa 2006



**11**  
Criterios  
del informe



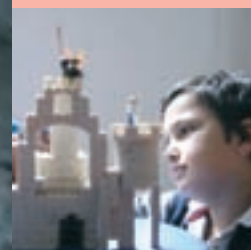
**12**  
Proceso  
de consulta  
a los grupos  
de interés



**13**  
Informe  
de verificación



**14**  
Indicadores  
GRI



**15**  
Pacto Mundial  
de las  
Naciones Unidas



**16**  
Objetivos  
del Milenio



## CRITERIOS DEL INFORME



### Perfil, alcance, relevancia, materialidad y cobertura del informe

BBVA elabora un informe de responsabilidad corporativa con carácter anual desde el año 2002. El presente informe recoge información relevante para el conjunto del Grupo BBVA en el 2006, aspirando a dar una imagen lo más completa y fiel posible, incluyendo información sobre todos los países y sectores en que tiene una presencia significativa y aportando además datos referentes a los años 2004 y 2005 para posibilitar una evaluación más objetiva de su evolución (excepto en el capítulo «BBVA y el medio ambiente», en el que, por razones de espacio, sólo se incluyen datos del 2005 y del 2006). Se ha procurado destacar, siempre que fuese pertinente, los casos en que la información suministrada tiene límites diferentes.

Para la selección del contenido de este informe se ha pretendido conseguir un adecuado equilibrio de in-

formación consistente y suficiente, con una extensión que no sobrepasara los límites razonables. En la determinación de la relevancia y materialidad de los contenidos a incluir, se ha tratado de conceder una atención muy especial a la opinión de los grupos de interés más significativos del Grupo BBVA. Para ello, se ha profundizado en el proceso de consulta a los grupos de interés iniciado el año anterior, siguiendo las recomendaciones de la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* (versión 3 del 2006) de *Global Reporting Initiative* (GRI) y de la norma AA1000 de *AccountAbility*. La finalidad de este proceso es dedicar mayor atención a aquellos aspectos e indicadores que los grupos de interés han considerado más relevantes y materiales. Para más información, puede consultarse el epígrafe «Proceso de consulta a los grupos de interés» incluido en el apartado de «Información adicional» de este informe.



Con el fin de adecuar mejor el contenido del informe a los criterios de GRI, se han aplicado los «Principios para la definición del contenido» de la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* (versión 3 del 2006). Para ello, se ha elaborado un informe que recoge las distintas pruebas efectuadas y que ha sido verificado por la firma auditora. Esta información ha quedado recogida en el «Informe de verificación», incluido también en el apartado de «Información adicional».

Es importante señalar también que el presente informe se complementa con el *Informe Anual 2006* de BBVA (en el que –junto a otras informaciones también relevantes para la responsabilidad corporativa del Grupo– se integra una detallada información relativa al Sistema de Gobierno Corporativo), así como con la información disponible en la página web corporativa ([www.bbva.com](http://www.bbva.com)).

Deben destacarse dos aspectos que afectan a las cifras de este informe:

- La información financiera del Grupo BBVA se elabora a partir del 2005 de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) adoptadas por la Unión Europea y la Circular 4/2004 del Banco de España, que suponen importantes cambios en las políticas contables, criterios de valoración y forma de presentación de los estados financieros con respecto a la normativa anterior. Los datos correspondientes al ejercicio 2004 han sido elaborados con los mismos criterios y, por tanto, son homogéneos, por lo que difieren de los publicados durante dicho ejercicio.
- En algún caso, las cifras referentes a los años 2004 y 2005 han podido sufrir alguna modificación con respecto a los datos de esos mismos ejercicios facilitados en años anteriores, debido a mejoras en la metodología de cuantificación y medición de las variables afectadas. En esos casos se ha incluido una explicación en las mismas tablas para facilitar su comprensión.

### Referencias básicas y estándares internacionales

El presente informe ha pretendido respetar estrictamente los principios y requisitos de información de *Global Reporting Initiative*, que ha calificado a BBVA desde el 2003 como informador *in accordance* con sus criterios. En este sentido, el informe no sólo ha atendido a los criterios generales contenidos en la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* (versión 3 del 2006), sino también a los documentos específicos para

el sector financiero: Suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros-Desempeño Social (noviembre, 2002) y Suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros-Desempeño Medioambiental (versión piloto 1.0 de marzo del 2005) ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

Asimismo, el informe ha pretendido dar cuenta adecuada en su contenido del cumplimiento de BBVA con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, así como del compromiso de la entidad con los Objetivos del Milenio de las Naciones Unidas. Un mayor detalle de estos aspectos se puede encontrar en los epígrafes dedicados específicamente a la adecuación del informe con ambas iniciativas, incluidos en el apartado de «Información adicional». En el informe se han tomado además en consideración diversos estándares y recomendaciones sobre información en materia de responsabilidad corporativa, tanto nacionales como internacionales. Cabe destacar entre las muchas fuentes consultadas las siguientes:

- SPI-Finance, *Social Performance Indicators for the Financial Industry, Draft Final Report*, 2002 ([www.spifinance.com](http://www.spifinance.com)).
- The Global Compact, *A Practical Guide to Communication on Progress*, 2005 ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)).
- AccountAbility, *AA1000 Guidelines*, 1999.
- Recomendaciones del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa recogidas en sus informes anuales sobre pautas de elaboración de informes de responsabilidad social corporativa, y particularmente en el titulado *La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del Ibex 35*, análisis del ejercicio 2004 (el documento correspondiente al ejercicio 2005 no se había publicado a la fecha de finalización del presente informe) ([www.observatoriosc.org](http://www.observatoriosc.org)).
- AECA, *Límites de la información de sostenibilidad: entidad, devengo y materialidad* (2005) ([www.aeca.es](http://www.aeca.es)).
- Proyecto EQUAL por la diversidad activa, *Un modelo para integrar la diversidad de género en la responsabilidad social empresarial* (enero del 2007).

### Rigor y verificación

BBVA dispone de diversos instrumentos para garantizar la calidad y veracidad de la información que proporciona este informe. Por una parte, cuenta con áreas especializadas en la sistematización y gestión de información que proporcionan una sólida fuente de contenidos para el departamento de Responsabilidad y Repu-

tación Corporativas. Son áreas que además están sometidas a los procesos de supervisión, verificación y auditoría (interna y externa) habituales en el Grupo. En segundo lugar, el departamento de RRC durante el 2006 ha mejorado su sistema de gestión de información con la contratación de una nueva aplicación informática vía Internet que mejora la anterior, principalmente en cuanto a calidad y alcance de la información, así como con una más exigente verificación por firma auditora externa. El sistema cuenta en la actualidad con cerca 150 usuarios

en el ámbito mundial. Tanto la información captada y recogida en el informe como el propio sistema de información han sido verificados por una firma auditora independiente, de la que se da cuenta expresa en un apartado específico del informe.



Este informe cuenta con la garantía de haber sido revisado lingüísticamente por la Fundación del Español Urgente ([www.fundeu.es](http://www.fundeu.es)).

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

BBVA ha seguido el protocolo establecido por GRI (ver tabla adjunta) y ha sometido a verificación por parte de Deloitte su autocalificación, que ha sido finalmente corroborada por la firma auditora como A+. Posteriormente todo el proceso ha sido revisado por el propio GRI que ha concedido al Informe la máxima nota posible que se puede otorgar a este tipo de informes: A+.

150  
años  
adelante.

## PROCESO DE CONSULTA A LOS GRUPOS DE INTERÉS

12

### BBVA responde:

Ha procurado incorporar de forma razonada y equilibrada las demandas de información planteadas por sus grupos de interés.

### La consulta dentro de los sistemas de diálogo y gestión de los grupos de interés de BBVA

De forma complementaria al repertorio de actividades que forman parte de los sistemas de diálogo y gestión de los grupos de interés de BBVA –descritos en el capítulo 2–, y con la finalidad de mejorar permanentemente la calidad de los contenidos de su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, BBVA puso en marcha en el 2005, por segundo año consecutivo, un proceso específico de diálogo con sus grupos de interés.

