

Información de Responsabilidad Corporativa 2013

1. CARTA DEL PRESIDENTE

2. PERFIL BBVA

2.1 Datos básicos

- 2.1.1 Principales indicadores
- 2.1.2 Inversión en programas sociales
- 2.1.3 Valor económico
- 2.1.4 Impacto en la sociedad

2.2 Organigrama y estructura de negocio

2.3 Ratings de sostenibilidad

2.4 Premios y reconocimientos de RSC

3. SISTEMAS DE GOBIERNO

3.1 Gobierno corporativo

3.2 Sistema de cumplimiento

- 3.2.1 Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo

3.3 Corporate Assurance y Auditoría Interna

3.4 Estándares de conducta

3.5 Compromisos internacionales suscritos

4. DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS Y ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

4.1 Herramientas de diálogo

4.2 Análisis de materialidad

4.3 Asuntos relevantes

4.4 Asuntos sensibles

5. NEGOCIO RESPONSABLE

5.1 Principios, valores y política de RC

5.2 Negocio Responsable

5.3 Sistemas de gobierno y gestión de la RC

6. COMUNICACIÓN TRANSPARENTE CLARA Y RESPONSABLE

7. EDUCACIÓN

7.1 Educación financiera

7.2 Formación para los negocios

7.3 Educación para la sociedad

8. PRODUCTOS DE ALTO IMPACTO SOCIAL

8.1 Inclusión financiera

8.1.1 Iniciativas del segmento de inclusión financiera

8.1.2 Fundación Microfinanzas BBVA

8.2 Apoyo a Pymes

8.2.1 Emprendimiento

8.2.2 Yo Soy Empleo

8.2.3 Otras iniciativas para Pymes

8.3 Apoyo a particulares con necesidades especiales

8.4 Inversión responsable

9. OTRAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

9.1 Clientes

9.1.1 Conocimiento del cliente

9.1.2 Gestión de quejas y reclamaciones

9.1.3 Omnicanalidad

9.1.4 Protección del cliente

9.2 Equipo

9.2.1 Selección, formación y desarrollo

9.2.2 Diversidad y conciliación

9.2.3 Compensación y remuneración

9.2.4 Condiciones laborales

9.2.5 Social engagement y voluntariado

9.3 Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

9.3.1 Principios de Ecuador

9.3.2 Actividades con entidades multilaterales

9.4 Compras responsables

9.5 Ecoeficiencia

9.6 Ciencia y cultura

9.6.1 Iniciativas culturales

9.7 Innovación

10. OBJETIVOS DE NEGOCIO RESPONSABLE

11. CRITERIOS ESTÁNDARES DE LA INFORMACIÓN

11.1. Criterios del informe

11.2. Indicadores GRI

11.3. Informe de revisión independiente

1.

Carta del presidente

Estimada/o amiga/o,

El contexto macroeconómico en 2013 fue complejo pero mejoró a lo largo del año.

Las economías emergentes en las que BBVA está presente crecieron de forma sólida: un 6,2%, tasa similar a la de 2012. Pese a la mayor volatilidad reciente, estas economías tienen un gran potencial y todo apunta a que en 2014 seguirán siendo el motor del crecimiento mundial.

Estados Unidos creció un 1,8%, algo por debajo de la tasa de 2012, pero consolidó una tendencia positiva de crecimiento que se aceleró en la última parte de 2013 y que continuará en 2014.

En Europa, a pesar del crecimiento negativo, se observó un cambio de tendencia a lo largo de 2013 y las perspectivas para 2014 apuntan a un incremento del producto interior bruto de la Eurozona del 1,1%.

En España, 2013 fue un ejercicio difícil, pero en la última parte del año se inició el camino de la recuperación y estimamos que en 2014 el producto interior bruto crecerá alrededor del 1%, o incluso algo más, si se confirman las tendencias positivas observadas.

En este contexto, el beneficio atribuido de BBVA en 2013 ascendió a 2.228 millones de euros, lo que supone un crecimiento respecto al del año anterior del 33% en euros corrientes, o del 55% una vez ajustado el efecto de los tipos de cambio. Es el resultado de una buena gestión de nuestro modelo de negocio, que se basa en

la diversificación geográfica, el foco en el cliente y una gestión prudente ajustada a principios.

Durante esta crisis no todas las entidades financieras han tenido los mismos comportamientos ni resultados. BBVA ha sido capaz de mantener una senda de resultados positivos y es uno de los muy pocos grandes bancos del mundo que no ha tenido necesidad de ayuda pública alguna. Todo ello se resume y se explica en un solo concepto: nuestros principios.

Los resultados de BBVA se vieron afectados en 2013 por una serie de factores singulares externos y por varias medidas de gestión que adoptamos para reordenar nuestra cartera de negocios, desprendiéndonos de activos no estratégicos.

Pese a todo ello, BBVA mantuvo en 2013 el liderazgo en rentabilidad, medida como margen neto sobre activos totales medios y siguió en los primeros puestos del ranking en eficiencia, dentro del grupo de entidades comparables.

En 2013 seguimos *trabajando por un futuro mejor* para las personas, fortaleciendo el modelo diferencial de banca responsable de BBVA, un modelo que se basa en las buenas prácticas y que integra a todos los *stakeholders*.

Durante el ejercicio se lanzó un nuevo Plan de Negocio Responsable con tres prioridades estratégicas: la educación, con especial énfasis en las finanzas; la comunicación transparente, clara y responsable con nuestros clientes; y el desarrollo de productos de alto impacto social.

2013 fue un año muy intenso, por las numerosas iniciativas en los ámbitos social, económico, cultural, artístico, científico, medioambiental y de la investigación, desarrolladas desde la Fundación BBVA, la Fundación Microfinanzas y el propio Banco en todo el mundo. Con todas ellas reafirmamos nuestro compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

En 2013 también continuamos avanzando en nuestra transformación.

El sector financiero está en una encrucijada. Cambios muy exigentes en la regulación, el desplazamiento del peso económico hacia los mercados emergentes y, sobre todo, una revolución tecnológica sin precedentes están reconfigurando nuestra industria.

Ya estamos viendo la entrada de nuevos competidores digitales; otros, mucho más grandes, llegarán. Los bancos que no estén preparados para competir con plataformas tecnológicas totalmente integradas, con una oferta digital innovadora y con una experiencia del cliente distinta y mejor, tienen un futuro incierto.

Los nuevos entrantes son, hoy por hoy, más ágiles y eficientes, pero los bancos tienen una gran ventaja, un enorme volumen de información originada por su actividad. El gran reto es transformarla en conocimiento y dar a los clientes lo que éstos demandan. Los clientes digitales quieren operar en tiempo real, desde cualquier dispositivo móvil, y acceder a nuevos contenidos y productos sin discontinuidad entre los diferentes canales. Y para ello se necesitan tecnologías de Big/Smart Data y acumular grandes capacidades de procesamiento.

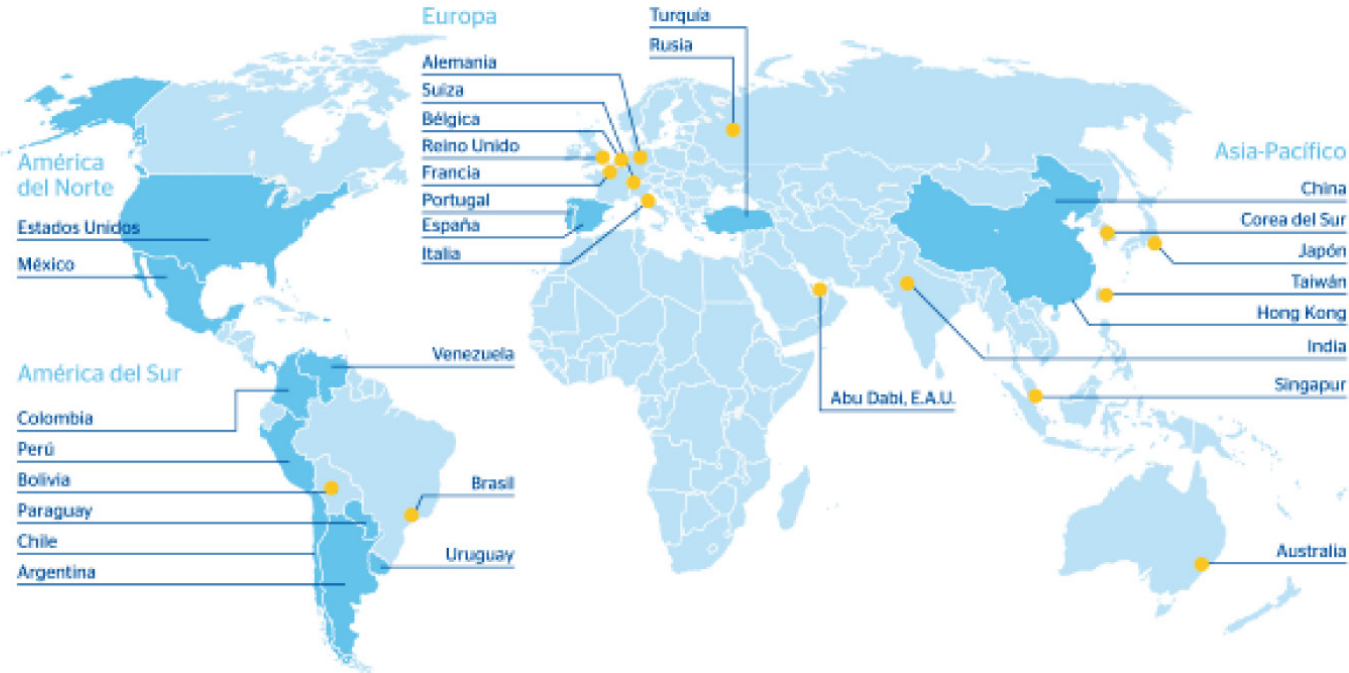
Para afrontar todas estas exigencias, los bancos han de desarrollar nuevas plataformas, construidas y desarrolladas bajo los nuevos paradigmas actuales, como la que tenemos en BBVA y que nos permitió en 2013 lanzar nuevos productos digitales, como BBVA Wallet y Wizzo y desarrollar otros, actualmente en fase piloto, cuyo lanzamiento está previsto para 2014.

Sobre la base de los tres pilares de nuestra estrategia, los Principios, las Personas y la Innovación, y a partir de un modelo de negocio diversificado, con potencial de crecimiento y gestionado con prudencia, en BBVA estamos avanzando en nuestra reinversión desde un banco analógico, muy eficiente y rentable para los estándares del siglo XX, hacia una empresa digital de servicios del conocimiento del siglo XXI. En este camino hemos avanzado mucho, pero todavía nos queda mucho por recorrer.

Quiero agradecer su esfuerzo a los casi 110.000 empleados de BBVA y les animo a que continúen trabajando con la misma dedicación, entusiasmo y responsabilidad que hacen de BBVA un banco diferente.

Y a ustedes, muchas gracias una vez más por su apoyo. Les aseguro que este Grupo va a seguir trabajando con la mayor ambición para mejorar cada día y seguir construyendo el mejor banco universal del mundo.

2. PERFIL BBVA



Activo total	Clientes	Países	Oficinas	Cajeros automáticos	Empleados
599 millardos de euros	50 millones	30	7.512	20.415	109.305

2.
Perfil de BBVA

Datos relevantes del Grupo BBVA⁽¹⁾

	2013	2012	2011
Balance y resultados (millones €)			
Créditos a la clientela	350.110	367.415	361.310
Depósitos de la clientela	310.176	292.716	282.173
Patrimonio neto	44.850	43.802	40.058
Margen neto	10.196	11.106	9.791
Beneficio atribuido al Grupo	2.228	1.676	3.004
Ratios (%)			
ROE	5,0	4,0	8,0
ROA	0,48	0,37	0,61
Ratio de eficiencia	52,3	49,3	49,9
Tasa de mora	6,8	5,1	4,0
Tasa de cobertura	60	72	61
Ratio BIS II	14,9	13,0	12,9
Datos de la acción			
Nº de accionistas	974.395	1.012.864	987.277
Nº de acciones (millones)	5.786	5.449	4.903
Cotización (€)	8,95	6,96	6,68
Precio/valor contable (veces)	1,1	0,9	0,8
PER (precio/beneficio; veces)	23,2	21,5	10,9
Capitalización bursátil (millones €)	51.773	37.924	32.753
Beneficio atribuido por acción (€) ⁽²⁾	0,39	0,31	0,60

(1) Las cuentas consolidadas del Grupo BBVA han sido elaboradas de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF, o por sus siglas en inglés IFRS) adoptadas por la Unión Europea y teniendo en consideración la Circular 4/2004 del Banco de España, así como sus sucesivas modificaciones. Con respecto a la participación en Garanti Group, la información se presenta en continuidad, consolidando por el método de integración proporcional y, por tanto, sin aplicación anticipada de las NIIF 10, 11 y 12.

(2) Beneficio básico por acción que tiene en cuenta la eventual dilución procedente de la emisión de deuda perpetua convertible en acciones realizada en el segundo trimestre de 2013.

Alcance: Grupo BBVA

2.1 Datos básicos

2.1.1 Principales indicadores

Indicadores clave de Responsabilidad Corporativa de BBVA

	2013	2012	2011
Económicos			
Puesto en ranking de bancos privados por capitalización bursátil ⁽¹⁾	7º	8º	5º
Fondos de inversión socialmente responsable (ISR) (con criterio RC) (millones €)	3.618	3.443	2.912
Fondos de inversión socialmente responsable (ISR) (%)	5,1	2,6	2,4
Índice sintético de sostenibilidad ⁽²⁾	n.a.	76	71,9
Posición en el índice sintético de sostenibilidad sobre peer group ⁽²⁾	n.a.	1º	4º
Valor económico generado (millones €) ⁽³⁾⁽⁴⁾	21.112	22.120	20.055
Valor económico distribuido (millones €) ⁽³⁾	10.480	10.378	9.916
Valor económico retenido (millones €) ⁽³⁾	10.632	11.742	10.139
	2013	2012	2011
Sociales			
Comunidad			
Inversión en programas sociales (millones €)	97,1	81,3	74,2
Beneficio atribuido dedicado a programas sociales (%)	4,4	4,8	2,5
Número personas beneficiadas por programas de educación financiera ⁽⁵⁾	256.359	251.637	123.768
Número personas beneficiadas por programas de educación para la sociedad ⁽⁵⁾	1.541.276	1.237.724	1.076.458
Número de microemprendedores apoyados por la Fundación Microfinanzas BBVA	1.493.709	1.293.514	948.508
Volumen de la cartera crediticia de la Fundación Microfinanzas BBVA (millones €) ⁽⁶⁾	861	887	n.d.
Importe medio de los microcréditos de la Fundación Microfinanzas BBVA (€) ⁽⁷⁾	994	1.027	n.d.
Reclamaciones de clientes ⁽⁸⁾	879	647	867

	2013	2012	2011
Capital humano			
Empleados	109.305	115.852	110.645
Índice de satisfacción de empleados ⁽⁹⁾	n.d.	76	n.d
Diversidad de género de los empleados (mujeres/total de la plantilla; %)	53	53	52
Puestos de alta dirección	363	352	354
Diversidad de género en la alta dirección (mujeres/total de la alta dirección; %)	11	10	9
Edad media de empleados (años)	37,8	37,6	37,6
Estabilidad laboral (% empleo fijo)	95	93	93
Absentismo (%)	1,5	1,6	1,6
Rotación de empleados (%) ⁽¹⁰⁾	11,6	10,8	9,5
Puestos de trabajo netos creados ⁽¹¹⁾	619	3.773	3.200
Antigüedad laboral (años)	10,9	10,6	10,5
Horas de formación por empleado	46	48	48
Participantes en iniciativas de voluntariado que son empleados de BBVA	5.864	4.334	4.328

	2013	2012	2011
Medioambientales(12)			
Emisiones CO2 por persona (T)	2,8	3,1	3,3
Consumo de papel por persona (T)	0,1	0,1	0,1
Consumo de agua por persona (m3)	23,5	29,5	33,8
Consumo de electricidad por persona (MWh)	6,5	7,4	7,5
Personas trabajando en edificios certificados	21.220	26.697	20.267
Gobierno corporativo			
Consejeros	14	14	13
Consejeros independientes	10	11	10
Comisión Delegada	6	6	6
Comisión de auditoría	5	6	5
Comisión de nombramientos	5	5	5
Reuniones del consejo	12	14	12
Remuneración del Consejo (millones €)(13)	14,6	12,9	12,9
Diversidad de género en el Consejo (mujeres/total de consejeros; %)	14	14	8

(1) Ranking entre las 14 entidades que constituyen el peer group de BBVA: Santander, HSBC, BNP, UBS, Deutsche Bank, RBS, Barclays, CS, Lloyds Bank, Intesa, SG, Unicredit, Credit Agricole, CommerzBank.

(2) Para más información sobre el índice sintético de sostenibilidad, ver apartado de Ratings de sostenibilidad.

(3) Calculado según el protocolo de cálculo de GRI para el EC1 considerando la generación de recursos por operaciones interrumpidas. La información referida a 31 de diciembre de 2012 y 2011 se ha reelaborado a efectos comparativos fundamentalmente por el cambio del método de consolidación de Garanti.

(4) Margen Bruto más el resultado en la baja de activos y las ganancias de activos no corrientes.

(5) A partir de 2013 los participantes del programa Valores de Futuro se incluyen como beneficiarios de programas de educación para la sociedad y no de educación financiera. Los datos de 2012 y 2011 han sido recalculados de acuerdo a este criterio.