Los objetivos de este proceso, denominado *Consulta 2006 a los grupos de interés*, se centraron en evaluar la calidad de la información contenida en el *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005*, identificando los asuntos relacionados con el Grupo BBVA considerados como relevantes y definiendo un proceso para su inclusión en el próximo informe.

Al igual que en el 2005, los trabajos realizados en el 2006, conducidos por una consultora independiente, se ejecutaron teniendo en cuenta los principios, criterios y recomendaciones de estándares internacionales, en este caso, la *Guía de Global Reporting Initiative (GRI)* en su versión G3 de octubre del 2006, así como la norma AA1000 del instituto AccountAbility.

La consulta se realizó entre los meses de julio y octubre del 2006, contando con la participación de informantes clave, representativos de los diferentes grupos de interés de BBVA y procedentes de los principales territorios en los que opera el Grupo. Además, se llevó a cabo un análisis de la información en esta materia en el sector financiero internacional y de los criterios seguidos por las agencias de evaluación en sostenibilidad, así como de la opinión de expertos de reconocido prestigio en materia de responsabilidad corporativa.

La consulta ha incluido a representantes de grupos de interés directos (trabajadores, accionistas, proveedores, clientes) y representantes de entidades vinculadas a la acción social y medioambiental. Por su parte, la participación de los informantes por territorios se ha distribuido entre Argentina, Chile, Colombia, España, México, Perú, Uruguay y Venezuela, con diversos grados de participación en cada uno de estos países.

Para dar cabida a los grupos de interés que conforman el sector financiero y las agencias de evaluación en sostenibilidad, se ha empleado un método de consulta indirecta articulado a través del análisis de los más destacados informes anuales de responsabilidad del sector bancario en el ámbito internacional y de España –para el primer caso– y a través del análisis de los cuestionarios de las principales agencias de evaluación –para el segundo–.

Los trabajos realizados han contado con 77 informantes distribuidos en 6 talleres presenciales en España con grupos de interés de BBVA y 45 entrevistas a informantes clave representativos de los grupos de interés de BBVA en América y España y de medios de comunicación expertos en responsabilidad corporativa. Como colofón a estos trabajos, y con objeto de complementar y enriquecer las conclusiones obtenidas en los anteriores análisis, se llevó también a cabo un grupo de trabajo formado por expertos de reconocido prestigio en materia de responsabilidad corporativa.

### **Evaluación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005 de BBVA**

La primera parte de la consulta se centró en una evaluación por parte de los grupos de interés del *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005*, de modo que las conclusiones obtenidas pudiesen incorporarse –en la medida de lo posible– en el informe correspondiente al ejercicio 2006.

En términos generales, existe un alto grado de acuerdo en que el informe de BBVA es un documento bien estructurado, que ha mejorado respecto al año anterior y que ha resultado útil a los grupos de interés para formarse una opinión general del Grupo BBVA y de todas sus actividades (lógicamente, de manera especial de las que exceden del ámbito estrictamente económico-financiero).

#### **[A] Evaluación de la forma del informe**

- Se han percibido mejores valoraciones respecto a la claridad del informe del 2005 en comparación con el del 2004. Sin embargo, persisten las dificultades

de comprensión, propias de un documento que por su naturaleza ha de abordar diversas facetas y campos de conocimiento bastante exigentes para el lector no especialista.

- Como consecuencia de lo anterior, se constata un amplio consenso entre los grupos de interés consultados sobre la necesidad de abordar los contenidos del informe con un lenguaje más accesible, sencillo y sintético.
- Se percibe una descompensación relacionada con la diferente extensión de los capítulos, tanto en volumen respecto al resto del documento como en profundidad y detalle de la información aportada.
- En opinión de los informantes, el tono del informe resulta en determinados momentos excesivamente técnico y exhaustivo. Para facilitar la lectura global, los informantes consultados recomiendan el reequilibrio del documento con el objetivo de homogeneizar y simplificar los capítulos.
- Se propone elaborar un informe menos extenso que facilite la lectura global del documento.

#### **[B] Evaluación del fondo del informe**

- En general, se considera que el informe tiene un tono escasamente autocrítico, lo que se constituye como uno de los principales impedimentos ante los grupos de interés a la hora otorgar credibilidad al informe.
- Se demanda más información para explicar algunos datos cuantitativos, especialmente si los datos muestran algún cambio de tendencia o resultan negativos para el Grupo. Los informantes creen que este aspecto, además de mejorar la claridad del informe, incidiría también en su credibilidad.
- En términos generales, el *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005* del Grupo BBVA se valora como un documento que contiene la información necesaria para la formación de juicios sobre el desempeño de la compañía en las materias que se abordan.
- Aunque existe un amplio consenso respecto al excesivo volumen del informe, prácticamente todos los grupos de interés demandan al mismo tiempo más información sobre aspectos concretos que les atañen directamente.
- Respecto a la exhaustividad del informe, los informantes han señalado como un aspecto importante a mejorar el aumento de la información sobre la gestión del Grupo en los países latinoamericanos en los que actúa, que todavía es escasa.

- Otro aspecto a mejorar es la comparabilidad de los indicadores y datos cuantitativos significativos. Para interpretar el significado de los indicadores que proporciona el informe, los grupos de interés demandan más información que permita la comparación, ya sea referida al sector financiero, al desempeño del Grupo en otros años, etc.
- Se sugiere la revisión de los objetivos plasmados, la inclusión de nuevos objetivos cuantificables y diferenciados por ámbitos de gestión y la inclusión de acciones relacionadas con cada uno de esos objetivos, con el fin de poder contrastar –al final de cada ejercicio– los objetivos marcados y los resultados obtenidos.

### [C] Valoraciones sobre el canal de información utilizado

Otra de las conclusiones –y contradicciones– principales que han aflorado en la consulta tiene que ver con los destinatarios del informe. La compañía sitúa a sus principales grupos de interés como los destinatarios prioritarios, pero prácticamente ninguno de estos grupos se concibe a sí mismo como tal.

Una de las razones fundamentales que utilizan los grupos de interés para justificar este punto de vista se relaciona con las carencias percibidas en el sistema actual de difusión del informe. Una amplia mayoría de los informantes reconoce haber tenido acceso al mismo por primera vez con motivo de la realización de esta consulta. Muchos, incluso desconocían su existencia.

En general, los grupos de interés consultados han puesto de manifiesto la poca efectividad del informe como canal de difusión de la información acerca de la responsabilidad corporativa del Grupo BBVA, aduciendo que cada uno de ellos cuenta con canales más potentes y efectivos en su relación habitual con la compañía, que deberían ser utilizados por ésta para hacerles llegar este tipo de información.

### Cuestiones relevantes consensuadas a partir de la consulta

El segundo bloque de la consulta giró en torno al principio de relevancia/materialidad expresado tanto en la última versión de la *Guía para la elaboración de memorias GRI-G3*<sup>1</sup> como en la norma AA1000 de AccountAbility. Así, a partir del diálogo con los grupos

<sup>1</sup> Principio de materialidad: la información contenida en la memoria deberá cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos –sociales, ambientales y económicos– de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

de interés, se ha determinado la lista que se refleja más adelante de asuntos relevantes, ordenados en función de su grado de importancia.

La puntuación otorgada a cada uno de los asuntos se ha determinado mediante una valoración numérica del consenso sobre cada uno de ellos expresado por los diferentes grupos de interés<sup>2</sup>.

### Procedimiento para la selección de los contenidos considerados relevantes en la consulta

De acuerdo con los principios expuestos por GRI-G3, para determinar las cuestiones relevantes que han de definir el contenido de un informe de RC se deben combinar factores internos y externos, como son la misión y la estrategia competitiva de la organización, las preocupaciones expresadas por los grupos de interés, las expectativas sociales de mayor alcance, la influencia en la organización del ciclo económico o los presupuestos básicos contenidos en los acuerdos y normas internacionales que se espera que la organización cumpla.

Esta detección de los asuntos relevantes a integrar en el informe se puede hacer de maneras muy diversas, pero en todo caso es necesario definir un método que permita superar tanto las discrepancias y las contradicciones existentes entre las demandas de los diferentes grupos de interés como las limitaciones y las exigencias del contexto en el que se inserta la actividad de una compañía.

BBVA ha optado por un esquema de identificación de contenidos que garantiza como premisas básicas la comparabilidad de la información en relación a otras empresas del sector, la pertinencia de los asuntos relevantes respecto al contexto de sostenibilidad y la sintonía de los mismos con la estrategia del Grupo.

Este modelo permite integrar en un contexto más amplio aquellas cuestiones que resultan importantes para los grupos de interés –resultantes, entre otros procesos, de la consulta–, aportando a los procedimientos de elaboración de los informes anuales un mayor gra-

<sup>2</sup> Para la asignación de puntuaciones se han tomado en consideración dos valores numéricos: (i) El grado de consenso intragrupo de cada cuestión: este valor varía entre 2 y 3 y cuantifica el grado de consenso en el seno de cada grupo de interés consultado. (ii) El grado de consenso intergrupos: dentro de cada asunto identificado, este valor indica el número de concurrencias en los distintos ámbitos estudiados (es decir, cuántas veces aparece alguna cuestión en más de un grupo). Para destacar la importancia que supone que un determinado asunto apareciera en dos o más ámbitos de análisis, se ha adoptado la decisión metodológica de ponderar el grado de consenso intergrupalo, multiplicando su valor por 2. De este modo, la fórmula empleada para el análisis integrado de consensos resultó ser la siguiente: Nivel de acuerdo de cada cuestión = [i] + 2\*[ii].

## Asuntos relevantes

	Valoración	
1	Productos financieros que impulsen la responsabilidad corporativa	29
2	Accesibilidad de los productos financieros	25
3	Definición y seguimiento de la estrategia de RC	20
4	Trato justo a los clientes	18
5	Derechos fundamentales de los trabajadores	17
6	Desarrollo de políticas responsables de recursos humanos	16
7	Descripción de las acciones de filantropía y mecenazgo	16
8	Declaraciones, principios y valores relacionados con la compañía	16
9	Instrumentos para la gestión de los riesgos éticos	15
10	Mejoras de las condiciones laborales	15
11	Política y gestión medioambientales	15
12	Medidas contra la corrupción y el soborno	13
13	Participación de los grupos de interés	13
14	Descripción de procedimientos para desarrollar acciones de filantropía y mecenazgo	13
15	Transparencia en la información económica	13
16	Salud y seguridad de los empleados	13
17	Impactos sociales y medioambientales directos e indirectos de la actividad financiera	12
18	Información sobre consumos	11
19	Identificación y gestión de riesgos	9
20	Descripción del sistema de gobierno corporativo de la compañía	9
21	Ampliación de la información sobre la actuación internacional del Grupo	8
22	Medidas contra el blanqueo de dinero	8
23	Responsabilidad en el marketing y la comunicación	8
24	Detalle del organigrama del Grupo	8
25	Extensión de la RC a la cadena de suministro	6
26	Compromisos con iniciativas externas	6
27	Accesibilidad y distribución de la información contenida en el informe de RC	6
28	Valoración de los informes y las políticas de RC por terceros	6
29	Medidas para la lucha contra el cambio climático	6
30	Comparabilidad de la información	5
31	Información sobre residuos y reciclaje	4

do de coherencia y de dinamismo. Se trata, en definitiva, de un esquema que abre la puerta a la innovación y a la búsqueda de nuevos caminos para avanzar en el diálogo con los grupos de interés. De forma sintética, el proceso seguido ha incluido las siguientes fases:

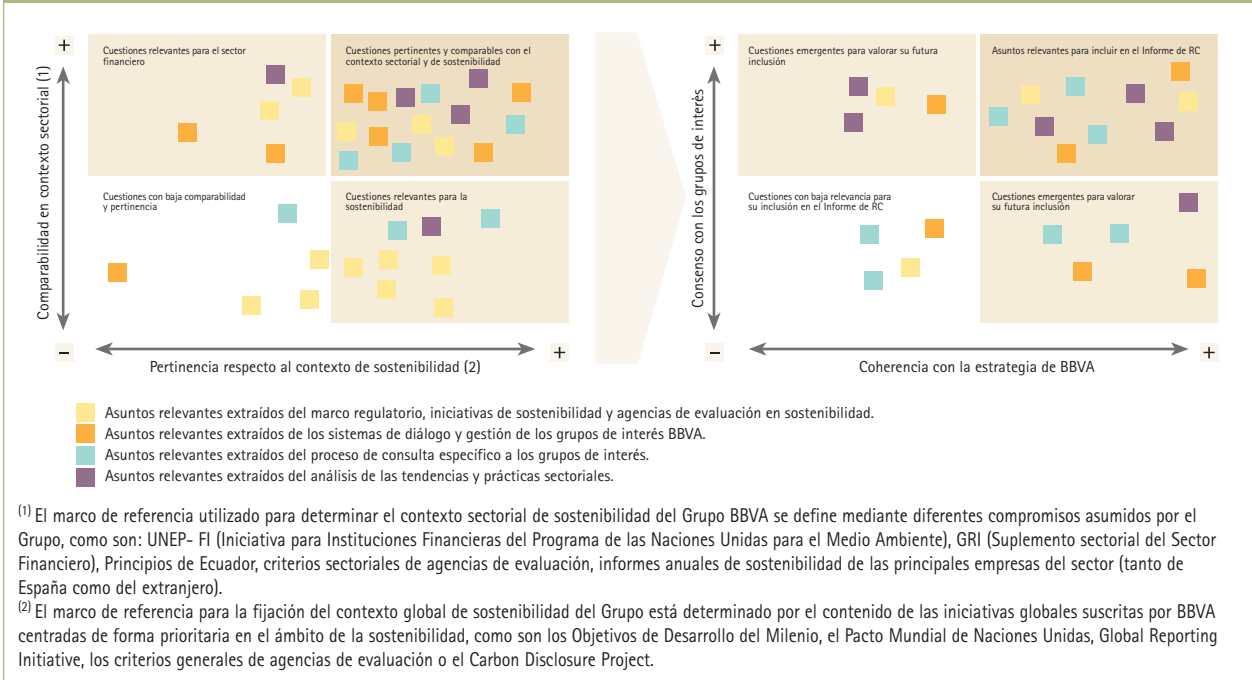
1. Como primer paso, se ha elaborado una matriz en la que se incluyen y agrupan por categorías los asuntos detectados a partir de distintas vías: los sistemas de diálogo y gestión de los grupos de interés de BBVA, las cuestiones relevantes extraídas de la *Consulta 2006*, los asuntos relevantes identificados en los análisis de tendencias y prácticas sectoriales y, por último, los asuntos relevantes procedentes del marco regulatorio, de las iniciativas internacionales de sostenibilidad y de los criterios de las agencias de evaluación<sup>1</sup>.

2. En segundo lugar, se ha realizado un doble análisis; por un lado, en términos de comparabilidad –remitido al contexto sectorial– y por otro, en relación a criterios de pertinencia –respecto al contexto de sostenibilidad–.

3. Finalmente, con aquellas cuestiones que pasaron el filtro anterior –es decir, que demostraron ser pertinentes y comparables– se realizó un análisis para valorar el grado de consenso existente entre los distintos grupos de interés consultados acerca de su relevancia. A su vez, el resultado de este análisis se puso en relación con los objetivos principales de la estrategia del Grupo, tratando de determinar de forma coherente qué asuntos se deberían incluir en el *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006* de BBVA.

<sup>1</sup> Las agencias de evaluación tomadas en consideración en la *Consulta 2006* fueron SAM, SIRI Company, EIRIS, OEKOM Research y VIGEO. Todas estas agencias evalúan el desempeño no financiero del Grupo BBVA, gestionando algunas de ellas índices de sostenibilidad en los que BBVA está incluido.