(6) Compuesto por cartera vigente, cartera en mora e intereses. Se ha recalculado el valor de 2012 para considerar los intereses.

(7) Ponderado por número acumulado de operaciones en cada entidad. Se ha recalculado el valor de 2012 siguiendo este criterio de ponderación.

(8) Nº expedientes ante la autoridad suprabancaria. Reclamaciones por cada 1.000 millones de euros de actividad. Sin considerar USA en 2013, 2012 y 2011 y Paraguay y Uruguay en 2012 y 2011. El dato de 2013 es provisional.

(9) El 2010 el indicador de satisfacción fue de 73, no habiendo encuesta en los años impares.

(10) Tasa de rotación: Turn-over= [Bajas voluntarias (excluidas prejubilaciones)/nº empleados al inicio del periodo]x 100

(11) No se incluyen las altas y bajas por variación en el perímetro de consolidación. El dato negativo de 2013 incluye la salida de 1.012 prejubilados.

(12) Incluye empleados del Grupo BBVA y ocupantes externos. Para más información sobre el alcance y método de cálculo de estos indicadores, ver capítulo de Ecoeficiencia.

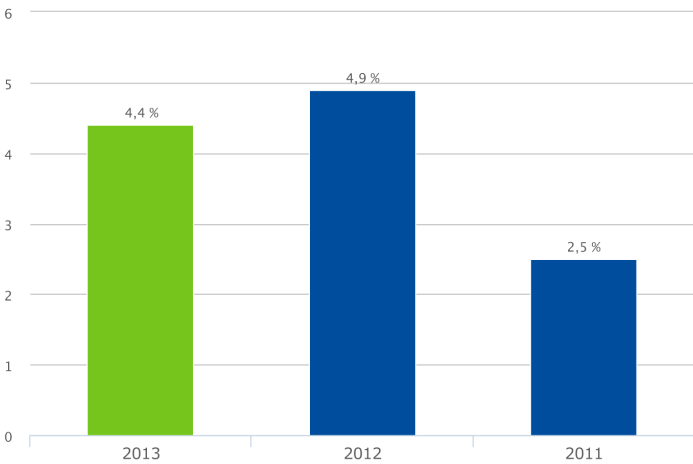
(13) No incluye las aportaciones a sistemas de ahorro o pensiones

Alcance: Grupo BBVA

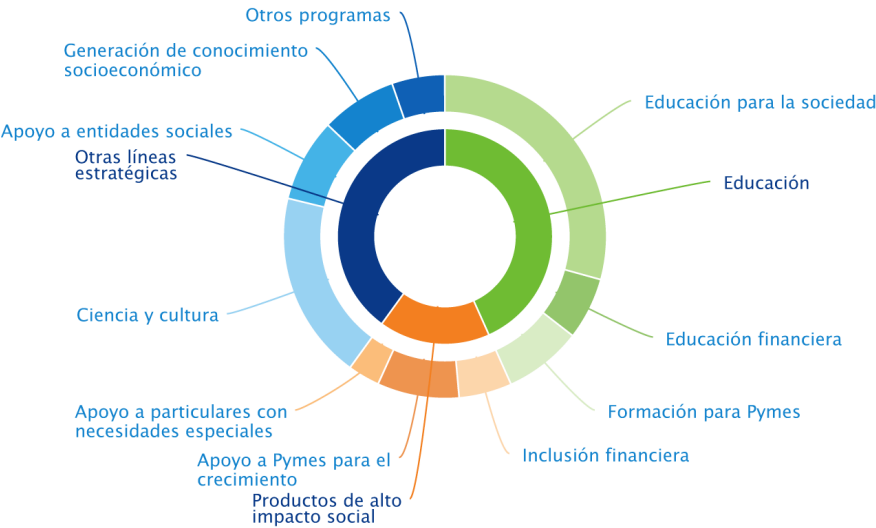
2.1.2 Inversión en programas sociales

En 2013, hemos destinado 97,13 millones de euros a iniciativas sociales. Esta cifra supone un 19,5% más que la del año anterior y representa el 4,4% del beneficio atribuido al Grupo en el ejercicio (4,9% en 2012 y 2,5% en 2011). Con esta inversión, hemos reforzado nuestros programas educativos (el 43,3% de la inversión), el apoyo a otras líneas estratégicas (40%) y los productos de alto impacto social (16,7%).

Inversión en programas sociales sobre beneficio atribuido al Grupo



Distribución de la inversión en programas sociales por líneas estratégicas



Prioridades estratégicas	€	%
Educación		
Educación para la sociedad	28.510.110	43,3%
Educación financiera	5.996.471	
Formación para Pymes	7.562.032	
Productos alto impacto social		
Inclusión financiera	5.182.744	16,7%
Apoyo a Pymes para el crecimiento	7.927.028	
Apoyo a particulares con necesidades especiales	3.100.678	
Otras líneas estratégicas		
Ciencia y cultura	18.203.726	40%
Apoyo a entidades sociales	8.094.643	
Generación de conocimiento socioeconómico	7.402.135	
Otros programas	5.148.069	
Total	97.127.637	100%

Nota: Sólo se incluyen los gastos en programas sociales vinculados a estos productos.

No incluyen los demás costes de estos productos financieros (costes de desarrollo, inversión en los productos, etc.).

Inversión en programas sociales por área geográfica y Fundaciones	€	%
España y Áreas corporativas	38.693.577	40%
América del Sur	11.293.930	12%
México	21.216.625	22%
USA	4.142.582	4%
Fundación BBVA	16.792.072	17%
Fundación Microfinanzas BBVA	4.988.850	5%
Total	97.127.637	100%

Alcance: Grupo BBVA y sus Fundaciones

2.1.3 Valor económico

El objetivo de la política de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA es definir e impulsar comportamientos que permitan generar valor para todos nuestros grupos de interés (clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad).

Un valor que, en conjunto y de acuerdo a la metodología que establece GRI para el indicador EC1, podemos medir y detallar como Valor económico generado, distribuido y retenido por el Grupo.

Valor económico generado, distribuido y retenido⁽¹⁾

	2013	2012*	2011*
Margen bruto ⁽²⁾	20,958	21.824	19.640
Resultado baja de activos	-1.915	3	44
Ganancias activos no corrientes	203	-100	126
Operaciones interrumpidas	1.866	393	245
Valor económico generado	21.112	22.120	20.055
Empleados: gastos de personal	5.588	5.467	5.053
Proveedores: gastos generales de administración ⁽³⁾	3.635	3.466	3.202
Administraciones públicas: impuestos sociedades y tributos ⁽⁴⁾	467	65	503
Accionistas: dividendos ⁽⁵⁾	733	1.334	1.124
Comunidad (sin Fundaciones)	57	46	34
Valor económico distribuido	10.480	10.378	9.916
Comunidad (Fundaciones)	40	36	40
Valor Económico Distribuido total	10.520	10.414	9.956
Valor Económico Retenido	10.632	11.742	10.139

(*) Se presentan, única y exclusivamente, a efectos comparativos. La información referida a 31 de diciembre de 2012 y 2011 se ha reelaborado a efectos comparativos teniendo en cuenta:

- Las nuevas normas de aplicación, NIIF 10 y 11, tienen como principal impacto el cambio en el método de consolidación de la participación del Grupo en el negocio conjunto de Garanti. A partir del 1 de enero de 2013, dicha participación se valora por el método de la participación. En los ejercicios 2012 y 2011, dicha participación se consolidaba por el método de la integración proporcional por lo que la información referida a los ejercicios 2012, 2011 se ha reelaborado a efectos comparativos.
- Durante el ejercicio anual 2013 se han realizado cambios en las áreas de negocio del Grupo BBVA con respecto a la estructura que se encontraba vigente en el ejercicio anual 2012 y 2011. La referente a los ejercicios anuales 2012 y 2011 se ha reelaborado de acuerdo con los criterios utilizados en el ejercicio anual 2013.

(1) Calculado según el protocolo de cálculo de GRI para el EC1 considerando la generación de recursos por operaciones interrumpidas. Alcance: Grupo BBVA y sus Fundaciones.

(2) Margen Bruto una vez deducidos intereses y cargas asimiladas por 9.612, 11.140 y 11.028 millones de euros en 2013, 2012 y 2011, respectivamente.

(3) Aproximación a los pagos realizados a terceros en concepto de compras y servicios prestados, una vez eliminados los tributos.

(4) Incluye el impuesto sobre sociedades y el tributo devengado en el ejercicio.

(5) En 2011 se ejecutaron dos aumentos de capital con cargo a las reservas voluntarias para incrementar el "dividendo-acción". Como resultado de estas ejecuciones se aumentó el capital social en 68,2 millones de euros. De la misma manera en 2012 se ejecutaron dos aumentos de capital con cargo a reservas acordados por la Junta General de Accionistas por 73 millones de euros. En 2013 se ejecutaron dos aumentos de capital con cargo a reservas acordados por la Junta General de accionistas para la implementación del "Dividendo Opción" aumentando el capital social del Banco por un total de 71 millones de euros.

Alcance: Grupo BBVA y sus Fundaciones

Además, el Grupo BBVA hace una importante aportación a las administraciones públicas, a través de los impuestos propios que satisfacemos, de la recaudación de tributos de terceros generados por el desarrollo de nuestra actividad económica y de los tributos recaudados de terceros en el ámbito de nuestra función de entidad colaboradora de las administraciones tributarias.

En la contribución fiscal total del Grupo BBVA (o *Total Tax Contribution* - TTC), que sigue una metodología creada por PwC, se incluyen los pagos, tanto propios como de terceros, por el Impuesto sobre Sociedades, IVA, tributos locales y tasas, retenciones por IRPF, Seguridad Social, así como los pagos realizados durante el ejercicio por litigios fiscales relativos a los mencionados impuestos.

Contribución fiscal global (millones de euros)

	2013	2012	2011
Impuestos propios	4.031	3.551	3.238
Impuestos de terceros	5.817	5.857	4.774
Contribución fiscal total	9.848	9.408	8.011

Contribución fiscal total del Grupo BBVA (1) (millones de euros)

Pais	2013			2012			2011		
	Impuestos Propios	Impuestos de Terceros	Contribución Total	Impuestos Propios	Impuestos de Terceros	Contribución Total	Impuestos Propios	Impuestos de Terceros	Contribución Total
España	1.491	1.639	3.130	1.342	1.667	3.077	984	1.436	2.488
México	809	1.963	2.772	686	1.953	2.639	1.273	1.494	2.767
Estados Unidos	173	174	347	177	168	345	100	155	255
América del Sur	1.148	1.845	2.993	935	1.823	2.758	774	1.615	2.388
Argentina	264	1.389	1.653	255	1.383	1.638	213	1.223	1.437
Chile	217	42	259	49	45	94	63	47	110
Colombia	186	199	385	206	223	429	119	184	303
Panamá	20	6	26	24	8	32	0	0	0
Paraguay	9	6	15	3	8	11	13	6	19
Perú	218	77	295	230	57	287	227	72	299
Uruguay	22	13	35	25	12	37	0	0	0
Venezuela	212	113	325	141	88	229	138	82	220
Resto del Grupo	410	196	606	411	246	588	107	73	113
Portugal	17	46	63	19	50	69	21	47	68
Alemania	19	6	25	18	5	23	13	4	17
Bélgica	1	1	2	1	1	3	4	2	6
China	13	0	13	17	0	17	0	0	0
Francia	28	1	29	35	2	37	12	2	13
Hong Kong	0	0	0	0	0	0	6	0	6
Irlanda	2	0	2	1	0	2	0	0	0
Italia	72	8	80	37	21	58	27	4	31
Japón	0	0	0	2	0	2	1	0	1
Corea	0	1	1	1	1	1	0	0	0
Luxemburgo	12	0	12	7	0	7	0	0	0
Países Bajos	6	2	8	3	2	5	0	0	0
Puerto Rico	0	0	0	0	0	0	7	5	13
Reino Unido	26	14	40	12	17	29	15	9	24
Rumanía	2	1	3	2	2	3	0	0	0
Rusia	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Singapur	1	0	1	1	0	1	1	0	1
Suiza	13	7	20	10	7	17	0	0	0
Taiwan	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Turquía	198	109	307	244	138	382	0	0	0
Total	4.031	5.817	9.848	3.551	5.856	9.408	3.238	4.773	8.012

(1) Se incluyen los pagos, tanto propios como de terceros, por el Impuesto sobre Sociedades, IVA, tributos locales y tasas, retenciones por IRPF, Seguridad Social, así como los pagos realizados durante el ejercicio por litigios fiscales relativos a los mencionados impuestos.

Alcance: Grupo BBVA

2.1.4 Impacto en la sociedad

Uno de los principales compromisos adquiridos en la política de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA es maximizar los impactos positivos de su negocio en la sociedad y minimizar los posibles impactos negativos.

El papel del banco en la sociedad es sencillo: captar ahorro de familias, empresas y otros agentes, con el objetivo de preservarlo y hacerlo crecer, y en prestarlo, con rigor y prudencia, a terceros. La diferencia entre lo que el banco paga por los depósitos y el interés que cobra por los préstamos, el margen de intermediación, es su fuente de ingresos principal. Este margen le permite hacer frente a los costes de su actividad --como los salarios o el pago a proveedores-- y obtener un beneficio. Es, por tanto, un papel con un impacto positivo en la sociedad.

En el balance social de BBVA, los principales impactos positivos de su negocio financiero en la sociedad son:

- La contribución al desarrollo de las sociedades en las que estamos presentes a través de la financiación y apoyo al tejido productivo, y de la inclusión financiera.
- La mejora del bienestar social de las personas que reciben financiación para adquisición de vivienda o bienes de consumo duradero.
- La generación de riqueza de los grupos de interés derivada de la distribución de dividendos a los accionistas, el pago a proveedores, los salarios percibidos por empleados, los impuestos pagados y devengados, etc.

- La creación de empleo, tanto directamente vía nuevas contrataciones en el grupo como a través de iniciativas de apoyo a la creación de empleo.

- La aportación a la sociedad en programas sociales con inversión directa que benefician a diferentes colectivos, con el foco puesto en la educación.

A su vez, BBVA intenta minimizar los costes sociales en materia medioambiental y los efectos negativos derivados de la morosidad y las pérdidas de vivienda, con refinanciaciones o ayudas a familias.

Para medir el impacto de BBVA en la sociedad se han diseñado unos indicadores sencillos y comprensibles derivados de la actividad financiera tradicional y que ponen a las personas en el centro de su actividad (*people centric*).

BBVA empezó a hablar de la huella social de su actividad en 2012, con un objetivo y un reto: ser cada vez más transparentes en temas relevantes y avanzar en la recuperación de la confianza perdida en el sector financiero.

Impacto social de BBVA

	2013	2012	2011
Contribución al desarrollo y bienestar social			
Número de personas que viven en viviendas financiadas por BBVA ⁽¹⁾	4.939.731	4.742.622	4.744.654
Número de familias con dificultades para hacer frente a sus préstamos a las que BBVA ha ayudado con nuevas condiciones de financiación adaptadas a sus necesidades ⁽²⁾	139.709	117.481	n.d.
Número de pymes apoyadas o financiadas por BBVA ⁽³⁾	348.445	321.918	300.759
Número de microempresas y personas autoempleadas apoyadas o financiadas por BBVA ⁽⁴⁾	1.117.411	999.107	993.489
Número de personas emprendedoras financiadas con micro-créditos de la Fundación Microfinanzas BBVA en América Latina	1.493.709	1.293.514	948.508
Volumen de la cartera crediticia de la Fundación	861	887	n.d.
Microfinanzas BBVA (millones €) ⁽⁵⁾	1.973.407	1.810.530	944.592
Número de personas con cuenta bancaria a través del móvil en América Latina ⁽⁶⁾	27.722	22.756	19.684
Generación de riqueza			
Impuestos totales devengados y recaudados por la actividad de BBVA (millones €) ⁽⁷⁾	9.848	9.408	8.012
Inversión global en tecnología e innovación (millones €)	891	866	833
Valor económico generado (millones €) ⁽⁸⁾	21.112	22.120	20.055
Participación de BBVA en el valor económico generado en los países donde opera (%ponderado) ⁽⁹⁾	0,5	0,5	0,5
Número de accionistas particulares ⁽¹⁰⁾	994.846	1.008.099	967.175
Dividendo medio recibido por accionista particular(€)	1.100	1.066	1.057

	2013	2012	2011
Creación de empleo			
Número de puestos de trabajo netos creados en BBVA ⁽¹¹⁾	-619	3.773	3.200
Número de altas de empleados fijos	6.493	7.045	7.734
Porcentaje de menores de 30 años en las altas de empleados fijos	51	50	50
Número de personas contratadas con ayuda del programa Yo soy empleo	3,397	n.a.	n.a.
Número de personas empleadas por las pymes y microempresas financiadas o apoyadas por BBVA en España ⁽¹²⁾	1.364.883	1.387.070	1.459.575
Número de personas con discapacidad o en riesgo de exclusión empleadas por entidades apoyadas por BBVA ⁽¹³⁾	892	694	504
Aportaciones a la sociedad			
Inversión en programas sociales (millones €)	97,1	81,3	74,2
Beneficio atribuido dedicado a programas sociales (%)	4,4%	4,8%	2,5%
Número de personas beneficiadas por programas de educación financiera ⁽¹⁴⁾	256.359	251.637	123.768
Número de competencias financieras básicas adquiridas por las personas beneficiadas por el programa de educación financiera ⁽¹⁵⁾	829.643	689.881	413.596
Número de becarios del programa becas de integración en América Latina	92.264	62.887	59.986
Número de personas beneficiadas por programas de educación para la sociedad (millones) ⁽¹⁴⁾	1,5	1,2	1,1
Número de personas beneficiadas por la actividad de la Fundación Microfinanzas BBVA en América Latina (millones) ⁽¹⁶⁾	6,0	5,2	3,7

(1) Se ha considerado un ratio medio de personas por vivienda financiada, calculado como población total país entre el número de viviendas registradas en dicho país.