## Procedimiento empleado para la definición de contenidos del Informe



## A la dirección de BBVA:

Entre los meses de junio y noviembre de 2006 se realizó la *Consulta a los grupos de interés 2006* para el Grupo BBVA, con el objeto de evaluar el *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005* y de determinar, al mismo tiempo, qué asuntos resultan relevantes para los grupos de interés de la Compañía en relación con la actividad que ésta desarrolla y con la información que aporta sobre dicha actividad en sus informes anuales.

El proceso de consulta, guiado por los principios contenidos tanto en la versión de octubre de 2006 de la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* de Global Reporting Initiative (GRI-G3) como en la norma AA1000 Assurance Standard de AccountAbility, se inserta y da continuidad a una línea de trabajo desarrollada por BBVA para la mejora de la calidad de sus informes anuales, línea ya comenzada con el *Diagnóstico de Materialidad* que se realizó durante 2005.

En esta ocasión, se han desarrollado talleres presenciales en España con representantes de grupos de interés directos e indirectos de la Compañía y expertos en responsabilidad corporativa, así como entrevistas telemáticas a representantes de grupos de interés de BBVA y medios de comunicación en América Latina, siendo la cifra total de participantes de setenta y siete personas, distribuidas entre España y los países de América Latina en que el Grupo está presente. Adicionalmente y como fuentes secundarias de información, se han analizado los informes anuales de responsabilidad corporativa de compañías líderes del sector financiero internacional, así como los cuestionarios de las principales agencias especializadas de evaluación que analizan el desempeño del Grupo BBVA en materia de sostenibilidad y responsabilidad corporativa.

La información obtenida mediante la metodología aplicada ha permitido una evaluación exhaustiva del *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005* del Grupo, así como la identificación de las prioridades de los grupos consultados respecto a los asuntos que tienen que ver con las actividades desarrolladas por BBVA.

Madrid, 30 de enero de 2007

Responsables Consulting, S.L



Juan García Moreno  
Consejero Delegado



150  
años  
adelante.

INFORME DE  
VERIFICACIÓN

13

## INFORME DE VERIFICACION INDEPENDIENTE DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2006 DE BBVA

A la Dirección de BBVA:

### *Alcance del trabajo*

Hemos realizado la verificación de los siguientes aspectos del Informe de Responsabilidad Corporativa 2006 del Grupo BBVA (en adelante BBVA):

- La adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Corporativa a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3) y a los suplementos sectoriales social y medioambiental del sector financiero y la validación de los indicadores propuestos en dicha guía y suplementos.
- La información incluida en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2006 de BBVA relativa a la aplicación de los principios de relevancia, integridad y respuesta adecuada establecidos en la norma AA1000 de AccountAbility.
- La información proporcionada sobre el grado de avance y cumplimiento de las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2006, planteadas en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2005.

La preparación del Informe de Responsabilidad Corporativa, así como el contenido del mismo, es responsabilidad del Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas de BBVA, el 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 la revisión limitada.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la *International Standard on Assurance Engagements 3000* (ISAE 3000) de International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB), para realizar auditorías de información no financiera, conjuntamente con la *AccountAbility 1000 Assurance Standard (AA1000AS)*, emitida por AccountAbility.

La revisión limitada ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de BBVA que han participado en la elaboración del Informe de Responsabilidad Corporativa, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de verificación por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de BBVA para obtener la información relevante sobre los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados en responsabilidad corporativa. Dichas reuniones se han celebrado con directivos del Grupo BBVA y sus Fundaciones en España, México, Colombia y Perú.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2006.
- Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2006 del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas y del Comité Medioambiental.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Análisis de la relevancia e integridad de la información incluida en el Informe de Responsabilidad Corporativa en función del entendimiento de BBVA de los requerimientos de los grupos de interés sobre aspectos materiales.
- Contraste de que el contenido del Informe de Responsabilidad Corporativa no contradice ninguna información relevante suministrada por BBVA en su Informe Anual y en su Informe de Gobierno Corporativo.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Corporativa a los recomendados en la Guía G3 de GRI.
- Comprobación de que los indicadores centrales y los específicos de los suplementos del sector financiero incluidos en el Informe se corresponden con los recomendados por dicho estándar y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
- Comprobación, mediante pruebas de verificación en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2006 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de BBVA.

El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe de Responsabilidad Corporativa 2006 de BBVA.

#### **Independencia**

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia de Deloitte, las cuales cubren los requerimientos del Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC). Asimismo, en aplicación de los procedimientos de BBVA, nuestra Carta de Encargo ha sido aprobada por el Comité de Auditoría.

#### **Conclusiones**

- EL Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006 de BBVA ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3) y de los suplementos sectoriales del sector financiero social y medioambiental en su nivel de aplicación A+. En el Índice de Contenidos e Indicadores GRI, incluido en el capítulo 14, se detallan los indicadores revisados, el perímetro al que se refieren y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos señalados por GRI. Como resultado de nuestra revisión limitada no se ha puesto de manifiesto ningún otro hecho que nos haga creer que los aspectos descritos contienen errores significativos.
- En base al trabajo realizado, y salvo por lo aspectos descritos en el capítulo 14, no se ha puesto de manifiesto ningún hecho que nos lleve a pensar que la información incluida en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2006 de BBVA, relativa a la aplicación de los principios de la norma AA1000 de relevancia, integridad y respuesta adecuada a los grupos de interés contiene errores u omisiones significativos.

- Asimismo, como consecuencia de los procedimientos de revisión efectuados no hemos detectado que la información proporcionada sobre el grado de avance y cumplimiento de las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2006, planteadas en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2005, contengan errores significativos.

#### **Recomendaciones**

Adicionalmente, hemos presentado al Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas de BBVA nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para consolidar los procesos, programas y sistemas ligados a la gestión de la Responsabilidad Corporativa. Las recomendaciones más relevantes se refieren a:

- Profundizar en la identificación de aspectos relevantes para los grupos de interés y extender y consolidar los sistemas de diálogo y consulta en las áreas de negocio localizadas en México y América del Sur.
- Formalizar los sistemas de control y seguimiento del cumplimiento de los códigos de conducta generales y específicos existentes en el Grupo.
- Mejorar la implantación de los sistemas de recogida de datos de Responsabilidad Corporativa mediante la incorporación de aquella información que en la actualidad no está disponible en algunas áreas y países, sobre todo en lo que se refiere a los indicadores de los suplementos sectoriales del sector financiero.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de BBVA de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo.

Madrid, 26 de febrero de 2007

DELOITTE, S.L.



Helena Redondo



## INDICADORES GRI

14

### Perfil

1 Estrategia y análisis		Páginas
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	3-5
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	22-23, 28-31
2. Perfil de la organización		Páginas
2.1	Nombre de la organización.	8
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	9-13
2.3	Estructura operativa de la organización.	9-11
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	8
2.5	Número de países en los que opera la organización.	8,10-11
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	8
2.7	Mercados servidos.	8-11
2.8	Dimensiones de la organización informante.	8-11
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	14, 126-128
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	26, 51

Perfil (Cont.)

<b>3. Parámetros de la memoria</b>		<b>Páginas</b>
<b>Perfil de la memoria</b>		
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	126-128
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	126-128
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	126-128
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	Contraportada interior
<b>Alcance y cobertura de la memoria</b>		
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	26-28, 126-127
3.6	Cobertura de la memoria.	126-128
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	126-128
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	126-128
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.	127
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.	126-128
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	126-128
<b>Índice del contenido del GRI</b>		
3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	138-148
<b>Verificación</b>		
3.13	Política y práctica actual 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.	126-128
<b>4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés</b>		<b>Páginas</b>
<b>Gobierno</b>		
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, IGC (7-10, 26-32)
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(18-19)
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.	25, IGC(8-10)
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	48-51, 57-60, 64, 65
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).	55-57, IGC(14-16)
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	IGC(34-36)
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(16-18)
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.	26, 36-39
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, códigos de conducta y principios.	26-32, 33, 36-39, IGC(25-34, 46-48)
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	IGC(16-18)
<b>Compromisos con iniciativas externas</b>		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	29-30
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	39

## Perfil (Cont.)

4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya. Participación de los grupos de interés	39
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	14-21, 129-134
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	14-21
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.	14-21
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.	14-21, 26-32

IA: Informe Anual 2006.

IGC: Informe de Gobierno Corporativo 2006.

(1): BBVA entiende que este indicador queda reflejado a lo largo de todo el informe.

## Información sobre el enfoque de gestión y/o dirección

	Páginas
<b>Dimensión económica- Información sobre el enfoque de gestión</b>	8-12, 24, 28-30, IA
Desempeño económico	8-12, 28-30, 41, IA
Presencia en el mercado	8-13, 28-30, IA
Impacto económico indirecto	28-30, 40-43, 108-120, IA
<b>Dimensión ambiental- Información sobre el enfoque de gestión</b>	94-104
Materiales	99
Energía	98
Agua	98
Biodiversidad	121
Emisiones, vertidos y residuos	99-100
Productos y servicios	102-103
Cumplimiento normativo	94
Transporte	Na2(a)
Aspectos generales	28-32, 97
<b>Dimensión social:</b>	
<b>-Prácticas laborales y ética del trabajo- Información sobre el enfoque de dirección</b>	28-32, 52-69
Empleo	52-60, 62, 67
Relación Empresa/Trabajadores	17-18, 57-58, 64-65
Salud y Seguridad en el trabajo	65-66
Formación y Educación	55-56, 61-63
Diversidad e Igualdad de oportunidades	64, 66-68
<b>-Derechos humanos- Información sobre el enfoque de la dirección</b>	28-32, 64, 90-91
Prácticas de inversión y aprovisionamientos	36-39, 61-64, 66-67
No discriminación	36-39, 64, 66-68
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	64-65
Abolición de la Explotación Infantil	39, 64
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	36-39, 64
Quejas y procedimientos conciliatorios	64-65
Prácticas de Seguridad	64-66
Derechos de los indígenas	39, 64
<b>-Sociedad- Información sobre el enfoque de gestión</b>	28-32, 106-123
Comunidad	39, 106-123
Corrupción	36-39, 84-87
Política Pública	36-39

## Información sobre el enfoque de gestión y/o dirección (Cont.)

Comportamiento de Competencia Desleal	36-39, 73
Cumplimiento normativo	27, 33, 36-39, 64-65
-Responsabilidad sobre productos- Información sobre el enfoque de gestión	70-87
Salud y Seguridad del Cliente	28-32, 76-77, 86-87
Etiquetado de Productos y Servicios	29-32, 76-77
Comunicaciones de Marketing	30-34, 76-77
Privacidad del Cliente	28-32, 87
Cumplimiento normativo	28-30, 73, 76, 87

## Indicadores de desempeño

(P/A)*	Indicadores del desempeño económico	Perímetro	Alcance de verificación	Páginas	Pregunta a través de un canal de diálogo
<b>Aspecto: Desempeño económico</b>					
P	EC1. Valor económico generado y distribuido.	GRUPO BBVA	(1)	41	✓ (D)
P	EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	GRUPO BBVA	Verificado	102	✓ (I)
P	EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	GRUPO BBVA	Verificado	Cuentas Anuales (Nota 29 y 2.2.e)	✓ (D)
P	EC4. Ayuda financieras significativas recibidas de gobiernos.	BBVA ESPAÑA	Verificado	62	-
<b>Aspecto: Presencia en el mercado</b>					
A	EC5. Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	GRUPO BBVA	(2)	56	✓ (I)
P	EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	GRUPO BBVA	Verificado	88-91	✓ (D)
P	EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	GRUPO BBVA	(3)	56-57, 60	✓ (I)
<b>Aspecto: Impactos económicos indirectos</b>					
P	EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie	GRUPO BBVA	Verificado	59, 108-120	✓ (I)
A	EC9. Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	GRUPO BBVA	Verificado	40-43	✓ (I)
<b>Indicadores del desempeño ambiental<sup>(11)</sup></b>					
<b>Aspecto: Materiales</b>					
P	EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	GRUPO BBVA	(4)	99	✓ (I)
P	EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	GRUPO BBVA	(4)	99	✓ (I)
<b>Aspecto: Energía</b>					
P	EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	GRUPO BBVA	Verificado	98	✓ (I)
P	EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	GRUPO BBVA	Verificado	98	✓ (I)
A	EN5. Ahorro total de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	GRUPO BBVA		Nd (b)	✓ (I)
A	EN6. Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	GRUPO BBVA		Nd(b)	✓ (I)
A	EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	GRUPO BBVA	(5)	101	✓ (I)

## Indicadores de desempeño (Cont.)

(P/A)*	Indicadores del desempeño ambiental <sup>(11)</sup>	Perímetro	Alcance de verificación	Páginas	Pregunta a través de un canal de diálogo
<b>Aspecto: Agua</b>					
P	EN8. Captación total de agua por fuentes.	GRUPO BBVA	Verificado	98	✓ (I)
A	EN9. Fuentes de agua que han sido afectados significativamente por la captación de agua.			Na2(c)	✓ (I)
A	EN10. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	GRUPO BBVA	Verificado	98	✓ (I)
<b>Aspecto: Biodiversidad</b>					
P	EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.			Na2(d)	✓ (I)
P	EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, 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.			Na2(d)	✓ (I)
A	EN13. Hábitats protegidos o restaurados.			Na2(d)	✓ (I)
A	EN14. Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la diversidad.			Na2(d)	✓ (I)
A	EN15. Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.			Na2(e)	✓ (I)
<b>Aspecto: Emisiones, vertidos y residuos</b>					
P	EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	GRUPO BBVA	Verificado	100	✓ (I)
P	EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	GRUPO BBVA	Verificado	100	✓ (I)
A	EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de efecto invernadero y las reducciones logradas.	GRUPO BBVA	(5)	101-102	✓ (I)
P	EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	GRUPO BBVA	Verificado	100	✓ (I)
P	EN 20. NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	GRUPO BBVA	Verificado	100	✓ (I)
P	EN 21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.			Na2(c)	✓ (I)
P	EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	GRUPO BBVA	Verificado	99	✓ (I)
P	EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.			Na2(c)	✓ (I)
A	EN24. Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.			Na1(d)	✓ (I)
A	EN25. Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.			Na2(C)	✓ (I)
<b>Aspecto: Productos y servicios</b>					
P	EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	GRUPO BBVA	Verificado	101-103	✓ (D)
P	EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.			Na1(a)	✓ (I)
<b>Aspecto: Cumplimiento normativo</b>					
P	EN28. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	BBVA ESPAÑA	(6)	94	✓ (I)
<b>Aspecto: Transporte</b>					
A	EN29. Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.			Na1(a)	✓ (I)
<b>Aspecto: General</b>					
A	EN30. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	GRUPO BBVA	Verificado	97	✓ (I)



## Indicadores de desempeño (Cont.)

(P/A)*	Indicadores del desempeño de Prácticas laborales y ética del trabajo <sup>(12)</sup>	Perímetro	Alcance de verificación	Páginas	Pregunta a través de un canal de diálogo
<b>Aspecto: Empleo</b>					
P	LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	GRUPO BBVA	Verificado	52-54, 67	✓ (I)
P	LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	GRUPO BBVA	Verificado	60	✓ (I)
A	LA3. Beneficios sociales para los empleados de jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad personal.	GRUPO BBVA	Verificado	59-60	✓ (D)
<b>Aspecto: Relaciones Empresa/Trabajadores</b>					
P	LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	BBVA ESPAÑA	(6)	64-65	✓ (I)
P	LA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	GRUPO BBVA	Verificado	65	-
<b>Aspecto: Salud y Seguridad en el trabajo</b>					
A	LA6. Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de empresa-empleado, para ayudar a controlar y asesoren sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	BBVA ESPAÑA	(6)	65-66	✓ (I)
P	LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	GRUPO BBVA	(7)	66	✓ (I)
P	LA8. Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	BBVA ESPAÑA	(6)	66	✓ (I)
A	LA9. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	BBVA ESPAÑA	(6)	65-66	✓ (I)
<b>Aspecto: Formación y Educación</b>					
P	LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	GRUPO BBVA	Verificado	62-63	✓ (D)
A	LA11. Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	GRUPO BBVA	Verificado	61-63	✓ (D)
A	LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	GRUPO BBVA	Verificado	55-56	✓ (D)
<b>Aspecto: Diversidad y Oportunidad</b>					
P	LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	GRUPO BBVA	Verificado	54, 66-67, IGC(7)	-
P	LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	GRUPO BBVA	Verificado	57	✓ (I)
<b>Indicadores del desempeño de Derechos Humanos<sup>(13)</sup></b>					
<b>Aspecto: Prácticas de inversión y abastecimiento</b>					
P	HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	GRUPO BBVA	Verificado	37	✓ (D)
P	HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	GRUPO BBVA	(3)	90-91	✓ (D)
A	HR3. Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el número de empleados formados.	BBVA ESPAÑA	(6)	61, 64	✓ (I)