(2) Número de operaciones vivas a 31 de diciembre de cada año de refinanciación y restructuración de BBVA S.A. a personas físicas no empresarios.

(3) Número de clientes activos del segmento pymes de BBVA. En 2013 se han cambiado los criterios de asignación de las empresas en la segmentación de clientes del Grupo. Los datos de 2012 y 2011 han sido recalculados de acuerdo a estos criterios.

(4) Número de clientes activos del segmento microempresas de BBVA.

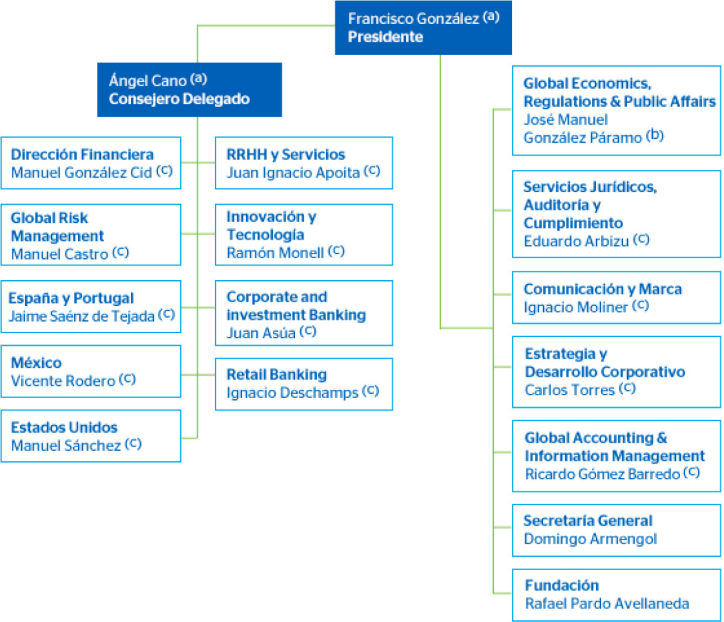
(5) Compuesto por cartera vigente, cartera en mora e intereses. Se ha recalculado el valor de 2012 siguiendo este nuevo criterio.

(6) Número de cuentas express de BBVA Bancomer en México del segmento de inclusión financiera.

(7) Se incluyen los pagos por impuestos sobre sociedades, IVA propio y recaudado de terceros, tributos locales y tasas, retenciones por IRPF y por otros impuestos repercutidos por terceros, los pagos a la Seguridad Social, tanto por la cuota empresarial como la del trabajador, y los pagos realizados durante el ejercicio por litigios fiscales.

- (8) Calculado según el protocolo de cálculo de GRI para el EC1 considerando la generación de recursos por operaciones interrumpidas. La información referida a 31 de diciembre de 2012 y 2011 se ha reelaborado a efectos comparativos. Alcance: Grupo BBVA y sus Fundaciones. Para más información ver la tabla de "Valor económico generado, distribuido y retenido".
- (9) Estimación. Valor ponderado por el peso de cada área geográfica, realizada como el margen bruto de BBVA en cada área con respecto al Producto Interior Bruto correspondiente.
- (10) Se considera accionista particular a personas físicas y sus patrimoniales, empleados, directivos, empresas, entidades no lucrativas y fundaciones. No se incluye a entidades de crédito, seguros y sociedades de inversión colectiva. Media del ejercicio.
- (11) No se incluyen las altas y bajas por variación en el perímetro de consolidación. El dato negativo de 2013 incluye la salida de 1.012 prejubilados.
- (12) Segmento pymes y microempresas de BBVA. En 2013 se han cambiado los criterios de segmentación de clientes del Grupo y los datos de 2012 y 2011 han sido recalculados de acuerdo a estos nuevos criterios. Para el cálculo de empleo medio por tipo de empresa se ha utilizado el informe "Retrato de las PYME 2013", elaborado por la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa.
- (13) Incluye empresas de Momentum Project y centros especiales de empleo (proveedores).
- (14) A partir de 2013 los participantes del programa Valores de Futuro se incluyen como beneficiarios de programas de educación para la sociedad y no de educación financiera. Los datos de 2012 y 2011 han sido recalculados de acuerdo a este criterio.
- (15) Número de talleres realizados por los participantes del programa Adelante con tu futuro en México, Colombia y Chile, suponiendo que en cada taller se adquiere una competencia financiera básica.
- (16) Calculado multiplicando el número de clientes por el número medio de unidad familiar en cada país.
- Alcance: Grupo BBVA

2.2 Organigrama y estructura de negocio



(a) Consejero ejecutivo y Miembro del Comité de Dirección
(b) Consejero Ejecutivo (c) Miembro del Comité de Dirección

2.3 Ratings de sostenibilidad

Los índices de sostenibilidad evalúan el desempeño en materia ESG (acrónimo en inglés de ambiental, social y gobierno corporativo) de las empresas. La permanencia y puntuación en estos índices bursátiles depende de la demostración de los progresos constantes en materia de sostenibilidad.

En 2013 BBVA ha entrado a formar parte de la iniciativa *Global Initiative for Sustainability Ratings (GISR)*, lanzada por Ceres y el Tellus Institute. El objetivo de esta iniciativa *multi-stakeholder* es diseñar un estándar que acredite a los ratings, índices y rankings de sostenibilidad existentes en el mercado y acelerar así la contribución de empresas y otras organizaciones hacia un desarrollo sostenible.

BBVA forma parte de los siguientes índices de sostenibilidad:



DJSI World
DJSI Europe
DJSI Eurozone



MSCI World ESG Index
MSCI World ex USA ESG Index
MSCI Europe ESG Index
MSCI EAFE ESG Index



FTSE4Good Global
FTSE4Good Global 100
FTSE4Good Europe
FTSE4Good Europe 50



Euronext-Vigeo Europe 120
Euronext-Vigeo Eurozone 120



STOXX Global ESG Environmental Leaders
STOXX Global ESG Social Leaders Index
EURO STOXX ESG Leaders 50
STOXX Europe ESG Leaders 50
STOXX Global ESG Leaders



Clasificada como Prime



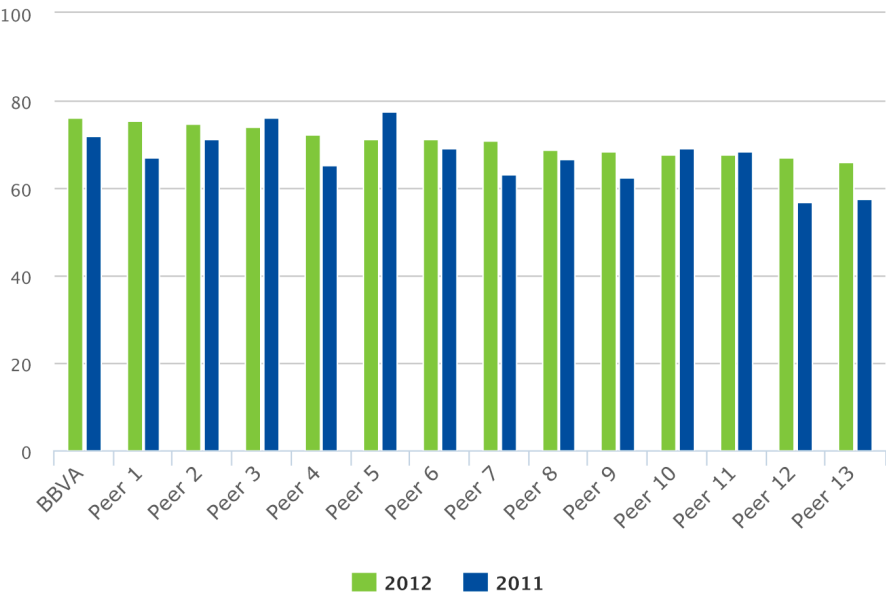
En 2013 BBVA obtuvo una puntuación de 76 D según el informe CDP Global 500

Índice sintético de sostenibilidad

Ante la diversidad de índices actuales en el mercado, BBVA ha desarrollado, en colaboración con PwC, un índice sintético de sostenibilidad. Se trata de una metodología pionera que permite disponer de una información agregada sobre cómo se posiciona la entidad en relación a las 19 entidades globales que constituyen su *peer group* en materia de sostenibilidad. Esta herramienta permite conocer cuál es la posición del Grupo frente a sus competidores de acuerdo a los principales análisis

de sostenibilidad del mercado, e identificar las mejores prácticas que le permitan continuar avanzando en este sentido. De acuerdo al último análisis realizado, BBVA ha pasado del tercer al primer puesto en este índice, y posiciona como líder entre sus competidores.

Índice sintético de sostenibilidad*
Grupo BBVA y Peer Group** (2011-2012)



*Media aritmética elaborada a partir de índices de sostenibilidad: SAM (DJSI), MSCI, EIRIS, GS, Sustainabilitycs, CDP
**Peer Group a escala global

2.4 Premios y reconocimientos de RSC

Mayo 2013. El Gobierno de Chile distingue a Forum, del Grupo BBVA, por el programa «Niños Adelante» por su aporte a la superación e integración social de las personas más vulnerables del país.

Mayo 2013. El programa «Territorios Solidarios» recibe el premio “100 Mejores ideas del año” de la revista Actualidad Económica por promover la participación de los empleados en el desarrollo de proyectos solidarios.

Junio 2013. El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) otorga en su XIII edición el distintivo de Empresa Socialmente Responsable a BBVA Bancomer en la categoría “13 años”. Seguros BBVA Bancomer obtuvo la certificación de cinco años por los esfuerzos en fomentar la responsabilidad social entre los colaboradores.

Julio 2013. El jurado de los I Premios del Foro de Buen Gobierno y Accionariado, creado por la consultora Inforpress y la Escuela de negocios IESE, distingue la web de accionistas e inversores de BBVA, como la mejor iniciativa de comunicación online por su transparencia y accesibilidad.

Julio 2013. BBVA recibe el Premio Excelencia por su Compromiso Social, otorgado por la revista económica Dirigentes Digital.

Septiembre 2013. BBVA es galardonado en la entrega de los XVI Premios a la Integración Social del grupo AMIAB, en la categoría de Entidad Colaboradora gracias a sus iniciativas y apoyos en materia de RSC.

Octubre 2013. Por cuarto año consecutivo, BBVA Chile es distinguido como una de las empresas socialmente más responsables en el ranking Nacional de Responsabilidad Social Empresarial 2013, elaborado por la Fundación Prohumana y la revista Qué Pasa.

Octubre 2013. BBVA es el único banco incluido en el ranking de las “Mejores Empresas para Trabajar” en el mundo en 2013, elaborado por Great Place To Work. Además, ocupa el primer lugar entre las compañías con sede en España.

Octubre 2013. El Ministerio de Desarrollo Social entrega el sello ‘Más por Chile’ al programa «Jóvenes Emprendedores Sociales» de BBVA Chile por su aporte a la superación de la pobreza y a mejorar la calidad de vida de los sectores más vulnerables de la sociedad.

Octubre 2013. El Centro Mexicano para la Filantropía reconoce a la Fundación BBVA Bancomer en la categoría “Fundación Empresarial”, por su impulso a la educación, la cultura y el emprendimiento social.

Noviembre 2013. La Ruta BBVA recibe el Premio Libertad y Educación, que otorga la Fundación Europea Educación y Libertad, y resalta y estimula el valor del binomio educación y libertad tan decisivo en el progreso de las personas, las instituciones y la sociedad.

Noviembre 2013. El «Programa Papagayo» de la Fundación BBVA Provincial es reconocido como Mejor Programa de Responsabilidad Social Empresarial en la 55ª Edición de los Premios ANDA (Asociación Nacional de Anunciantes).

3.

Sistemas de Gobierno

3 SISTEMAS DE GOBIERNO

3.1 Gobierno corporativo

De conformidad con el artículo 538 de la Ley de Sociedades de Capital, BBVA incluye en su Informe de Gestión el [Informe Anual de Gobierno Corporativo](#). Este Informe contiene un apartado que hace referencia al grado de seguimiento del Banco de las recomendaciones de Gobierno Corporativo existentes en España. Asimismo, en el apartado de Gobierno Corporativo de la [web de Relación con Inversores de BBVA](#), se incluye toda la información requerida legalmente.

3.2 Sistema de cumplimiento

El sistema de cumplimiento del Grupo constituye una de las bases en la que BBVA afianza el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético. La función de Cumplimiento, en línea con los principios establecidos por el *Bank for International Settlements* (BIS) y la normativa de referencia en esta materia, continúa articulando su actividad en torno al desarrollo e implementación de políticas y procedimientos, la difusión y formación en materia de cumplimiento y la identificación, evaluación y mitigación de eventuales riesgos de cumplimiento, entendidos como los que afectan a las siguientes cuestiones:

- Conducta en los mercados
- Tratamiento de los conflictos de intereses

- Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo

- Protección de datos personales

El modelo de aproximación y gestión del riesgo de cumplimiento asociado a estas cuestiones, que tiene carácter global, no es un concepto estático sino que evoluciona a lo largo del tiempo para reforzar los elementos y pilares sobre los que se asienta y para anticiparse a los desarrollos e iniciativas que puedan ir surgiendo en este ámbito.

Este modelo tiene como pilares básicos los siguientes elementos:

- Una estructura organizativa adecuada, con una clara asignación de roles y responsabilidades a lo largo de la organización.
- Políticas y procedimientos que marquen claramente los posicionamientos y requisitos a aplicar.
- Procesos de mitigación y controles dirigidos a asegurar el cumplimiento de dichas políticas y procedimientos.
- Una infraestructura tecnológica, centrada en la monitorización y dirigida a asegurar el fin anterior.
- Mecanismos y políticas de comunicación y formación dirigidas a sensibilizar a las personas del Grupo sobre los requisitos aplicables.

- Métricas e indicadores de supervisión que permiten el seguimiento de la implantación del modelo a nivel global.

- Revisión periódica independiente de la efectiva implantación del modelo.

3.2.1 Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo

La prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo (en adelante, PBC & FT) constituye, ante todo, una constante en los objetivos que el Grupo BBVA asocia a su compromiso de mejorar los distintos entornos sociales en los que desarrolla sus actividades.

Para el Grupo BBVA, evitar que sus productos y servicios sean utilizados con finalidad delictiva constituye, igualmente, un requisito indispensable para preservar la integridad corporativa y con ello, uno de sus principales activos: la confianza de las personas e instituciones con las que diariamente se relaciona (clientes, empleados, accionistas, proveedores...) en las diferentes jurisdicciones donde está presente.

Para lograr este objetivo, el Grupo BBVA, como grupo financiero global con sucursales y filiales que operan en numerosos países, se dotó de un modelo corporativo de gestión del riesgo, que comprende todas las cuestiones de Cumplimiento (ver descripción en apartado Sistema de Cumplimiento).

Este modelo, de aplicación en todas las entidades que forman parte del Grupo BBVA, en el ámbito de PBC

& FT no sólo toma en consideración las regulaciones de las jurisdicciones en las que BBVA está presente, sino que también incorpora las mejores prácticas de la industria financiera internacional en esta materia, así como las recomendaciones emitidas por organismos internacionales como GAFI (Grupo Acción Financiera Internacional).

Adicionalmente, es necesario resaltar que el modelo de gestión del riesgo de prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo es un modelo en permanente evolución y sometido a continua revisión independiente. Dado su enfoque centrado en el riesgo de PBC&FT permite reforzar los controles a partir de los análisis de riesgo que se llevan a cabo.

Durante 2013, el Grupo BBVA continuó con la potenciación del referido modelo de gestión del riesgo de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo mediante:

- Los avances en la implementación, de acuerdo con las directrices emanadas de forma centralizada, de mejoras en los sistemas de categorización o asignación de riesgo a los clientes desde la óptica de PBC&FT, en función de una serie de parámetros identificados por el sector como relevantes para delimitar los riesgos de blanqueo.
- La adaptación de las políticas y procedimientos internos a los cambios normativos producidos en países donde el Grupo está presente e incorporando las mejores prácticas internacionales en esta materia. A modo de ejemplo, en España, las derivadas de la modificación

de la Ley 10/2010 de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo y de las Recomendaciones sobre las medidas de control interno para la prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo emitidas por el SEPBLAC; en Paraguay, la Resolución 349, de 1/11/2013, por la que se aprueba el Reglamento de PLD, FTy Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (FP), basado en un sistema de administración de riesgos de LD/FT/FP; en Perú, Modificación a la Resolución CONASEV Nro. 0033-2011 (Normas para la prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo) mediante la Resolución SMV N° 007-2013-SMV-01, de 25/03/2013).

- El perfeccionamiento de los sistemas de monitorización ya existentes en todas las unidades del Grupo, que constituyen una aportación relevante a las capacidades de detección de actividades sospechosas de cualquier entidad financiera. Durante 2013, se ha sustituido o comenzado la sustitución de la herramienta de monitorización existente en unidades de USA y América del Sur por una nueva que ofrece capacidades de detección más amplias.

- La total aplicación de los procesos de PBC & FT del Grupo BBVA a los clientes procedentes de UNNIM.