## Indicadores de desempeño (Cont.)

(P/A)*	Indicadores del desempeño de Derechos Humanos <sup>(13)</sup>	Perímetro	Alcance de verificación	Páginas	Pregunta a través de un canal de diálogo
	<b>Aspecto: No discriminación</b>				
P	HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	GRUPO BBVA	(3)	64-65	✓ (D)
	<b>Aspecto: Libertad de Asociación y convenios colectivos</b>				
P	HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	GRUPO BBVA	Verificado	64-65	✓ (D)
	<b>Aspecto: Explotación infantil</b>				
P	HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	GRUPO BBVA	Verificado	64	✓ (I)
	<b>Aspecto: Trabajos Forzados</b>				
P	HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	GRUPO BBVA	Verificado	64	✓ (I)
	<b>Aspecto: Prácticas de Seguridad</b>				
A	HR8. Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	GRUPO BBVA	Verificado	64	✓ (I)
	<b>Aspecto: Derechos de los Indígenas</b>				
A	HR9. Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	GRUPO BBVA	Verificado	64	✓ (I)
(P/A)*	Indicadores del desempeño de Sociedad <sup>(14)</sup>	Perímetro	Alcance de verificación	Páginas	Pregunta a través de un canal de diálogo
	<b>Aspecto: Comunidad</b>				
P	S01. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.	GRUPO BBVA	Verificado	33-36, 111-122	✓ (D)
	<b>Aspecto: Corrupción</b>				
P	S02. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	GRUPO BBVA	Verificado	84-87	✓ (I)
P	S03. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización.	GRUPO BBVA	Verificado	85-86	✓ (I)
P	S04. Medidas tomadas en respuesta a los síntomas de corrupción.	GRUPO BBVA	Verificado	65, 85-87	✓ (I)
	<b>Aspecto: Política Pública</b>				
P	S05. Posición en la políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	GRUPO BBVA	Verificado	36-39	✓ (I)
A	S06. Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.			Nd(f)	✓ (I)
	<b>Aspecto: Comportamiento de Competencia Desleal</b>				
A	S07. Numero total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	BBVA ESPAÑA	(6)	73	✓ (I)
	<b>Aspecto: Cumplimiento normativo</b>				
P	S08. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	BBVA ESPAÑA	(6)	27	✓ (I)
(P/A)*	Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos <sup>(15)</sup>	Perímetro	Alcance de verificación	Páginas	Pregunta a través de un canal de diálogo
	<b>Aspecto: Salud y Seguridad del Cliente</b>				
P	PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	GRUPO BBVA	(3)	76-77, 86-87	✓ (I)

## Indicadores de desempeño (Cont.)

(P/A)*	Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos <sup>(15)</sup>	Perímetro	Alcance de verificación	Páginas	Pregunta a través de un canal de diálogo
<b>Aspecto: Salud y Seguridad del Cliente</b>					
A	PR2. Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	BBVA ESPAÑA	(6)	76	✓ (I)
<b>Aspecto: Etiquetado de Productos y Servicios</b>					
P	PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	GRUPO BBVA	Verificado	76-77	✓ (D)
A	PR4. Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	BBVA ESPAÑA	(6)	76	✓ (I)
A	PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del clientes, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción.	GRUPO BBVA	Verificado	71-76	✓ (D)
<b>Aspecto: Comunicaciones de marketing</b>					
P	PR6. Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	GRUPO BBVA	Verificado	76-77	✓ (I)
A	PR7. Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	BBVA ESPAÑA	(6)	76	✓ (I)
<b>Aspecto: Privacidad del cliente</b>					
A	PR8. Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	BBVA ESPAÑA	(6)	75, 87	✓ (I)
<b>Aspecto: Cumplimiento normativo</b>					
P	PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	BBVA ESPAÑA	(6)	76	✓ (I)

(1): Se incluyen los valores devengados en el ejercicio con independencia del momento del cobro o pago. En el caso de los Impuestos se incluye exclusivamente el Impuesto sobre beneficios repercutido en la cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada, sin desglosar por país.

(2): Se informa exclusivamente del salario mínimo anual para nuevos empleados de BBVA.

(3): Se incluye únicamente información cualitativa.

(4): Verificado para BBVA España.

(5): Se informa de las iniciativas exclusivamente al no estar disponible la información necesaria para calcular las reducciones de consumos.

(6): Se informa exclusivamente sobre BBVA España.

(7): Se informa exclusivamente de la tasa de absentismo.

(8): No se informa de los empleados con discapacidad.

(9): Verificadas las Políticas Generales del Grupo BBVA aplicables también a la actividad de seguros.

(10): Verificado el número de reclamaciones de clientes relativos a seguros de BBVA Seguros en España.

(11): Las áreas responsables de estos aspectos son: Riesgos, Inmuebles y Servicios, Responsabilidad y Reputación Corporativas y las áreas de negocio.

(12): La principal área responsable es Recursos Humanos.

(13): Las principales áreas responsables son: Recursos Humanos y Cumplimiento.

(14): Las principales áreas responsables son: Responsabilidad y Reputación Corporativas y Cumplimiento.

(15): Las principales áreas responsables son: Comunicación e Imagen, Cumplimiento y las áreas de negocio.

IA: Informe Anual 2006.

IGC: Informe de Gobierno Corporativo 2006.

\* (P) Indicador principal; (A) Indicador adicional.

Na1: Esta situación no existe o no se ha registrado durante el periodo del Informe.

Na2: Aspecto no identificado en el proceso de determinación de materialidad y respuesta para este informe (ver páginas 129-134).

Nd: No disponible.

(a): Debido a la actividad del Grupo, no se generan productos físicos.

(b): Se cuantificará el ahorro energético una vez termine la implantación de medidas de eficiencia energética. Se informará de este indicador en el Informe Anual de RC 2007.

(c): El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos, por tanto el agua captada como vertida se hace a través de la red urbana.

(d): El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.

(e): El Grupo BBVA debido a su actividad no genera residuos incluidos en dicho Convenio.

(f): El Código de Conducta formula la neutralidad en este tipo de operaciones con partidos políticos.

(g): Hasta la fecha de publicación del presente informe, BBVA no posee derecho a voto en materia medioambiental.

(h): No se informa de este indicador con el desglose específico indicado.

✓ (D): Existe pregunta directa a través de un canal de diálogo.

✓ (I): Existe pregunta indirecta a través de un canal de diálogo.

--: No existe pregunta a través de un canal de diálogo.