- Durante 2013, las acciones formativas en materia de PBC han contado con la participación de 71.719 asistentes en todo el Grupo.

Asimismo, el Grupo BBVA continuó con la colaboración que mantiene en este ámbito con organismos gubernamentales y organizaciones internacionales.

En este último caso, destaca la colaboración en la definición de la Estrategia Nacional para la Prevención y Combate al Lavado de Activos y al Financiamiento del Terrorismo en Chile o la participación en Venezuela en las jornadas planificadas por el Grupo de Revisión sobre la Cooperación Internacional (ICRG) del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI).

De cara a 2014, el Grupo BBVA mantendrá su compromiso de reforzar el modelo de gestión del riesgo de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo e impulsará, desde la dirección global de PBC & FT, la supervisión de las unidades en esta materia.

3.3 Corporate Assurance y Auditoría Interna

Corporate Assurance

A partir de enero 2013, el Grupo BBVA ha decidido fortalecer su modelo de control interno incorporando un esquema de governance al mismo, el cual se denomina Corporate Assurance.

El objetivo de dicho esquema es proveer a la Dirección y al Consejo de Administración de una visión integral y homogénea de la situación del control interno del Grupo.

El modelo de control interno, estructurado en tres líneas de defensa integradas por las Unidades de Negocio, los Especialistas de Control y Auditoría Interna, es la base que da soporte al Corporate Assurance para alcanzar sus objetivos.

En el nuevo modelo de control interno del Grupo, *Corporate Assurance*, Auditoría Interna se sitúa en una tercera línea de control, tras las unidades de negocio y los especialistas de control, con el papel de revisor independiente del modelo, verificando el cumplimiento y la eficacia de las políticas corporativas establecidas.

Auditoría Interna

En el Grupo BBVA la función de Auditoría Interna se concibe —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, con la finalidad de agregar valor, mejorar la

eficiencia y eficacia de los procesos operativos y apoyar al Grupo en la consecución de sus objetivos. Esta función depende de la Presidencia y está sometida al control y supervisión de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento del Consejo de Administración, afianzándose de este modo el compromiso ético asumido en el Sistema de Gobierno Corporativo.

El Plan Anual de Auditoría se elabora mediante un proceso de identificación de los riesgos relevantes donde centrar los esfuerzos del departamento. Este proceso de *risk assessment* permite identificar, evaluar y priorizar los riesgos de los diferentes negocios, teniendo en cuenta además el escenario macro-económico actual, las demandas específicas de los clientes internos, los requerimientos de los reguladores y la propia experiencia del departamento. El Plan Anual se alinea con la estrategia del Grupo BBVA y en concreto con las palancas de crecimiento definidas en el mismo.

Los principales focos de atención sobre los que Auditoría Interna ha realizado trabajos en 2013 son los siguientes:

- El riesgo de crédito: revisión de las políticas de riesgo y el análisis de la calidad del riesgo de crédito en las diferentes áreas geográficas, utilizando criterios estadísticos para la selección de muestras de carteras homogéneas a analizar, además de alertas e indicadores de deterioro para la selección de clientes.
- Revisión de los procesos bancarios básicos, especialmente aquellos más vinculados a la operativa del día a día de las oficinas. Entre otros, se ha evaluado el funcionamiento de los principales procesos en

Actividades de Auditoría Interna

	2013	2012	2011
Auditoría Sucursales	1.141	1.618	1.482
Red in Situ	714	906	743
Antifraude	427	712	739
Auditoría a Distancia	42	54	108
Auditoría de Riesgo de Crédito	95	44	47
Auditoría Continua y Procesos ⁽¹⁾	183	128	270
Regulatorios ⁽¹⁾	179	200	198
Auditoría de Sistemas ⁽²⁾	67	83	71
Antifraude ⁽²⁾	2	6	0

(1) Unidades de Negocio (EyP, México, USA y Ads) y Unidades Holding (Sistemas y CIB&AM).

(2) Unidades Holding (Sistemas y CIB&AM).

aplicaciones de préstamos, depósitos y sistemas de cobros y pagos.

• En el marco del *Customer Centric* y del nuevo modelo de distribución y relación con foco en el cliente, además de las auditorías in situ de sucursales y los procedimientos de auditoría a distancia, reforzados con la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas, destacan los trabajos de evaluación de las prácticas comerciales para la colocación y venta de productos y servicios. También se ha continuado con las líneas de trabajo iniciadas en años anteriores respecto a medios de pagos y canales alternativos (banca por internet y banca móvil) que aportan más flexibilidad y agilidad en la relación con el cliente.

• Durante el proceso de integración de los sistemas de UNNIM en BBVA, se ha verificado la integridad y calidad

de la información recibida, para minimizar el impacto en la calidad del servicio ofrecida a los clientes.

• En el ámbito de la organización *lean*, que conlleva la redefinición del concepto de eficiencia en el Grupo, focalizado en la aportación de valor al cliente, se han analizado algunos procesos de centralización de operaciones y procesos administrativos en España, Argentina y México, así como la gestión de comisiones y tarifas en algunos países de América del Sur. En el mismo ámbito y relacionados también con los proveedores, se ha revisado el marco de control de los servicios de *outsourcing* en el Grupo, se han efectuado diversos trabajos relativos a compras y contrataciones en Estados Unidos y Chile y gestión de inmuebles en Argentina, así como revisión de operaciones específicas derivadas de la decisión del Grupo de dirigir la construcción de sus inmuebles corporativos.

- En el marco del proyecto corporativo PDSI (Plan de Seguridad de la Información), cuyo objetivo es el fortalecimiento de los controles de protección de la información confidencial, se ha analizado la metodología y diseño del modelo de seguridad en España y se ha iniciado la revisión del marco de control exigido a las empresas que puedan albergar sistemas de BBVA con datos confidenciales.

- En materia de 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 que conforman un Modelo de Integridad Profesional generador de un ranking de oficinas para su análisis mediante trabajos de auditoría a distancia o mediante auditorías in situ de las oficinas o unidades afectadas.

- Se han revisado las políticas de PLD&FT en España, Portugal, México, USA, varios países de América del Sur y sucursales en el exterior, verificando su consistencia con las políticas corporativas y con la normativa local.

- En el proceso de mejora continua y aplicación de las mejores prácticas en la función de Auditoría Interna, se ha consolidado el modelo de *Quality Assurance*, para evaluar la calidad, eficacia y eficiencia de la actividad de auditoría interna en todas sus fases y se ha iniciado el Plan de Mejora de la Función, conforme a las sugerencias de Ernst&Yong tras la revisión efectuada en 2012.

- Durante el año 2013 se ha seguido avanzando en el soporte tecnológico al departamento y en el desarrollo e implantación de nuevas herramientas informáticas que

faciliten el trabajo del auditor e incrementen la eficiencia de la función de auditoría interna. Destaca Pentana, la nueva solución web centralizada para documentar papeles de trabajo, nuevas herramientas para Auditoría Continua y Mi Área, una nueva aplicación más ágil de gestión del conocimiento.

3.4 Estándares de conducta

Un elemento básico en el sistema de cumplimiento es el Código de Conducta del Grupo BBVA, 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. El Código de Conducta es aplicable a la totalidad de las entidades y de los empleados del Grupo. Refleja públicamente el conjunto de los compromisos de BBVA con sus grupos de interés directos: accionistas, clientes, empleados y proveedores y con las sociedades en las que opera la compañía.

La Política de Conducta en el ámbito de los Mercados de Valores es un desarrollo de las pautas establecidas en el Código de Conducta del Grupo BBVA en relación con los mercados de valores e incorpora una serie de principios y criterios generales de actuación comúnmente aceptados a nivel internacional y dirigido a preservar la integridad en los mercados. Concretamente, recoge las pautas de actuación mínimas que toda persona que forme parte del Grupo debe observar en relación al tratamiento de la información privilegiada, la prevención de la manipulación de cotizaciones, la gestión de potenciales conflictos de intereses que pudieran surgir y la operativa por cuenta propia de los empleados en los mercados.

Además del Código de Conducta para los empleados del Grupo, la compañía se ha dotado de otros instrumentos específicos para la gestión de los compromisos básicos en cada área funcional. Los más importantes son:

- Reglamento interno de conducta en el ámbito de los valores

- Estatuto de la función de cumplimiento
- Código ético para la selección del personal
- Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA
- Principios básicos de gestión del riesgos y manual de políticas de gestión del riesgo
- Norma de relación con personas entidades de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías

Otros compromisos básicos adquiridos por el Grupo son:

- La [Norma de actuación en materia de Defensa de BBVA](#): esta norma se encuentra en vigor desde febrero 2012. Dicha Norma se aplica en todos los países del Grupo basándose en listas de exclusión de compañías y países, actualizadas con periodicidad trimestral por consultores expertos en la materia. De acuerdo a esta norma, BBVA no financia, invierte ni presta servicio financiero alguno a compañías relacionadas con la fabricación, desarrollo, mantenimiento o comercio de armas controvertidas, entendiendo por tales las minas antipersona, las bombas de racimo, las armas biológicas y químicas. BBVA tampoco participa en operaciones relacionadas con armamento que tengan origen o destino en países con alto riesgo de vulnerar los derechos humanos. Durante 2013 la mencionada Norma y su procedimiento interno de aplicación definidos por el Grupo se han incorporado en

todos los Bancos del Grupo BBVA: BBVA Bancomer, BBVA Compass, BBVA Colombia, BBVA Provincial, BBVA Chile, BBVA Francés, BBVA Continental, BBVA Uruguay y BBVA Paraguay. BBVA Compass se ha incorporado plenamente al circuito de gestión de riesgo medioambiental del Grupo, habiendo implementado tanto la norma y procedimiento de defensa como el relativo a Principios de Ecuador.

- [Compromiso en materia de derechos humanos](#)
- [Política medioambiental](#)
- [Política de Compras Responsables](#)

Durante 2013, el Grupo ha continuado evolucionando su modelo de gestión de la Integridad en los Negocios. A nivel global, cabe destacar:

- El despliegue de una herramienta tecnológica que soporta la metodología común de gestión del Riesgo de Cumplimiento a nivel global.
- La práctica finalización del proyecto de extensión de procesos y herramientas avanzadas de control de los estándares de conducta en los mercados para aquellos países con estas actividades en América Latina, así como el inicio del proyecto en Asia.
- La participación junto al área de Responsabilidad Corporativa y las áreas de Desarrollo de Negocio en los proyectos 'piloto' para España y México sobre Comunicación al Cliente Transparente, Clara y Responsable (TCR), con foco en la información sobre productos o servicios financieros antes de su contratación.

Para el ejercicio 2014, es objetivo del Grupo consolidar globalmente la gestión homogénea del Riesgo de Cumplimiento a través de la herramienta informática antes aludida, reforzando el seguimiento continuo y el *reporting* periódico a los órganos de dirección de la Entidad sobre el estado de cumplimiento en el Grupo, así como seguir participando en el progreso del proyecto global TCR arriba citado.

En el ámbito europeo, y siguiendo las pautas y criterios emitidos tanto por autoridades locales como por organismos supranacionales, se ha incidido especialmente en reforzar las medidas de prevención de conflictos de intereses latentes en la comercialización de productos y servicios financieros entre clientes:

- Revisando los esquemas remuneratorios de las fuerzas de venta para verificar su alineamiento con un principio de protección del interés del cliente.
- Adaptando los procesos de la Entidad con la máxima celeridad a los nuevos requisitos en España sobre confirmación manuscrita por el cliente de haber recibido las advertencias correspondientes sobre la adecuación a sus necesidades del producto de inversión de que se trate. Se asegura así el pleno entendimiento por el cliente de cómo se adecúa su producto a su perfil antes de contratar productos complejos de inversión.

Para el ejercicio 2014, es objetivo del Grupo iniciar los trabajos de análisis y adaptación a la futura normativa europea conocida como MiFID II, cuya aprobación está aún pendiente a nivel europeo-comunitario, así como asegurar el alineamiento del Grupo con la nueva

normativa que reforzará la prevención del abuso de mercado a nivel europeo.

En el resto del Grupo, merece destacar el importante esfuerzo de BBVA Bancomer durante 2013 para adaptarse a las disposiciones sobre Prácticas de Venta, reciente regulación que ha reforzado los estándares de conducta y protección del inversor en ese mercado. Este proceso continúa en 2014 y culminará en un marco interno más robusto de transparencia frente a los clientes de servicios de inversión, de adecuación a sus necesidades financieras y de prevención y gestión de conflictos de intereses.

Asimismo, el Grupo ha continuado mejorando sus estándares para prevenir y mitigar los conflictos de intereses que pueden presentarse en la actividad de gestión de activos o patrimonios de clientes.

Cumplimientos legales

A 31 de diciembre del 2013, el Grupo BBVA no tiene registradas multas ni sanciones por incumplimiento de la normativa relacionada con aspectos medioambientales o con el suministro de productos y servicios, que pudieran ser significativas en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados consolidados del Grupo.

En las sociedades que integran el Grupo BBVA en España no se han recibido sentencias condenatorias relevantes en la jurisdicción social entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013, ambos inclusive, en procedimientos en materias de igualdad o discriminación instadas por empleados, ni tampoco han recaído sanciones por infracciones laborales muy graves.

3.5 Compromisos internacionales suscritos

Además de los estándares de conducta descritos, BBVA dispone de las siguientes normas, compromisos y políticas:

- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**
- **Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI)**
- **Principios de Ecuador**
- **Principios para la Inversión Responsable de Naciones Unidas**
- *International Integrated Reporting Council*
- *Carbon Disclosure Project*
- *Thun Group sobre Bancos y Derechos Humanos*
- *Natural Capital Declaration*
- *Global Initiative for Sustainability Ratings*

BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la normativa básica de la Organización Internacional del Trabajo y las Líneas Directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales.

Además, BBVA continúa trabajando en el marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), iniciativa que apoyamos desde el año 2000. Nuestra contribución a la consecución de los ODM se refleja en la siguiente tabla:

OBJETIVO DEL MILENIO	INICIATIVA DE BBVA
Erradicar la pobreza extrema y el hambre	<ul style="list-style-type: none">• Fundación Microfinanzas BBVA• Programa becas de integración «Niños Adelante»• Iniciativa «Reading counts»
Lograr la enseñanza primaria universal	<ul style="list-style-type: none">• Iniciativa «Team. Works. In school»• Proyecto «Primera infancia» de la OEI• Proyecto «Acción Magistral»
Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer	<ul style="list-style-type: none">• Plan Global de Diversidad de Género• Charter de la Diversidad• Women's Empowerment Principles de Naciones Unidas• Fundación Microfinanzas BBVA
Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años	<ul style="list-style-type: none">• No existen iniciativas específicas
Mejorar la salud materna	<ul style="list-style-type: none">• No existen iniciativas específicas
Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none">• Iniciativas de investigación para el cuidado de la salud de la Fundación BBVA• Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento – Biomedicina
Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none">• Plan Global de Ecoeficiencia• Aplicación de los Principios de Ecuador• Financiación de energía renovable• Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento – Cambio Climático y Ecología y Biología de la Conservación• Financiación de energía renovable• Premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad
Fomentar una alianza mundial para el desarrollo	<ul style="list-style-type: none">• Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento – Cooperación al desarrollo

Alcance: Grupo BBVA

4.

Diálogo con los grupos de interés y análisis de materialidad

4 DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS Y ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

4.1 Herramientas de diálogo

BBVA dispone de un amplio repertorio de herramientas para la consulta y el diálogo con los grupos de interés. Estas herramientas garantizan dos cosas: que los grupos de interés disponen de los canales adecuados para ser atendidos, y que BBVA cuenta con suficientes fuentes de información para conocer sus prioridades y expectativas y poder, por tanto, responder ante ellas.

En concreto, existen cinco vías principales a través de las cuales analizamos e integramos las expectativas de los grupos de interés.

En primer lugar, se encuentra la labor específica de cada área en su relación cotidiana con cada grupo de interés. En este grupo se ubican herramientas de escucha específicas, como la encuesta de satisfacción del empleado gestionada por Recursos Humanos, o las encuestas de satisfacción y recomendación de los clientes y los mecanismos de atención de reclamaciones coordinados por los equipos de Experiencia de Cliente.

En segundo lugar, está la labor que realiza el área de *Customer Management*, que consiste en escuchar a los clientes e integrar su voz en los procesos de desarrollo de nuevas soluciones para todos los segmentos. Esto lo hacen utilizando metodologías multidisciplinares como la co-creación de soluciones, la etnografía, la netnografía o el *big data*.

En tercer lugar, está la labor del área de Comunicación y Marca que cuenta con herramientas globales de escucha consolidadas que tienen el objetivo de facilitar una mejor gestión de la marca y la reputación, y conocer mejor los contextos sociales en los que operamos para ser capaces de incorporar una mirada más centrada en las personas en nuestras decisiones de negocio. Entre ellas destacamos:

- La encuesta anual de reputación interna entre empleados.
- Las encuestas continuas de reputación externa y de marca, a clientes y sociedad en general.
- La medición de la reputación *on-line* y la escucha y el diálogo continuo a través de las redes sociales a clientes y sociedad en general. La comunidad de BBVA en redes sociales crece cada día y suma ya más de 10 millones de seguidores. A cierre de 2013, 168 perfiles se aglutinan bajo la marca BBVA en Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube y Google+ en un total de 11 países. Toda la actualidad del Grupo en estos medios puede consultarse en tiempo real en el blog bbvasocialmedia.com.
- El análisis de las expectativas y prioridades de grupos específicos como los analistas de sostenibilidad.

En 2013 estas herramientas se han complementado con una investigación específica global para entender mejor qué entiende la población bancarizada por un banco que hace negocio responsable. El objetivo es ser capaces de enfocar mejor la estrategia de negocio responsable del banco para lograr nuestra meta de reconquistar la confianza de la sociedad.

4. Diálogo con los grupos de interés y análisis de materialidad

En cuarto lugar, disponemos de canales de diálogo con asociaciones y entidades sociales especialmente sensibilizadas en determinadas cuestiones controvertidas para la industria financiera, tales como la financiación al sector defensa, los grandes proyectos de inversión o la vivienda en España.

Finamente, cabe destacar el trabajo analítico permanente, los informes y los documentos de trabajo del Servicio de Estudios [BBVA Research](#), que nos permiten tener una visión más macro de lo que ocurre en las sociedades en las que operamos.

4.2 Análisis de materialidad

La determinación de los aspectos materiales para BBVA se basa en el análisis de tres tipos de contenidos:

- Las expectativas de nuestros principales grupos de interés.

- La regulación y los compromisos adoptados en los acuerdos suscritos por el Grupo.
- La visión, posicionamiento y estrategia de BBVA.

Para entender las expectativas de nuestros grupos de interés vamos a repasar las conclusiones de una investigación realizada este año sobre lo que esperan los altos directivos, los empleados, los clientes y la sociedad en general de un banco responsable.

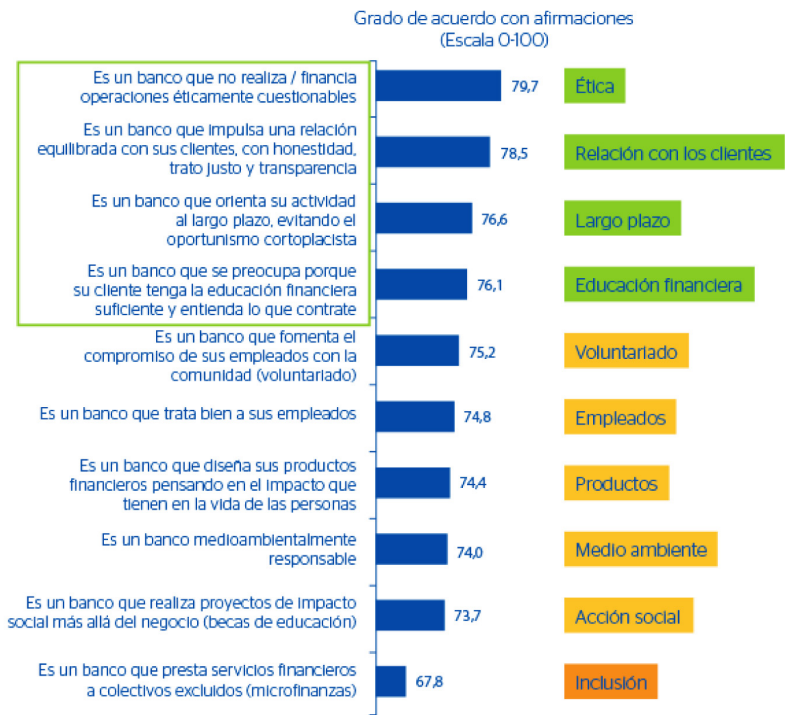
Altos directivos y empleados

Hemos realizado entrevistas a 26 altos directivos del Grupo en ocho países. Basado en los resultados de estas entrevistas, podemos determinar que, para este colectivo, un banco reúne estas tres características, siendo la segunda de ellas la más importante:



4. Diálogo con los grupos de interés y análisis de materialidad

Para conocer qué entienden los empleados del Grupo por un banco que hace negocio responsable, hemos utilizado la encuesta de reputación interna, realizada a casi 6.000 empleados del Grupo en ocho países. De acuerdo a esta encuesta, para los empleados un banco responsable es, fundamentalmente, aquel que no realiza operaciones éticamente cuestionables y que impulsa una relación equilibrada, honesta y transparente con sus clientes, proporcionándoles educación financiera para la toma de decisiones informadas y siempre orientado al largo plazo. En segunda instancia, un banco responsable se preocupa por sus empleados y fomenta actividades de voluntariado con la comunidad local.



La encuesta de reputación interna también revela que, precisamente, tener un comportamiento ético y responsable es el aspecto más relevante de los 36 que construyen la reputación emocional de los empleados. Es decir, el que más orgullo de pertenencia genera. Le siguen en importancia el ser un buen lugar para trabajar y la identificación con la cultura corporativa. Es decir, siendo ético no solamente beneficiamos a nuestros clientes, sino que hacemos que nuestros empleados se sientan más orgullosos y comprometidos con BBVA.

Cientes y sociedad

Los clientes y la sociedad en general (referida a la población bancarizada) opinan de manera muy similar a nuestros empleados y directivos, y además nos aportan mucha información sobre por dónde empezar a trabajar. Las conclusiones del estudio cualitativo realizado en ocho países (España, México, EEUU, Argentina, Colombia, Chile, Perú y Venezuela) se resumen en esta pirámide que podríamos llamar de credibilidad.



4. Diálogo con los grupos de interés y análisis de materialidad

En definitiva, lo que la sociedad nos dice es que:

- La clave para contar con un proyecto de negocio responsable creíble es empezar por las iniciativas que construyen una relación más equilibrada con los clientes. Solamente cuando estos temas estén razonablemente resueltos, tendremos credibilidad para abordar otros aspectos.
- Dentro de estas iniciativas de mejora de la relación con los clientes, la transparencia y la claridad, muy vinculadas a la ética, deben ser el punto de partida. Que el cliente sienta que está tomando una decisión informada es esencial para fomentar el equilibrio en la relación con él.
- La educación financiera es la otra cara de la moneda de la transparencia y la claridad. Los clientes esperan que seamos didácticos.
- Nuestros empleados son una pieza clave en todo esto. El empleado es el elemento que estructura la relación, construye el vínculo y genera confianza y cercanía con el cliente.
- La contribución a la comunidad es también importante, pero siempre que esté cubierta la relación equilibrada con el cliente. Este aspecto se valora sobre todo en México y América del Sur. Se demanda, principalmente, apoyo al crecimiento, es decir, ayuda a las pymes y a los emprendedores.

Las conclusiones de esta investigación se ven respaldadas por los resultados del *Reprtrak* (encuestas de reputación externa). Éstas muestran que, en los mercados en los que operamos, la generación de confianza y la reputación

se construyen, en primera instancia, trabajando con orientación al cliente, con un comportamiento ético y, en tercer lugar, contribuyendo al desarrollo de las comunidades en las que operamos.

Tendencias regulatorias y compromisos acordados

La presión regulatoria está creciendo mucho en el sector como consecuencia de la crisis financiera. Mucha de esta regulación tiene que ver con la protección de los derechos del consumidor.

Algunos ejemplos recientes relevantes son:

- Las disposiciones sobre Prácticas de Venta en México.
- El paquete normativo de la *Consumer Financial Protection Bureau* (CFPC) de Estados Unidos.
- La iniciativa en la Unión Europea sobre documentos de datos fundamentales relativos a los productos de inversión (PRIIPS).
- La reciente normativa en materia de transparencia bancaria en España, y la emisión por el supervisor de los mercados de valores de criterios para reforzar la transparencia a los clientes, por ejemplo, en fondos de inversión.
- Las medidas de protección de deudores hipotecarios sin recursos en España, reforzadas con la aprobación de la Ley 1/2013.

4. Diálogo con los grupos de interés y análisis de materialidad

Todos estos son ejemplos que nos impulsan a mejorar nuestras prácticas de comercialización y, en particular, a mejorar la transparencia y la claridad en las mismas. Finalmente, el banco ha asumido una serie de compromisos voluntarios orientados a mejorar nuestro desempeño e impacto en la sociedad, que se pueden consultar en el apartado sobre [compromisos internacionales suscritos](#).

Estrategia de BBVA

Nuestra visión, trabajamos por un futuro mejor para las personas, nuestro posicionamiento de marca, ser sencillos y responsables, y nuestra estrategia de negocio, que gira en torno a tres pilares, la orientación al cliente, la sencillez y la omnicanalidad, nos impulsan a hacer negocio de manera responsable y empezar por el cliente.

Una prueba de que esto es así son las cinco prioridades que se fijaron para los próximos tres años en la última reunión de directivos:

- Un objetivo: que nuestra estrategia se adapte al nuevo entorno.
- Una clave: conquistar al cliente (*customer centric*).
- Un futuro: la vida será móvil (omnicanalidad).
- Una obsesión: la sencillez.
- Una responsabilidad: reconquistar la sociedad.

En definitiva, podemos decir que nuestra estrategia de negocio es prácticamente un espejo de lo que nos están

pidiendo los grupos de interés y que responder a sus expectativas es una de nuestras prioridades al más alto nivel.

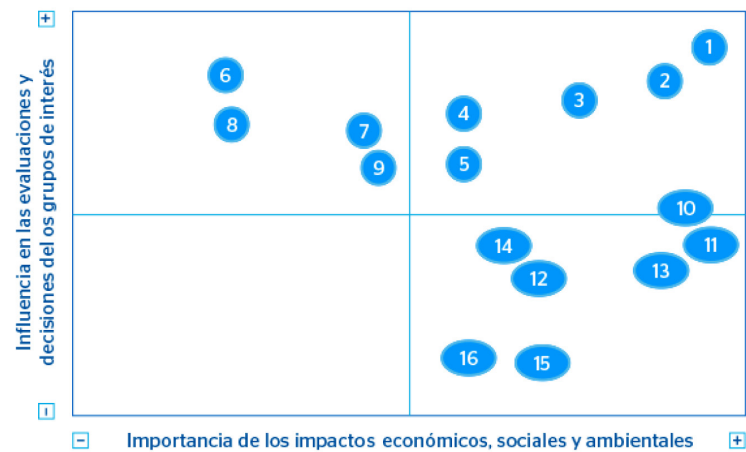
4.3 Asuntos relevantes

El análisis de todo lo anterior nos ha llevado a identificar la siguiente lista de asuntos relevantes:

Asuntos relevantes		
1	Operar con los más altos estándares éticos en el desarrollo de nuestro negocio	Cliente
2	Fomento de decisiones informadas: lenguaje claro/transparente y educación financiera	Cliente
3	Diseño y comercialización de productos adaptados a las necesidades de las personas	Cliente
4	Relación calidad-precio (comisiones, intereses), <i>fair banking</i>	Cliente
5	Trato adecuado a las necesidades y perfil del cliente (humanidad/cercanía)	Cliente
6	Agilidad y pocos trámites (sencillez)	Cliente
7	Fomento de la seguridad y protección del cliente (seguridad informática, protección de datos, protección ante fraude)	Cliente
8	Uso de tecnología al servicio de las personas: omnicanalidad y conveniencia	Cliente
9	Formación, desarrollo y motivación de los empleados Contribución al desarrollo de las sociedades locales en las que operamos:	Empleados
10	creación de empleo, apoyo a la pequeña empresa y acceso al crédito	Comunidad
11	Bancarización de población con bajos ingresos	Comunidad
12	Fomento de la diversidad y adaptación a las diferencias sociales (género, capacidades diferentes...)	Comunidad
13	Estabilidad y robustez financiera de la entidad	Compañía
14	Responsabilidad fiscal y cumplimiento legal	Compañía
15	Ecoeficiencia	Mundo
16	Respuesta ante catástrofes humanitarias en otros países, contribución a la solución de los problemas globales	Mundo

Si los clasificamos teniendo en cuenta la importancia de sus impactos y la influencia en los grupos de interés, se obtiene la siguiente matriz:

4. Diálogo con los grupos de interés y análisis de materialidad



En definitiva: el comportamiento ético, el fomento de la toma de decisiones informadas a través de la claridad y de la educación financiera y el diseño y la comercialización de productos pensando en las personas son los temas más importantes y por tanto los ejes de nuestro plan de Negocio Responsable.

4.4 Asuntos sensibles

Desde el inicio de la crisis, hemos sido muy conscientes de la difícil situación económica y social que, por circunstancias sobrevenidas, viven algunos de nuestros clientes. Y hemos tomado innumerables medidas que exceden lo exigido por la normativa. Por ejemplo:

- En febrero de 2012 nos adherimos al Código de Buenas Prácticas aprobado por el Gobierno.
- En marzo de 2013 aportamos 899 inmuebles al Fondo Social de Viviendas.

- A finales de 2013 habíamos refinanciado a 62.580 clientes con préstamo hipotecario, adaptándonos a su capacidad de pago.

- BBVA tiene un Comité de Protección del Deudor Hipotecario que revisa todos los casos en los que exista cualquier riesgo de exclusión social. Buscamos todo tipo de soluciones, como las ya citadas, o adicionales, como daciones en pago o alquiler social.

- BBVA cuenta, además, con el [Plan BBVA – Fundación Adecco](#), que tiene como objetivo incorporar a los clientes que sean deudores hipotecarios en un plan de empleo que les permita reincorporarse en el mercado de trabajo y que contempla, además, ayudas económicas de hasta 400 euros al mes durante un plazo máximo de 24 meses.

BBVA mantiene abierto diálogo directo con las administraciones públicas tanto a nivel estatal, de comunidad autónoma y local, así como con diferentes asociaciones y organizaciones, con el fin de comprender mejor las necesidades y ofrecer soluciones a aquellos clientes que recurren a estas organizaciones para asesorarse y canalizar sus peticiones.

Sobre la sentencia de las “cláusulas suelo” en préstamos hipotecarios en España el [Hecho Relevante](#) comunicado a la Comisión Nacional de Mercado de Valores con fecha 12 de junio de 2013 muestra la postura de BBVA en este asunto. En cumplimiento de esta sentencia, BBVA comunica que desde el 9 de mayo de 2013 dejó de aplicar la citada cláusula suelo en los contratos de préstamo hipotecario con consumidores en los que hubiera sido incorporada.

5.

Negocio responsable

5 NEGOCIO RESPONSABLE

5.1 Principios, valores y política de RC

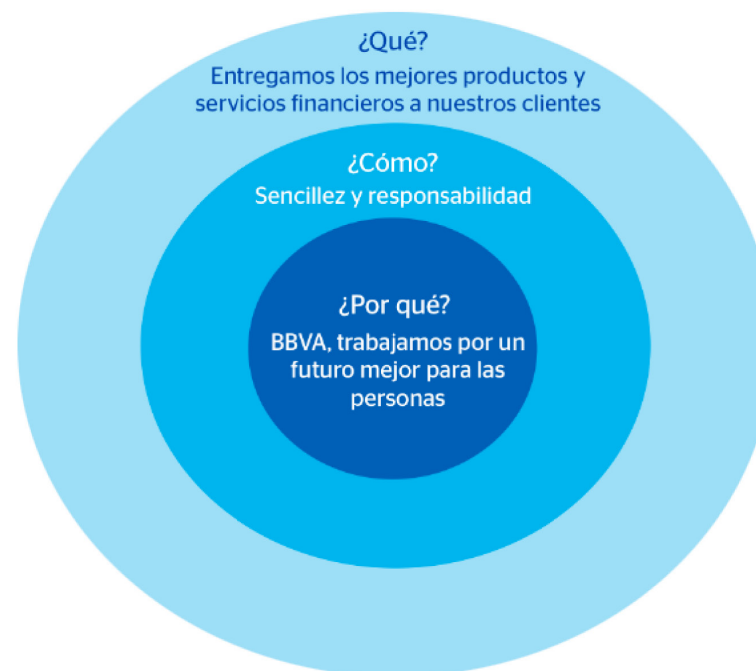
En BBVA tenemos un modo diferencial de hacer banca basado en una rentabilidad ajustada a los principios de integridad, prudencia y transparencia.

- La integridad, como manifestación de la ética en nuestras actuaciones y en todas las relaciones con los grupos de interés.

- La prudencia, entendida básicamente como el principio de precaución en la asunción del riesgo.

- La transparencia, como máxima para ofrecer un acceso a la información clara y veraz dentro de los límites de la legalidad.

Y esta es nuestra forma de hacer negocios de forma responsable.



5. Negocio responsable

La visión de la marca BBVA, «trabajamos por un futuro mejor para las personas», es nuestro porqué y está basada en 3 pilares: las personas, los principios y la innovación.

De la visión se deriva nuestra misión como banco, «entregar los mejores productos y servicios financieros», y lo hacemos con sencillez y responsabilidad, nuestro posicionamiento.

Sencillez significa para BBVA agilidad, cercanía, accesibilidad y claridad. Entendemos la responsabilidad como una relación equilibrada y a largo plazo con los clientes, y un compromiso con el impacto en las personas, las empresas, las comunidades locales y el desarrollo de los países en los que estamos presentes.

Por su parte, el objetivo de la política de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA es definir e impulsar comportamientos que permitan generar valor para todos nuestros grupos de interés: clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad. Los principales compromisos adquiridos a través de esta política son:

- Maximizar los impactos positivos de su negocio en la sociedad así como minimizar los posibles impactos negativos.
- Crear «oportunidades sociales de negocio» que generen valor social y valor para BBVA.
- Invertir en las sociedades donde el Grupo está presente mediante el apoyo a iniciativas, especialmente, las relacionadas con la educación.

5.2 Negocio Responsable

El entorno actual representa sin duda un reto para el sector financiero. La actividad financiera sufre una pérdida de su legitimidad social. Una pérdida de alcance global, con carácter permanente y unida a una creciente exigencia de responsabilidades. Además, la presión en la regulación del sector, especialmente en materia de protección del cliente, es creciente.