## GRI - suplemento social del sector financiero

		Perímetro	Alcance de verificación	Páginas	Pregunta a través de un canal de diálogo
<b>CSR</b>	<b>GESTIÓN DE LA RSC</b>				
CSR 1	Política de RSC	GRUPO BBVA	Verificado	24-39	✓ (I)
CSR 2	Organización de la RSC	GRUPO BBVA	Verificado	33-36	-
CSR 3	Auditorías de RSC	GRUPO BBVA	Verificado	127-128	-
CSR 4	Gestión de asuntos sensibles (corrupción, aportaciones a partidos políticos, lavado de dinero, financiación de terrorismo, etc.)	GRUPO BBVA	Verificado	30-32, 84-87	✓ (I)
CSR 5	Incumplimiento (normativas, reglamentos, estándar, leyes, etc.)	BBVA ESPAÑA	(6)	27, 64, 65, 73, 76, 87, 94	-
CSR 6	Diálogo con stakeholders (incluye premios de matiz social)	GRUPO BBVA	Verificado	14-21, 129-134	✓ (I)
<b>INT</b>	<b>DESEMPEÑO SOCIAL INTERNO</b>				
INT 1	Política de RSC en el seno de la de RR.HH (igualdad, libertad de asociación, formación, despidos, salud laboral, etc.)	GRUPO BBVA	Verificado	52-69	✓ (I)
INT 2	Rotación de empleados y creación de empleo	GRUPO BBVA	Verificado	60	-
INT 3	Satisfacción de empleados	GRUPO BBVA	Verificado	55	✓ (D)
INT 4	Remuneración del senior management y Consejo de Administración	GRUPO BBVA	Verificado	56 e IGC(12-13, 62-66)	-
INT 5	Remuneración variable (Bonus) vinculada a la sostenibilidad	GRUPO BBVA	(3)	55-56	-
INT 6	Ratio salarial hombres/mujeres	GRUPO BBVA	Verificado	57	✓ (I)
INT 7	Perfil de empleados (género, discapacidad, etc.)	GRUPO BBVA	(8)	53-54, 66-67	✓ (I)
<b>SOC</b>	<b>DESEMPEÑO HACIA LA SOCIEDAD</b>				
SOC 1	Contribuciones filantrópicas, caridad y mecenazgo (dinero aportado, tiempo, en especie y costes de gestión)	GRUPO BBVA	Verificado	108	✓ (D)
SOC 2	Valor Económico Añadido (EVA)	GRUPO BBVA	Verificado	25	-
<b>SUP</b>	<b>PROVEEDORES</b>				
SUP 1	Seguimiento de los principales proveedores (seguimiento de sus condiciones laborales y sociales)	BBVA ESPAÑA	Verificado	88-89	✓ (D)
SUP 2	Satisfacción de proveedores (pronto pago, precios, trato, etc.)	BBVA ESPAÑA	Verificado	88,90	✓ (D)
<b>RB</b>	<b>BANCA MINORISTA</b>				
RB 1	Aspectos sociales de la política de Banca Minorista (productos, exclusión social, etc.)	GRUPO BBVA	Verificado	77-82	✓ (I)
RB 2	Perfil de la política de financiación (sectores pymes, etc.)	GRUPO BBVA	Verificado	77-83	-
RB 3	Criterios sociales o de sostenibilidad en la política de financiación (productos con matices sociales, etc.)	GRUPO BBVA	Verificado	77-83	✓ (I)
<b>IB</b>	<b>BANCA DE INVERSION</b>				
IB 1	Aspectos sociales y medioambientales de la política de Banca de Inversiones	GRUPO BBVA	Verificado	82-84	✓ (I)
IB 2	Perfil global de los clientes de Banca de Inversión	GRUPO BBVA	(3)	82-84	-
IB 3	Transacciones con alto contenido sociomedioambiental	GRUPO BBVA	Verificado	82-84	✓ (I)

## GRI - suplemento social del sector financiero

		Perímetro	Alcance de verificación	Páginas	Pregunta a través de un canal de diálogo
<b>AM</b>	<b>GESTION DE ACTIVOS</b>				
AM 1	Aspectos sociales de la política de Gestión de Activos.	GRUPO BBVA	Verificado	80-84	✓ (I)
AM 2	Activos bajo gestión con matices de sostenibilidad	GRUPO BBVA	Verificado	80-84	-
AM 2	Fomento de la Inversión Socialmente Responsable (ISR)	GRUPO BBVA	Verificado	80-82	✓ (I)
<b>INS</b>	<b>SEGUROS</b>				
INS 1	Aspectos sociales de la política de gestión de seguros (marketing responsable, claridad en comisiones, mejor consejo, etc.)	BBVA ESPAÑA	(9)	80, 36-39	✓ (I)
INS 2	Perfil de los clientes	BBVA ESPAÑA	(3)	80	-
INS 3	Reclamaciones de clientes	BBVA ESPAÑA	(10)	80	✓ (D)
INS 4	Seguros con matices de sostenibilidad (áreas deprimidas, discapacitados, etc.)	GRUPO BBVA	Verificado	80	✓ (I)

## GRI - suplemento ambiental del sector financiero

		Perímetro	Alcance de verificación	Páginas	Pregunta a través de un canal de diálogo
F 1	Descripción de las políticas medioambientales aplicadas a las líneas de negocio básicas.	GRUPO BBVA	Verificado	95,96, 101-103	✓ (I)
F 2	Descripción de los procesos para evaluar y controlar los riesgos Medioambientales en las líneas de negocio básicas.	GRUPO BBVA	Verificado	101-103	✓ (I)
F 3	Establecimiento de los umbrales a partir de los cuales se aplican los procedimientos de evaluación de riesgos medioambientales a cada línea de negocio básica.	GRUPO BBVA	Verificado	101-103	-
F 4	Descripción de los procesos de implementación y cumplimiento por parte de los clientes de los aspectos medioambientales detectados en los procesos de evaluación de riesgos.	GRUPO BBVA	Verificado	101-103	-
F 5	Descripción de los procesos para mejorar la competencia de los empleados a la hora de abordar los riesgos y oportunidades medioambientales.	GRUPO BBVA	Verificado	83, 103	✓ (I)
F 6	Número y frecuencia de las auditorías que incluyen el examen de los sistemas y procedimientos de riesgos medioambientales vinculados a las líneas de negocio básicas.	GRUPO BBVA	Verificado	96, 97	-
F 7	Descripción de las interacciones con clientes / sociedades participadas / socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades medioambientales.	GRUPO BBVA	Verificado	121	✓ (I)
F 8	Porcentaje y número de compañías mantenidas dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha intervenido en cuestiones medioambientales.	GRUPO BBVA	Verificado	101-103	-
F 9	Porcentaje de activos sujetos a un control medioambiental positivo, negativo y de excelencia.	GRUPO BBVA		82-83, 102	-

## GRI - suplemento ambiental del sector financiero (Cont.)

		Perímetro	Alcance de verificación	Páginas	Pregunta a través de un canal de diálogo
F 10	Descripción de la política de voto en materias medioambientales aplicable a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.			Nd(g)	-
F 11	Porcentaje de activos bajo gestión sobre los que la organización informante dispone de acciones con derecho a voto o recomendación de voto.			Nd(g)	-
F 12	Valor monetario total de productos y servicios específicos medioambientales desglosados por líneas de negocio básicas.	GRUPO BBVA	Verificado	101-103	✓ (l)
F 13	Valor de la cartera para cada línea de negocio desglosado por regiones y sectores específicos.	GRUPO BBVA		Nd(h)	-

(1): Se incluyen los valores devengados en el ejercicio con independencia del momento del cobro o pago. En el caso de los Impuestos se incluye exclusivamente el Impuesto sobre beneficios repercutido en la cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada, sin desglosar por país.  
(2): Se informa exclusivamente del salario mínimo anual para nuevos empleados de BBVA.  
(3): Se incluye únicamente información cualitativa.  
(4): Verificado para BBVA España.  
(5): Se informa de las iniciativas exclusivamente al no estar disponible la información necesaria para calcular las reducciones de consumos.  
(6): Se informa exclusivamente sobre BBVA España.  
(7): Se informa exclusivamente de la tasa de absentismo.  
(8): No se informa de los empleados con discapacidad.  
(9): Verificadas las Políticas Generales del Grupo BBVA aplicables también a la actividad de seguros.  
(10): Verificado el número de reclamaciones de clientes relativos a seguros de BBVA Seguros en España.  
IA: Informe Anual 2006.  
IGC: Informe de Gobierno Corporativo 2006.  
Nd: No disponible.