En este contexto, en BBVA creemos en un modo diferencial de hacer banca. Somos conscientes de que hay muchas cosas que mejorar, pero tenemos claro que ser rentables no pasa por hacer negocio de cualquier modo. Por eso hablamos de rentabilidad ajustada a principios.

Esta ha sido la gran motivación que nos ha impulsado a trabajar en la estrategia de Negocio Responsable, aprobada 2013 que nace con el reto de diferenciarnos y reconquistar la confianza de la sociedad.

La estrategia de Negocio Responsable gira en torno a tres grandes ejes interdependientes que definen su marco estratégico:

- Clientes: banca para personas. Consiste en realizar nuestra actividad financiera pensando en las personas.
- Empleados comprometidos. Consiste en impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre los empleados del Grupo.
- Sociedad: educación y ciencia. Consiste en desarrollar

5. Negocio responsable



actuaciones fundamentalmente en educación, pero también en ciencia y cultura.

Una vez definido este marco estratégico, se realizaron talleres locales en los ocho principales países del Grupo con la participación de más de 400 directivos para definir las tres prioridades estratégicas:

- Comunicación transparente, clara y responsable

La crisis ha minado la confianza en los bancos, las reclamaciones por información deficiente han aumentado y la regulación del sector relativa a la protección del

cliente y a la transparencia se ha endurecido. Los clientes perciben que utilizamos un lenguaje demasiado técnico y difícil de entender. No basta con contarle todo, hay que contarle con claridad.

Comunicar en un lenguaje transparente, claro y responsable ayuda al cliente a tomar una decisión informada y es una palanca clave para recuperar y mantener su confianza. Por eso, en BBVA estamos desarrollando una política y trabajando en numerosas iniciativas para hacer “más TCR” la relación banco-clientes antes, durante y después de la contratación.

5. Negocio responsable

- Educación

La educación es la prioridad estratégica de los programas sociales del Grupo, y tiene tres líneas:

- Educación financiera, que junto a la Comunicación TCR, es la otra pieza que contribuye a que el cliente tome decisiones informadas.

- Formación para las pymes, las cuales juegan un rol importante en el desarrollo del tejido económico-empresarial del país.

- Educación para la integración social y formación en valores de niños y jóvenes.

- Productos de alto impacto social

Con nuestra actividad diaria ya generamos un gran impacto social. Pensemos en todas las personas que viven financiadas con hipotecas del banco o en el crecimiento y empleo generado por las empresas con ayuda de nuestra financiación. Pero tenemos una gran oportunidad para diseñar productos y servicios con un impacto social superior teniendo en mente las necesidades de los clientes y el contexto en el que viven.

El Plan de Negocio Responsable establece, además, otras líneas estratégicas:

- Riesgos y costes sociales y ambientales
- Ecoeficiencia y compras responsables

- Liderazgo basado en valores

- *Social engagement* y voluntariado

- Diversidad de género y discapacidad

- Compensación

- Ciencia y cultura

5.3 Sistemas de gobierno y gestión de la RC

El Consejo de Administración es el responsable de la aprobación de la política de Responsabilidad Social Corporativa.

El Comité de Dirección, es el encargado de promover y supervisar las funciones de Responsabilidad y Reputación Corporativas.

En el año 2012 se creó el Comité de Negocio Responsable, compuesto por el Presidente, el Consejero Delegado y los máximos responsables de las dos áreas de negocio globales, *Retail Banking* y *Corporate&Investment Banking*; Comunicación y Marca; Recursos Humanos y Servicios; Servicios Jurídicos; Auditoría y Cumplimiento, y Responsabilidad y Reputación Corporativa. La principal función de este Comité es impulsar, supervisar y coordinar los programas de RRC del Grupo y los bancos locales y sus Fundaciones, y tiene previsto reunirse tres veces al año.

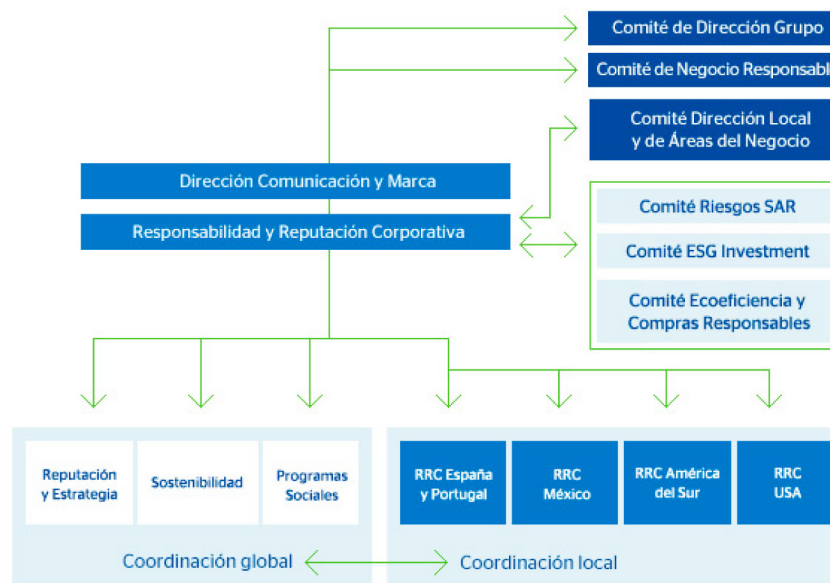
Los departamentos de RRC locales y las áreas de negocio y de apoyo locales son los responsables de

impulsar y dar seguimiento a los programas de Negocio Responsable a nivel local. Este seguimiento se realiza en el marco del Comité de Dirección local presididos por el Country Manager del país. Además, algunos bancos del Grupo, como el caso de BBVA Bancomer y BBVA Provincial, tienen sus propios Comités Locales de Negocio Responsable.

Existen otros comités operativos de carácter transversal, cuya labor es implantar y ejecutar los programas de Negocio Responsable:

- Comité de Riesgos Sociales, Ambientales y Reputacionales, presidido por el director de Riesgos del Grupo
- Comité de Ecoeficiencia y Compras Responsables, presidido por el director de Compras, Inmuebles y Servicios del Grupo
- Comité de ESG *Investment*, presidido por el director de Relación con Analistas, Inversores y Accionistas del Grupo

La secretaría de estos tres comités reside en el departamento de RRC.



6 COMUNICACIÓN TRANSPARENTE, CLARA Y RESPONSABLE

La comunicación transparente, clara y responsable (TCR) es una de las prioridades estratégicas del negocio responsable, que fue identificada en los talleres de negocio responsable realizados en 2013 en los ocho principales países en los que opera el Grupo.

La relevancia que los equipos locales dieron en los talleres coincide con los resultados de la investigación cualitativa realizada entre población bancarizada. Los clientes de los bancos en todos los países analizados entienden que un banco que quiere hacer negocio responsable tiene que empezar necesariamente por explicar claramente sus productos para facilitar una toma de decisiones informada.

Además, nuestra forma diferencial de hacer banca es hacerlo con sencillez y responsabilidad. Sencillez significa para BBVA agilidad, cercanía, accesibilidad y claridad.

Comunicar en un lenguaje transparente, claro y responsable ayuda al cliente a tomar una decisión informada y es una palanca clave para recuperar y mantener su confianza.

¿Qué significa entonces comunicación TCR?

- La información es transparente cuando es adecuada y suficiente para la toma de decisiones, indica tanto los beneficios como los posibles riesgos del producto o servicio y expone hechos reales.

- La información es clara cuando utiliza un lenguaje llano, familiar, fácil de entender y adecuado a los conocimientos del cliente, expone de forma ágil y precisa las características del producto o servicio financiero y evita malos entendidos.

- La información es responsable cuando favorece una correcta y responsable toma de decisiones, y está siempre orientada a los intereses del cliente.

En BBVA estamos desarrollando una política y trabajando en numerosas iniciativas para hacer “más TCR” la relación banco-clientes antes, durante y después de la contratación.

Durante 2013 se han realizado trabajos previos:

- Dos proyectos piloto, en México y España, centrados en la documentación de producto previa a la contratación, que consistió en seleccionar una serie de productos de distintas familias (un depósito, una tarjeta,...) en cada uno de los países y elaborar unos entregables para el cliente que fueran TCR, atendiendo a las pautas de lectura fácil y a nuestro criterio. El trabajo fue realizado por un equipo multidisciplinar compuesto por representantes de las siguientes áreas: Desarrollo de Negocio (producto, segmento, marketing), Experiencia de Cliente, Servicios Jurídicos, Cumplimiento Normativo y Responsabilidad y Reputación Corporativas. Las fichas las revisó la Asociación de Lectura Fácil. Con el fin de conocer si el cliente las consideraba TCR realizamos una serie de *focus groups* en los que testamos las nuevas fichas frente a las fichas antiguas, cuando las había. Los resultados fueron muy positivos y demostraron una clara preferencia de los consumidores por las nuevas fichas. También se

6.
Comunicación
transparente, clara
y responsable

6. Comunicación transparente, clara y responsable

concluyó que este tipo de documentos aporta a la marca los valores deseados y tiene el potencial de generar diferenciación y negocio.

- Un piloto de simplificación de contratos en España, centrado en redactar de nuevo un contrato para hacerlo TCR y establecer a partir de este ejercicio pautas para la adaptación del resto de contratos.

- Un análisis estadístico de la relación entre la transparencia y claridad y la recomendación de cliente, que consistió en una serie de análisis estadísticos realizados a partir de la información de los *trackings* de marca disponibles en las principales geografías. Los resultados muestran que en todos los casos transparencia y/o claridad figuran entre el subgrupo de variables que tienen un alto impacto en la recomendación de los clientes.

Actualmente estamos preparando una metodología para implantar el proyecto a nivel global y analizando los recursos necesarios para ello. Su aprobación y la decisión sobre el alcance y los plazos la tomará el Comité de Dirección en los primeros meses del año.

En paralelo, en 2013 seis países han avanzado en varias iniciativas orientadas a ser más TCR.

- España ya ha comenzado el proyecto para generalizar el desarrollo de fichas de producto TCR para la práctica totalidad de las contrataciones.

- En México, está previsto iniciarlo en 2014 de la mano de otros proyectos en cursos destinados a hacer la experiencia del cliente más sencilla.

- En Perú, ya realizaron en 2012 un ejercicio de simplificación de contratos anticipándose a la competencia, y elaboraron las llamadas “rapiguías”. Se trata de documentos para los clientes con la descripción de los productos y suponen un claro avance en la dirección de facilitar al cliente la toma de decisiones.

- En Chile, se han puesto en marcha varias acciones para ser más TCR, antes, durante y después de la contratación. Antes de la contratación los esfuerzos se han centrado en simplificar y hacer más claro el esquema tarifario, certificar a los ejecutivos en atención transparente y desarrollar la web “[BBVA transparente](#)” con información para los clientes. En el momento de la contratación, se ha trabajado en garantizar que el cliente entiende lo que ha contratado de distintas formas: envío de correo resumen, entrega de hoja resumen o refuerzo telefónico. Después de la contratación, se ha reforzado el envío de mensajes a los clientes comunicando eventos asociados a sus productos (transferencias, cargos, rechazos de domiciliaciones...).

- En Colombia se ha lanzado el Portal de Negocios Bancarios, herramienta web que incluye la información relevante de los productos bajo el principio de transparencia y claridad.

- En USA la línea de trabajo TCR cuenta con un enfoque diferencial que pretende dar respuesta a las oportunidades de mejora detectadas por el *Pew Institute* en un informe en el que evalúa la transparencia de las entidades financieras.

7.

Educación

7 EDUCACIÓN

En BBVA nuestra visión es la de trabajar por un futuro mejor para las personas, y por ello, una de las tres prioridades estratégicas de nuestra estrategia de Negocio Responsable es la educación, que se declina en tres grandes objetivos sociales:

- Educación financiera para incrementar la cultura financiera de las personas, permitiéndoles tomar decisiones financieras informadas.
- Formación para los negocios para apoyar a las pymes en su crecimiento y aumentar su impacto social.
- Educación para la sociedad, con el fin de impulsar la integración social y la formación en valores de niños y jóvenes.

Avances en 2013:

- 256.359 personas beneficiadas por programas de educación financiera.
- 20.028 pymes apoyadas por programas de educación.
- 1.541.276 personas beneficiadas por programas de educación para la sociedad.

7.1 Educación financiera

Las primeras iniciativas de educación financiera dentro del Grupo tuvieron lugar en el seno de BBVA Bancomer en 2008. Dado su éxito, en 2009 se lanzó el Plan Global de Educación Financiera. Cinco años después podemos hablar de un programa de alcance global, consolidado en todo el Grupo, que cuenta con una oferta sólida y

completa de contenidos disponibles en diversos canales y que abarca todo el ciclo de vida financiera de las personas.

De hecho, en el marco del Plan de Negocio Responsable 2013-2015, la educación financiera toma aún más relevancia como prioridad estratégica. En esta etapa afrontamos nuevos retos, principalmente reforzar el programa para nuevos colectivos y fomentar el uso de canales *online* como herramientas de difusión, generando contenidos de interés en redes sociales. Este programa global se adapta a las realidades locales desde la perspectiva de las necesidades de la población con el fin de apoyar la adquisición de conocimientos y habilidades.

En 2013 256.359 personas han participado en alguno de los 829.388 talleres celebrados a lo largo del año.

Para niños y jóvenes, contamos con iniciativas enfocadas a fomentar el valor e importancia del dinero en sus vidas y comportamientos como el ahorro y el control de los gastos. Nuestros programas también van dirigidos a fomentar el rol de los profesores y la implicación de los padres en la formación de sus hijos en el mejor uso del dinero. Destacan iniciativas como la de [BBVA Chile](#), que se imparte en colegios a través de la plataforma digital «[Agente Piggy](#)». También en Venezuela se han lanzado diversos [juegos interactivos](#) para reforzar conocimientos financieros. En el caso de Estados Unidos, en 2013 se ha firmado un acuerdo de colaboración con [EverFI](#), líder en educación *online* con el que lanzaremos cursos interactivos y actividades didácticas que retan a este colectivo a decidir sobre situaciones reales.

Nuestras iniciativas de educación financiera para adultos están abiertas a la población en general, clientes y no

	2013	2012	2011
Número de personas beneficiadas por programas de educación financiera ⁽¹⁾	256.359	251.637	123.768
Número de talleres de educación financiera	829.643	689.881	413.596

(1) A partir de 2013 los participantes del programa Valores de Futuro se incluyen como beneficiarios de programas de educación para la sociedad y no de educación financiera. Los datos de 2012 y 2011 han sido recalculados de acuerdo a este criterio.
Alcance: Grupo BBVA

clientes, con el fin de dar acceso a las mismas al mayor número de personas posible. Los canales disponibles van desde cursos presenciales hasta cursos *online*, pasando por aulas móviles, aulas fijas y equipos móviles. Además, el abanico de contenidos es suficientemente amplio como para cubrir todos los momentos financieros claves en la vida de una persona (planificación personal, crédito, tarjeta de crédito, ahorro, ahorro previsional, seguros, fondos de inversión, etc.)

En este sentido es relevante la labor del Grupo en México. El millón y medio de visitantes de su web «[Adelante con tu futuro](#)» recibieron recomendaciones de finanzas personales y participaron en alguno de los talleres *online*. También se reforzaron los talleres presenciales que llegan a sectores de la sociedad sin acceso a la tecnología y sin los conocimientos necesarios para su manejo. Del total de talleres realizados durante 2013, el 50% corresponden a esta modalidad.

Asimismo cabe destacar en 2013 el lanzamiento en España de la iniciativa «[Mi Jubilación](#)», respondiendo a la necesidad de incrementar el conocimiento de los ciudadanos sobre el sistema de pensiones, para entenderlo y tomar decisiones racionales e informadas para una planificación adecuada. Para ello, se han desarrollado varias líneas de actuación:

- Instituto BBVA de Pensiones, que cuenta con un [foro de expertos](#) independientes.
- Puesta a disposición de [herramientas de simulación](#) para webs y aplicaciones móviles.
- Difusión de material didáctico y formativo, impartición de charlas y cursos y realización de encuestas periódicas a la población.

Puedes consultar más información sobre esta iniciativa y otras acciones de educación financiera puestas en marcha por BBVA Asset Management en [este documento](#).

Además en BBVA ofrecemos cursos dirigidos a empleados de empresas clientes, generalmente de conocimientos básicos sobre finanzas personales, útiles para la vida profesional y familiar. Las acciones formativas para este colectivo han tenido gran impacto en Colombia, México y Chile.

En el entorno actual es importante resaltar nuestra labor en la difusión de mensajes cercanos con un lenguaje claro, a través de píldoras formativas en redes sociales y canales masivos como la radio y las redes sociales.

Nuestro compromiso con la educación financiera no solo se centra en programas propios, sino que se amplía

dando apoyo institucional a otras iniciativas nacionales y globales.

En el caso de iniciativas nacionales, BBVA Bancomer ha participado activamente en la [Semana de la Educación Financiera en México](#), organizada por la Comisión Nacional para la Defensa de los Usuarios de las Instituciones Financieras. Autoridad Mexicana (CONDUSEF). BBVA Chile ha lanzado sus acciones para jóvenes junto con el Instituto Nacional de la Juventud (INJUV) y el Ministerio de Desarrollo Social. Por su parte, BBVA Compass en Estados Unidos sigue apoyando iniciativas como «[Teach Children to Save](#)» y «[Get Smart](#)

[About Credit](#)», dirigida a niños y jóvenes y en asociación con la American Bankers Association Education Foundation (ABAEF), y «[Money Smart](#)», destinada a adultos y en colaboración con Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC).