## Relevancia de los indicadores G3 para los grupos de interés según Reprtrak

Temas	Indicadores G3	Opinión pública España	Opinión pública México	Clientes España	Empleados España	Empleados México
1	Impactos económicos directos e indirectos	Media	Alta	Media	Baja	Media
2	Canales de comunicación e información, marketing y publicidad de productos y servicios	Media	Media	Alta	Media	Media
3	Satisfacción de los grupos de interés	Alta	Alta	Alta	Media	Media
4	Reclamaciones y resolución de quejas con los grupos de interés	Alta	Alta	Media	n.d.	n.d.
5	Gestión de asuntos sensibles (corrupción, lavado de dinero, aportaciones a partidos políticos) e incumplimientos legales	Alta	Alta	Alta	Media	Media
6	Salud y seguridad de productos y servicios	Alta	Alta	Alta	Alta	Media
7	Salud y seguridad laboral	Baja	Baja	Media	Alta	Media
8	Remuneración de los empleados	Baja	Baja	Media	Media	Alta
9	Otros aspectos de la gestión de RRHH	Media	Media	Media	Alta	Alta
10	Derechos humanos y discriminación	Baja	Baja	Baja	Media	Media
11	Ecoeficiencia e impactos ambientales de productos y servicios	Baja	Media	Baja	Baja	Baja
12	Política de RC en las áreas de negocio	Alta	Media	Alta	Alta	Alta

n.d.: No disponible.



150  
años  
adelante.

## PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

15

En el 2002 el Grupo BBVA se comprometió a cumplir los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Desde entonces ha trabajado activamente para dar cumplimiento a los diez principios del Pacto dentro de la organización.

Adicionalmente, durante el 2004 se adhirieron al Pacto cuatro bancos del Grupo: BBVA Banco Francés, BBVA Bancomer, BBVA Colombia y BBVA Banco Continental. Asimismo, BBVA es miembro del

Comité Ejecutivo de la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM) desde su constitución en el 2004. En el 2006 se ha cumplimentado un Informe de Progreso para esta asociación en el que se detallan las políticas y acciones específicas que el Grupo desarrolla para trabajar en cada uno de los principios.

El informe está disponible para su consulta en: [www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org).

## BBVA y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Categorías	Principios	Indicadores GRI (relevancia directa)	Indicadores GRI (relevancia indirecta)
Derechos humanos	<b>Principio 1.</b> Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	HR1-9	LA4, LA13, LA14 ;S01
	<b>Principio 2.</b> Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	HR1-2, HR8	
Trabajo	<b>Principio 3.</b> Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	HR5; LA4,LA5	
	<b>Principio 4.</b> Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	HR7	HR1-3
	<b>Principio 5.</b> Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	HR6	HR1-3
	<b>Principio 6.</b> Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	HR4;LA2, LA13,LA14	HR1-2; EC5, EC7;LA3
Medio ambiente	<b>Principio 7.</b> Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	4.11	EC2
	<b>Principio 8.</b> Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	EN2, EN5-7, EN10, EN13-14, EN18, EN 21-22, EN26-27, EN30	EC2; EN1, EN3-4, EN8-9, EN11-12, EN15-17, EN19-20, EN23-25, EN28-29; PR3-4
	<b>Principio 9.</b> Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	EN2, EN5-7, EN10, EN18, EN26-27	
	<b>Principio 10.</b> Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	SO2-4	SO5-6

Fuentes de las correspondencias entre los principios del Pacto Mundial y los indicadores de GRI: borrador del informe *Making the Connection*, de GRI y Pacto Mundial ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).



150  
años  
adelante.

## OBJETIVOS DEL MILENIO

16

En el año 2000 la Organización de Naciones Unidas (ONU), a través de la Declaración del Milenio, estableció en el horizonte del año 2015 los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), cuyo logro debería conseguirse no sólo con la participación de los organismos internacionales y los gobiernos, sino también con la implicación del sector privado.

El Grupo BBVA se siente plenamente comprometido con el reto que establece Naciones Unidas y contribuye al cumplimiento de los Objetivos mediante diferentes líneas:

- A través de actividades de negocio, poniendo en marcha o apoyando iniciativas relacionadas con algunos de los Objetivos o que inciden en aspectos muy próximos. Pueden verse referencias en

los capítulos de este informe «BBVA y sus empleados», «BBVA y sus clientes», «BBVA y el Medio Ambiente» y «BBVA y el Apoyo a la Comunidad».

- A través de la campaña de difusión, sensibilización y promoción de los Objetivos de Desarrollo del Milenio desarrollada por el Foro de Reputación Corporativa (fRC), asociación de la que BBVA es miembro fundador. Se trata de la mayor iniciativa de comunicación realizada por un grupo intersectorial de empresas al servicio de la ONU y de los gobiernos, destinada a los grupos de interés de las empresas del fRC, presentes en más de 100 países. La campaña emplea para la comunicación el



personaje de una niña, Joana, que da nombre al proyecto «2015, un mundo mejor para Joana» (ver [www.2015unmundomejorparajoana.com](http://www.2015unmundomejorparajoana.com)).

El plan está diseñado de un modo escalable y comienza por los empleados de las empresas que forman parte del Foro –aproximadamente 700.000–, para extenderlo más adelante al resto de grupos de interés. La fase final de la iniciativa implica el desarrollo de modelos de negocio destinados a la base de la pirámide para continuar impulsando los ODM con medidas concretas por parte de las empresas.

▪ A través de líneas de política de apoyo a la comunidad específicamente dirigidas a algunos de los Objetivos. Tal es el caso de los objetivos 1, 6 y 7 (vid. sobre esto en el capítulo «BBVA y el apoyo a la comunidad») y, sobre todo, del objetivo 2. Debe destacarse, a este respecto, que la educación constituye un ámbito prioritario en la política de apoyo a la comunidad del Grupo BBVA cuya importancia cualitativa y cuantitativa crecerá muy significativamente en el 2007 con el Plan Marco de Acción Social en América Latina (vid. el capítulo «BBVA y el apoyo a la comunidad»).

### Los Objetivos del Milenio en el BBVA

Objetivos del Milenio	Iniciativa principal <sup>(1)</sup>
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.	Codespa Microfinanzas- fondo de inversión de microfinanzas para América Latina.
2. Lograr la enseñanza primaria universal.	Plan Marco de Acción Social de BBVA para América Latina.
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.	Acuerdo de Igualdad y Conciliación Vida Familiar y Laboral.
4. Reducir la mortalidad infantil.	Proyecto de investigación de control de la malaria monitorizado por la Organización Mundial de la Salud.
5. Mejorar la salud materna.	(No existen iniciativas específicas).
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.	Proyecto de investigación de control de la malaria monitorizado por la Organización Mundial de la Salud.
7. Garantizar las sostenibilidad del medio ambiente.	Gestión del impacto ambiental indirecto a través de los Principios de Ecuador.
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.	Iniciativa del fRC de difusión de los Objetivos del Milenio.

<sup>(1)</sup> Se destaca la iniciativa más importante de cada objetivo.

*Para cualquier tipo de opinión, duda o sugerencia sobre la información de este informe, se ruega contactar con:*

Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas  
Paseo de la Castellana 81, 28046 Madrid  
rrc@grupobbva.com  
Tel.: +34 91 374 6000 ó +34 91 537 7000

[www.bbva.com](http://www.bbva.com)

Este informe cuenta con la garantía de haber sido revisado lingüísticamente por la Fundación del Español Urgente ([www.fundeu.es](http://www.fundeu.es)).



Este informe ha sido elaborado en papel ecológico libre de cloro y proveniente de gestión forestal sostenible certificada.



Diseño: Eugenio G. Cabanillas

Fotografía: Banco de imagen BBVA  
Concurso fotográfico “Empleados BBVA”

Fotografía del Presidente: Chema Conesa

Edición: Grupo ELBA, S.A.

Impresión: Gráficas Enar, S.A.

D.L.:

1866 1872 1867 1941 1914 1847 1929 1937  
1996 1861 1904 1957 1916  
1879 2006 1883 1904 1857 1958  
1992 1942 1925 1868 1887 1863  
1911 1915 1880 1948 1945 1955 1917  
1889 1903 1939 1860 1907 1861  
1897 1918 1980 1928 1886 1987  
1933 1888 1928 1979 1956  
1993 1881 1979 1956