En lo relativo a iniciativas globales, BBVA continúa apoyando a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en la elaboración del [Informe PISA 2012 y 2015](#), para que este no solo evalúe las competencias de lectura, matemáticas y ciencias entre el alumnado, sino que también incluya nociones de cultura financiera.

Número de talleres de Educación Financiera

	2013	2012	2011
España y Portugal	150	n.a.	n.a.
México	787.885	656.339	413.114
América del Sur	41.608	33.542	482
Total	829.643	689.881	413.596

n.a = no aplica
Alcance: Grupo BBVA

Número de personas beneficiadas por programas de Educación Financiera

	2013	2012	2011
España y Portugal (1)	830	n.a.	n.a.
México	210.750	225.875	111.814
Estados Unidos	26.944	14.088	10.693
América del Sur	17.835	11.674	1.261
TOTAL	256.359	251.637	123.768

n.a. = no aplica
(1) A partir de 2013 han dejado de contabilizarse los participantes del programa Valores de Futuro como beneficiarios de educación financiera. Los datos de 2012 y 2011 han sido recalculados de acuerdo a este criterio.
Alcance: Grupo BBVA

7.2 Formación para los negocios

Número de pymes apoyadas por programas de educación	2013
Formación para los negocios	1.722
Talleres de educación financiera	18.306
Total	20.028

Alcance: Grupo BBVA

En el actual entorno, las pymes tienen un papel crucial en el crecimiento sostenido en el largo plazo, la creación de empleo y el desarrollo social. Además de los cursos de educación financiera, BBVA está apostando por la oferta de formación empresarial de calidad con el objeto de apoyar sus procesos de mejora y transformación en los países donde estamos presentes.

Varios programas son ejemplo de este compromiso que asumimos. Por un lado, uno de los pilares del programa «Yo Soy Empleo» ha sido la formación presencial dirigida a este colectivo. Las pymes han podido solicitar cursos de formación empresarial impartidos por las escuelas de negocio más prestigiosas de España sin ningún coste. El curso ha sido diseñado especialmente para impulsar el crecimiento de empresas con potencial para seguir generando empleo. En 2013, 1.676 pymes han sido seleccionadas para beneficiarse de esta formación.

Además en la web de [BBVA con tu empresa](#) se ofrecen interesantes cursos *online* principalmente en torno a temáticas tales como habilidades y *management*, finanzas y estrategias comerciales.

Por último, BBVA ha asumido un firme compromiso con las pymes sociales gracias a «[Momentum Project](#)». «*Momentum Project*» es una iniciativa de BBVA y ESADE, que cuenta con la colaboración de PwC y está dirigida a promover y dar visibilidad al sector del emprendimiento social. Tiene como objetivo apoyar el proceso de expansión de empresas sociales escalables que combinan un alto impacto social con modelos de negocio sostenibles.

Para cumplir con este propósito «*Momentum Project*» cuenta con dos líneas de trabajo:

- El desarrollo de un programa integral de formación, acompañamiento estratégico, visibilidad, financiación y seguimiento a los emprendedores participantes, para consolidar y aumentar el impacto de estas empresas sociales.
- La creación de un ecosistema de apoyo al emprendedor social.

Nace en España en el año 2011 y hoy ya se encuentra presente en México y Perú. En estos tres años de

existencia, son ya 46 las empresas que se benefician del modelo de apoyo integral que ofrece el programa. Son pymes que mantienen casi 2.150 puestos de trabajo y que conjuntamente facturan alrededor de 30 millones de euros. Por otro lado, en 2013 han cobrado una importancia creciente las iniciativas de educación financiera dirigidas a pymes. Por ahora, México dispone de cursos de flujo de efectivo y de crédito y su cobertura para pymes. También en Estados Unidos se han desarrollado seminarios en el marco de «*Money Smart for Small Business*».

Para concluir, este compromiso de ofrecer formación de calidad y un acompañamiento estratégico a pymes cobra una gran importancia en el marco del Plan de Negocio

Responsable 2013-2015. Así que como próximos pasos, extenderemos este proyecto a las principales geografías donde el Grupo tiene presencia alcanzando cerca de 1.000 pymes formadas en 2014 a nivel global.

Principales indicadores de Momentum Project

	España	México	Perú
	3 ediciones	1 edición	1 edición
Candidatos	350	112	187
Participantes	30	10	6
Mentores BBVA	31	6	6
Empleos apoyados	1.060	1.085	n.a.
Facturación de las empresas financieras (en euros) (1) (2)	18.351.495	9.754.978	n.a.
Empresas financiadas	12	5	n.a.
Inversión en las empresas (en euros) (3) (4)	3.600.000	1.108.316	n.a.
Inversión en productos de alto impacto (en euros) (5)	5.000.000	1.108.316	n.a.

(1) Incluye solo las empresas españolas financiadas en 2011 y 2012.
(2) Datos a octubre de 2013.
(3) Inversión en capital y préstamo.
(4) BBVA financia a través de diferentes productos (en España un fondo de inversión, en México préstamos en condiciones fuera de mercado) el crecimiento de estas empresas.
(5) La inversión de BBVA en el fondo de España es mayor que la efectivamente inyectada por el fondo en estas empresas.
Alcance: Grupo BBVA

7.3 Educación para la sociedad

	2013	2012	2011
Número de becas para niños desfavorecidos por año	92.264	62.887	59.986
Número de personas beneficiadas por otros programas de educación para la sociedad	1.449.012	1.174.837	1.016.472

Alcance: Grupo BBVA

En BBVA apostamos de manera decidida por la educación como palanca de inclusión social. Así, desarrollamos iniciativas dirigidas a apoyar a los niños de primaria y secundaria, a los jóvenes y a los docentes.

En educación primaria y secundaria destacan los siguientes programas:

- El programa becas de integración «Niños Adelante», que desde 2007 promueve el acceso y la calidad de educación de niños y jóvenes de las zonas más desfavorecidas en América Latina. En 2013 hemos destinado al programa «Niños Adelante» 16,4 millones de euros que han beneficiado a 92.264 niños y niñas. El programa se ajusta a la realidad de cada país, beneficiando a diferentes colectivos. Así, en México a través del programa «Por los que se quedan» se benefician niñas y niños de padres mexicanos que emigran a Estados Unidos en busca de un mejor futuro; en Colombia se beneficia a niños de zonas marginadas; en Panamá a niños de escasos recursos y extrema inaccesibilidad a la educación como la comarca indígena Nogbe Bugle; y en Perú a niños con déficit de comprensión lectora a través del programa «Leer es estar adelante». En 2013, hemos continuado con iniciativas para vincular a terceros al programa, como la participación

de empleados voluntarios que actúan como padrinos y madrinas, y la aportación de fondos de clientes, mediante cajeros automáticos, banca en línea, e instrumentos financieros.

- El programa «Valores de futuro» que desde 2009 promueve la educación en valores asociados al uso responsable del dinero para escolares. Mediante una oferta de 63 talleres participativos que fomentan la reflexión y el diálogo en el aula, se desarrollan competencias y valores como el esfuerzo, la solidaridad y el ahorro. Durante el curso escolar 2012-13 han participado en el programa «Valores de futuro» 925.652 alumnos de 4.278 centros escolares de España y 119.083 alumnos de 969 centros escolares de Portugal. En total son 1.044.735 alumnos de 5.247 centros escolares, cumpliendo así el objetivo principal fijado, superar el millón de participantes. Así mismo, 10 centros de la ciudad de Valencia han participado en el taller «Ahorro para todos». En 2014, queremos establecer una relación más estrecha con 420 centros escolares, proponiéndoles un proyecto de ahorro en el que participen empleados de BBVA como voluntarios.

- Las alianzas con Scholastic Inc, para promover la lectura entre niños con escasos recursos a través

de la iniciativa « *Reading counts* », y con NBA Cares , que incluye la iniciativa « *Team. Works. In school*» para restaurar colegios en seis de los principales estados donde desarrolla su actividad BBVA Compass. 190 voluntarios de BBVA Compass unidos a las leyendas de la NBA como Bob Lanier, Felipe López y otros, y a dignatarios locales, participaron en la iniciativa, que ha incluido sesiones de educación financiera y donaciones de libros a las escuelas. Más 10.000 libros han sido donados en 2013.

En educación para jóvenes destacan los siguientes programas:

- La « [Ruta BBVA](#) » es un programa formativo, patrocinado y organizado por BBVA desde 1993, que promueve la educación en valores asociados al esfuerzo, la igualdad de oportunidades, el respeto mutuo y la superación de las desigualdades. Declarado de interés cultural por la UNESCO, en sus 28 ediciones el programa ha permitido que cerca de 9.000 jóvenes de entre 16 y 17 años amplíen sus conocimientos y desarrollen un espíritu de cooperación internacional.

- La edición de 2013, ha conmemorado el Quinto Centenario del Descubrimiento del océano Pacífico realizado por Vasco Núñez de Balboa en 1513. Los 225 expedicionarios de 53 países viajaron a Panamá y atravesaron la Selva del Darién hasta llegar al Mar del Sur, siguiendo los pasos del descubridor extremeño.

- El programa «Jóvenes Emprendedores Sociales». En 2013 hemos organizado en colaboración con Ashoka la segunda edición del Concurso Iberoamericano «Cambia

tu mundo», dirigido a jóvenes emprendedores sociales, al que se han presentado más de 230 proyectos. Los 20 ganadores del concurso, procedentes de diferentes países de Iberoamérica, han recibido capital-semilla para la ejecución de los proyectos. Además, y con el objetivo de promover el desarrollo de habilidades relacionadas con el emprendimiento social en los jóvenes, se llevan a cabo programas locales en los diferentes países. Desde el año 2011, más de 43.000 jóvenes han participado en los distintos programas.

Para mejorar la calidad de la educación, facilitamos a los docentes herramientas a través de diferentes iniciativas:

- Colaboramos con la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) desde 2008 con el objetivo general de mejorar la calidad educativa de la primera infancia en América Latina. Actualmente, lo hacemos a través del proyecto «Metas educativas 2021: La educación que queremos para la generación de los bicentenarios», cuyo objetivo es lograr en 2021 una educación que dé respuesta satisfactoria a demandas sociales inaplazables: conseguir que más alumnos estudien, durante más tiempo, con una oferta de calidad reconocida, equitativa e inclusiva y en la que participe la gran mayoría de las instituciones y sectores de la sociedad.

- Así, a través de la meta específica 7, trabajamos para potenciar el carácter educativo en la primera infancia y garantizar una formación suficiente de educadores. En 2013, 1.099 docentes han sido formados en Paraguay, Uruguay, Colombia, Chile y Panamá.

- El proyecto «[Acción Magistral](#)», una iniciativa puesta en marcha en 2012 por la FAD, UNESCO y BBVA, para

apoyar el trabajo diario del profesorado de Infantil, Primaria y Secundaria que desarrolle o quiera desarrollar en el aula proyectos educativos de promoción de valores sociales. Nace con los siguientes objetivos:

◊ Cohesionar y crear una comunidad activa de profesores comprometidos y motivados que trabajan en valores sociales dentro del aula y que, de esta manera, tienen una influencia directa en su comunidad. Actores del cambio educativo.

◊ Potenciar y apoyar a esta comunidad de docentes innovadores, que diseñan y realizan proyectos de educación en valores, en su más amplio sentido. Ayudarles a ser más visibles y formarles en competencias básicas para poder convertirse en actores del cambio educativo.

◊ Extender y ampliar de manera paulatina la comunidad y el número de profesores que trabajan los valores sociales en su comunidad.

Existen miles de profesores españoles comprometidos con la educación, con el día a día de los centros escolares, y las ocho ediciones del Premio a la Acción Magistral son una constatación de ello. Comprometidos con sus alumnos, con las familias de éstos y con la idea de forjar ciudadanos solventes y preparados para la vida, no sólo desde el punto de vista académico, sino también desde el punto de vista personal. En definitiva, trabajando desde las aulas por un futuro mejor. Un futuro mejor para todos.

«Acción Magistral» nace con el espíritu de compromiso con todos ellos, como herramienta de apoyo y foro en

el que compartir sus experiencias. Ofrece a los docentes formación en diferentes ámbitos tanto online como presencial, recursos didácticos para utilizar en el aula o espacios de relación y debate, entre otras cosas. El objetivo principal es crear y cohesionar una comunidad activa de profesores comprometidos y motivados que trabajan en valores sociales dentro del aula y que, de esta manera, tienen una influencia directa en su entorno. Más de 1.700 docentes participan en el proyecto utilizando la plataforma. En 2013, 445 docentes han sido formados a través de los más de 30 cursos ofertados.

La educación es también una de las líneas de actuación prioritarias de Garanti Bank en Turquía. Entre sus principales proyectos destaca la Fundación «[Teacher Academy](#)», creada en 2008. El objetivo de la Fundación es contribuir a la implementación de un modelo educativo basado en el pensamiento crítico y analítico y en la investigación. A través de su principal proyecto, «*No Limits in Teaching*», más de 85.000 profesores han participado en actividades formativas a cierre de 2013. Garanti ha invertido un total de 15 millones de liras turcas al proyecto desde su lanzamiento (aproximadamente 5 millones de euros).

Principales indicadores del programa Niños Adelante

	Inversión (€)			Número de becas		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011
Argentina	1.116.839	899.174	857.870	1.333	1.232	1.202
Chile	595.683	764.240	877.252	4.614	4.686	5.146
Colombia	972.032	1.275.241	946.241	9.380	10.085	10.334
México	11.290.273	10.575.585	8.051.253	16.815	15.800	15.000
Paraguay	123.449	202.859	179.451	7.253	3.581	3.455
Perú	88.521	413.990	333.574	48.249	22.883	20.229
Uruguay	126.549	60.962	42.022	120	120	120
Venezuela	2.108.266	1.594.399	1.719.734	4.500	4.500	4.500
TOTAL	16.421.612	15.786.450	13.007.396	92.264	62.887	59.986

	Beneficiarios indirectos			Número de voluntarios		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011
Argentina	5.599	5.174	6.010	0	n.a.	n.a.
Chile	17.533	17.807	7.719	171	169	275
Colombia	40.334	41.349	45.427	0	n.a.	n.a.
México	70.623	67.940	75.000	790	796	700
Paraguay	32.639	17.547	13.820	65	15	125
Perú	236.420	102.974	211.896	87	81	86
Uruguay	540	480	360	44	20	2
Venezuela	18.450	20.250	22.500	142	74	n.a.
TOTAL	422.137	273.521	382.732	1.299	1.155	1.188

	Número de aliados		
	2013	2012	2011
Argentina	23	21	16
Chile	2	2	2
Colombia	187	n.a.	30
México	7	3	18
Paraguay	1	1	1
Perú	22	21	22
Uruguay	3	2	7
Venezuela	2	2	2
TOTAL	247	52	98

n.a. = no aplica

Alcance: Grupo BBVA

Principales indicadores de Valores de Futuro

	2013	2012	2011
España			
Nº participantes (alumnos)	925.652	780.451	583.436
Nº centros escolares	4.278	3.825	3.097
Nº voluntarios	349	331	243
Portugal			
Nº participantes (alumnos)	119.083	126.944	107.279
Nº centros escolares	969	849	843
Nº voluntarios	20	20	20
México			
Nº participantes (alumnos)	997	n.a.	n.a.
Nº centros escolares	250	n.a.	n.a.
Nº voluntarios	75	n.a.	n.a.
TOTAL PARTICIPANTES	1.045.732	907.395	690.715
TOTAL CENTROS ESCOLARES	5.497	4.674	3.940
TOTAL VOLUNTARIOS	444	351	263

n.a. = no aplica

Alcance: Grupo BBVA

Principales indicadores del programa Jóvenes Emprendedores Sociales

	Número de participantes		
	2013	2012	2011
Argentina	n.a.	2	7
Chile	50	25	12
Colombia	29.380	11.582	53
España y Portugal	58	5	3
Perú	n.a.	8	12
Paraguay	71	54	31
Uruguay	n.a.	24	32
Venezuela	1.239	376	7
México	2	3	102
TOTAL	30.800	12.079	259

n.a. = no aplica

Alcance: Grupo BBVA



Productos de alto impacto social

8 PRODUCTOS DE ALTO IMPACTO SOCIAL

Una de las prioridades estratégicas del Negocio Responsable es el crecimiento inclusivo, con tres objetivos sociales

- Impulsar una banca para todos, a través de soluciones para el segmento de inclusión financiera y de la actividad de la [Fundación Microfinanzas BBVA](#).

- Apoyar el crecimiento de las pymes y su impacto social.

- Apoyar a públicos con necesidades especiales.

Avances en 2013:

- 27.722 corresponsales bancarios en América Latina, que han realizado más de 77 millones de transacciones.

- 861 millones de euros de microcréditos concedidos a 1.493.709 clientes, que benefician en conjunto a seis millones de personas en América Latina.

- 3.658 pymes apoyadas para la creación de 3.397 empleos con el programa «Yo soy empleo» en España.

- 133 familias en situaciones de necesidades especiales beneficiadas por el Plan de Integración Laboral en colaboración con la Fundación Adecco.

8.1 Inclusión financiera

8.1.1 Iniciativas del segmento de inclusión financiera

Hay evidencias de que una mayor inclusión financiera

impacta favorablemente en el bienestar y el crecimiento económico de los países.

En BBVA hemos comprendido que es necesario desarrollar una estrategia de inclusión financiera para atender adecuadamente a la población de rentas bajas de los nueve países emergentes en los que operamos. Para ello, tratamos de facilitar su acceso a los servicios financieros a través de soluciones alternativas a la sucursal y autoservicios. Dichas soluciones se articulan a través de dos canales alternativos a las sucursales bancarias: la banca móvil y los corresponsales bancarios.

El objetivo es colocar a BBVA en una posición de liderazgo a nivel internacional en desarrollo de negocio en inclusión financiera.

En México estamos impulsando un programa para posibilitar el crédito de vivienda a personas con ingresos no demostrables y hemos colaborado con la Comisión Nacional Bancaria y de Valores en la regulación de la banca electrónica, que permitirá disminuir los costes de contratación de clientes y mejorar para éstos la usabilidad del [site bancomer.com](#) y [Bancomer móvil](#).

En Perú también se ha mantenido una intensa interacción con el regulador y los medios de comunicación para el posicionamiento de BBVA Continental en inclusión financiera y para la futura autorización de productos relacionados con el segmento.

Dentro de BBVA Research, el servicio de estudios de BBVA, en 2013 se ha creado la Unidad de Inclusión Financiera, responsable del análisis económico de los factores que limitan o potencian el acceso de personas y empresas al sistema financiero.

Banca Móvil

Entre las iniciativas de este canal, cabe destacar las siguientes:

- El proyecto «Celularízate», herramienta de bancarización diseñada para mejorar la inclusión financiera de pequeños establecimientos comerciales. A través de una aplicación en el móvil, ofrecemos a nuestros clientes nuevas formas de pago y habilitamos para realizar pagos electrónicos a sus proveedores y vender productos financieros y no financieros. Esta herramienta se encuentra en fase de implantación en México.
- La «Cuenta Express» de BBVA Bancomer, que permite convertir el móvil en una cuenta bancaria de contratación inmediata, sin papeleo, de fácil uso, bajo coste y muy segura. El identificador de la cuenta se vincula al número del móvil y se otorga al titular una tarjeta de débito para compras en comercios y uso en cajeros automáticos. Este producto ha alcanzado un total de 1,8 millones de clientes en México. En Perú, se está realizando el *business case* de la «Cuenta Express» para desarrollar un producto para este segmento.
- Desde julio, los titulares de la «Cuenta Express» pueden usar Bancomer SMS, una herramienta accesible para toda la gama de teléfonos que permite consultar el saldo, recargar saldo o enviar dinero a otra cuenta Bancomer mediante mensajes de texto.
- En Colombia, «BBVA Móvil» ha desarrollado una aplicación que permite realizar desde el móvil operaciones como consulta de saldo, transferencias y traspasos, pago de facturas, recargas de saldo a móviles y

retiros de efectivo sin tarjeta. Esta aplicación se encuentra en fase de piloto. En Venezuela, el servicio de banca móvil de BBVA Provincial, Provinet Móvil, ha crecido en 295.000 clientes, con 5 millones de transacciones promedio mes, lo que supone un incremento del 136% y del 157% respectivamente respecto del año anterior.

- BBVA Compass incorporó importantes mejoras en su banca móvil, como la captura remota de depósitos con teléfono móvil *Mobile Remote Deposit Capture*, perfeccionamiento de las funcionalidades de pago de recibos y pagos de persona a persona, y un nuevo sistema de alertas para cuentas y pagos mediante tarjeta de crédito *Fast Pay*. Estas mejoras le han valido a BBVA Compass el premio *Best in Mobile Functionality Award* de Javelin Strategy & Research en Estados Unidos.

Corresponsales bancarios

Los corresponsales bancarios surgen con el objetivo de ampliar el número de puntos de atención a clientes, especialmente en lugares donde no llegan las sucursales bancarias, prestando servicios financieros básicos a través de entidades como tiendas, supermercados, droguerías, entre otros, incluyendo en algunos países operadores de telefonía móvil.

En 2013, los corresponsales bancarios de BBVA en América Latina alcanzaron la cifra de 27.722, a través de los cuales se han realizado más de 77 millones de transacciones.

En México, la red de corresponsales bancarios ha seguido creciendo con un especial interés en diversificar las alianzas e incrementar su rentabilidad. El segmento de

inclusión financiera ya realiza más de 64 millones de transacciones anuales en los corresponsales bancarios de este país. Esto supone un incremento del 13% respecto a 2012 y demuestra la confianza en este canal y la conveniencia de la localización de más de 20.000 establecimientos comerciales.

En Colombia se han realizado nuevas alianzas con empresas que ofrecen una amplia red de corresponsales, lo que ha permitido fortalecer nuestra presencia geográfica con 1.218 puntos a nivel nacional, especialmente en zonas sin cobertura del sistema financiero. Y en Perú se han realizado desarrollos para triplicar el número de corresponsales bancarios en 2015 a través de administradores de corresponsales.

Remesas

Las remesas de dinero constituyen una eficaz palanca para la bancarización y acceso al crédito de las familias receptoras.

A través de «Bancomer *Transfer Services*» (BTS) se transfieren en torno al 30% de todas las remesas enviadas de Estados Unidos a México en 2013. El dinero se puede retirar en diferentes establecimientos como Elektra, tiendas Coppel, farmacias, supermercados, etc. Este servicio ha realizado 13.242.000 operaciones en 2013.

8.1.2 Fundación Microfinanzas BBVA

En el marco de nuestro compromiso con la inclusión financiera, en el 2007 se creó la Fundación [Microfinanzas BBVA](#) (*), con el objetivo de promover el desarrollo económico y social sostenible e inclusivo de las personas

más desfavorecidas de la sociedad, a través de las finanzas productivas (la provisión de productos y servicios financieros y acompañamiento en el desarrollo de actividades productivas).

A cierre del 2013, la Fundación Microfinanzas BBVA atiende a casi 1.500.000 clientes en América Latina, lo que supone impactar directamente en la vida de más de 6 millones de personas, cuenta con más de 7.000 empleados, y una red de 481 oficinas en los siete países de la región en los que está presente.

Desde su constitución, la Fundación ha entregado créditos por valor de 4.416 millones de euros, en términos acumulados, a sus clientes, cuyo 59% son mujeres y aproximadamente la mitad perciben ingresos menores a 9 dólares al día. Clientes que, además del autoempleo, han dado empleo a personas en sus emprendimientos, generando riqueza en su comunidad. Los avances más destacados de la actividad de la Fundación Microfinanzas BBVA en 2013 fueron los siguientes:

- Consolidación y ampliación de su grupo de entidades microfinancieras en la región, con la fusión de sus dos entidades en Perú, Caja Nuestra Gente y Financiera Confianza, y la creación de la nueva entidad resultante

*: La Fundación Microfinanzas BBVA nace de la Responsabilidad Corporativa del Grupo BBVA, pero como entidad sin ánimo de lucro, es independiente del mismo, tanto en su gobierno como en su gestión. Por ello, es intención del Grupo BBVA reflejar en su Informe Anual la circunstancia de que la Fundación Microfinanzas BBVA no forma parte del grupo financiero BBVA. Como consecuencia de lo anterior, el Grupo BBVA ni gestiona ni responde la actividad desarrollada por la fundación o por las entidades financieras que la fundación adquiera para el cumplimiento de sus fines.

Datos globales básicos de la Fundación Microfinanzas BBVA

	2013	2012	2011
Número de clientes	1.493.709	1.293.514	948.508
Impacto social (millones de personas) ⁽¹⁾	6	5,2	3,7
Número de empleados	7.069	6.829	4.963
Número de oficinas	481	476	359
Volumen de la cartera crediticia (millones de €) ⁽²⁾	861	887	n.d.
Importe medio por microcrédito (€) ⁽³⁾	994	1.027	n.d.
Número de países con presencia	7	7	6

(1) Calculado multiplicando el número de clientes por el ratio medio de unidad familiar.

(2) Compuesto por cartera vigente, cartera en mora e intereses. Se ha recalculado el valor de 2012 siguiendo el nuevo criterio.

(3) Ponderado por número acumulado de operaciones. Se ha recalculado el valor de 2012 siguiendo este nuevo criterio.

Alcance: Grupo BBVA

Financiera Confianza. Una entidad que se ha posicionado como uno de los actores principales del mercado microfinanciero peruano por número de clientes, con liderazgo y foco en el desarrollo de las personas de menores ingresos y con el objetivo de liderar las finanzas rurales inclusivas en el país.

- Con esta nueva entidad, la Fundación cuenta con ocho instituciones microfinancieras en la región: [el Banco de las Microfinanzas-Bancamía](#) en Colombia; [Financiera Confianza](#), en Perú; [Banco Adopem](#), en República Dominicana, [Emprende Microfinanzas](#) y [Fondo Esperanza](#) en Chile; [Contigo Microfinanzas](#) en Argentina; [Microserfin](#) en Panamá; y la [Corporación para las Microfinanzas](#) en Puerto Rico.

- Este grupo de entidades especializadas en finanzas productivas ha situado a la Fundación Microfinanzas BBVA como el primer operador en número de clientes

con metodología individual y por cartera en Centro y Sudamérica. En cuanto a la expansión de su actividad, la Fundación continúa trabajando para consolidar su posición en la región, profundizando en los mercados más necesitados.

- Publicación de su primer Informe de Desempeño Social 2012, para conocer de manera detallada el impacto de su actividad en la vida de sus clientes. El informe, disponible en versión digital, permite conocer el perfil de los clientes de la Fundación de manera agregada y por país, caracterizados en sus condiciones socio-económicas y segmentados por grupos homogéneos, con la valoración de su desarrollo y progreso económico-social.

- Iniciativas para impulsar y transformar altruistamente el desarrollo del sector microfinanciero. En esta línea, continuó realizando sus «Talleres de Capacitación en Gobierno Corporativo» que han permitido la formación de

más de 300 miembros de Consejos de Administración y directivos de entidades microfinancieras, desde su puesta en marcha en 2011.

- En 2013, la Fundación realizó tres ediciones del taller en Perú, en colaboración con la Superintendencia Financiera de Perú, la Asociación de Instituciones de Microfinanzas (ASOMIF), y la Federación de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC), formando a 118 personas.

- En relación a su actividad institucional, la Fundación Microfinanzas BBVA continuó recibiendo reconocimientos a su actividad. Al premio «*Social Investment Pioneers*» de Naciones Unidas otorgado a la Fundación en 2012, se suman los reconocimientos a sus entidades microfinancieras, sus clientes, y a sus primeros niveles en 2013.

- Además, Microserfin recibió el «Premio APC a la satisfacción, actualización y al cumplimiento» otorgado por la Asociación Panameña de Crédito; Banco Adopem obtuvo el «Certificado de Transparencia 5 Diamantes» de *Microfinance Information Exchange*, por su alcance e impacto, datos financieros y calificación de riesgo; y la Corporación para las Microfinanzas fue distinguida con la «Certificación Federal como Institución Financiera de Desarrollo Comunitario CDFI» por el Gobierno de Estados Unidos.

- También los clientes de la Fundación fueron reconocidos con diversos galardones. En Panamá, José Alcides Pérez, cliente de Microserfin, obtuvo el «Premio Microempresa para el Desarrollo PREMIC 2013» de Fundación Citi y el Centro Nacional de Competitividad en la categoría industrial, por su pequeña empresa Químicos

Biodegradables. Los clientes de Banco Adopem en República Dominicana, Randy Ovalles Grullón, Amable Rafael Yanes González y Freddy Alberto Berroa Pérez, obtuvieron el «Premio Microempresarial Citi 2013» en la categoría de Microempresa Agropecuaria, Microempresa Joven Emprendedor y Microempresa, Protección y Mejoramiento del Medioambiente, respectivamente.

- Asimismo, la cliente de Contigo Microfinanzas, Laura Marcela Mercado, ha sido galardonada con el «Premio al Microemprendedor 2013» otorgado por Citi, Fundación Avina y La Nación en Argentina, por su empresa de cosmética natural.

- Distinciones realizadas al primer nivel directivo de las entidades microfinancieras de la Fundación. Así, destaca por ejemplo en 2013, el reconocimiento a la Presidenta Ejecutiva de Bancamía en Colombia, María Mercedes Gómez Restrepo, como «Uno de los líderes empresariales más importantes de Colombia» por la revista La Nota Económica (por segundo año consecutivo), y entre «Los 30 líderes más importantes de Colombia» por la revista Semana. Por su parte, la Presidenta Ejecutiva de Banco Adopem en República Dominicana, Mercedes Canalda, fue distinguida entre «Las 100 empresarias más importantes de América Latina en 2013» por Latinex.

*: La Fundación Microfinanzas BBVA nace de la Responsabilidad Corporativa del Grupo BBVA, pero como entidad sin ánimo de lucro, es independiente del mismo, tanto en su gobierno como en su gestión. Por ello, es intención del Grupo BBVA reflejar en su Informe Anual la circunstancia de que la Fundación Microfinanzas BBVA no forma parte del grupo financiero BBVA. Como consecuencia de lo anterior, el Grupo BBVA ni gestiona ni responde la actividad desarrollada por la fundación o por las entidades financieras que la fundación adquiere para el cumplimiento de sus fines.

Datos por entidad microfinanciera

	2013		
	Clientes	Empleados	Oficinas
Bancamía (Colombia)	604.603	2.934	181
Financiera Confianza (Perú) (1)	506.595	2.381	164
Emprende Microfinanzas (Chile)	15.324	166	28
Fondo Esperanza (Chile)	80.275	436	46
Corp. para las Microfinanzas (P. Rico)	597	19	1
Contigo Microfinanzas (Argentina)	1.417	17	1
Microserfin (Panamá)	12.849	170	8
ADOPEM (Rep. Dominicana)	272.049	946	52
TOTAL	1.493.709	7.069	481

	2012		
	Clientes	Empleados	Oficinas
Bancamía (Colombia)	502.980	2.740	171
Financiera Confianza (Perú) (1)	456.480	2.522	179
Emprende Microfinanzas (Chile)	13.067	157	27
Fondo Esperanza (Chile)	66.474	372	37
Corp. para las Microfinanzas (P. Rico)	1.009	26	1
Contigo Microfinanzas (Argentina)	2.158	48	5
Microserfin (Panamá)	11.022	154	8
ADOPEM (Rep. Dominicana)	240.324	810	48
TOTAL	1.293.514	6.829	476

	2011		
	Clientes	Empleados	Oficinas
Bancamía (Colombia)	453.315	2.083	140
Financiera Confianza (Perú) (1)	421.546	2.309	150
Emprende Microfinanzas (Chile)	10.345	137	27
Fondo Esperanza (Chile)	51.584	278	31
Corp. para las Microfinanzas (P. Rico)	719	11	1
Contigo Microfinanzas (Argentina)	1.175	25	3
Microserfin (Panamá)	9.824	120	7
ADOPEM (Rep. Dominicana)	n.a.	n.a.	n.a.
TOTAL	948.508	4.963	359

(1) En 2013 se han fusionado Caja Nuestra Gente y Financiera Confianza en Perú, por lo que los valores reportados en 2012 y 2013 para Financiera Confianza Perú es el consolidado de ambas entidades.

Datos de la cartera crediticia por entidad microfinanciera

	2013		
	Importe Medio Préstamo (€) (1)	Tasa de Mora (%)	Volumen de la Cartera Crediticia (miles €)
Bancamía (Colombia)	1.142	5,5	388.101
Financiera Confianza (Perú) (2)	1.575	2,8	357.054
Emprende Microfinanzas (Chile)	744	7,8	10.810
Fondo Esperanza (Chile)	462	0,7	29.927
Corp. para las Microfinanzas (P. Rico)	1.802	24,0	700
Contigo Microfinanzas (Argentina)	878	18,7	900
Microserfin (Panamá)	800	4,0	12.223
ADOPEM (Rep. Dominicana)	406	2,4	61.425

	2012		
	Importe Medio Préstamo (€) (1)	Tasa de Mora (%)	Volumen de la Cartera Crediticia (miles €)
Bancamía (Colombia)	1.123	4,4	406.598
Financiera Confianza (Perú) (2)	1.566	2,4	374.185
Emprende Microfinanzas (Chile)	776	7,9	10.899
Fondo Esperanza (Chile)	453	0,6	24.402
Corp. para las Microfinanzas (P. Rico)	1.558	20,9	1.268
Contigo Microfinanzas (Argentina)	1.009	3,6	1.857
Microserfin (Panamá)	814	3,2	10.932
ADOPEM (Rep. Dominicana)	414	2,4	56.787

	2011		
	Importe Medio Préstamo (€) (1)	Tasa de Mora (%)	Volumen de la Cartera Crediticia (miles €)
Bancamía (Colombia)	891	2,8	347.615
Financiera Confianza (Perú) (2)	1.551	3,4	352.526
Emprende Microfinanzas (Chile)	855	7,5	8.842
Fondo Esperanza (Chile)	302	0,5	15.584
Corp. para las Microfinanzas (P. Rico)	1.724	17,4	1.240
Contigo Microfinanzas (Argentina)	741	7,3	870
Microserfin (Panamá)	1.077	3,9	10.584
ADOPEM (Rep. Dominicana)	n.a.	n.a.	n.a.

Nota : n.a.= no aplica. La entidad microfinanciera no era parte de la Fundación.

(1) Para el cálculo del importe medio, se toma a partir de 2013, el promedio colocado de los meses transcurridos en el año en curso, dividido entre el número de operaciones acumuladas del mismo período.

(2) En 2013 se han fusionado Caja Nuestra Gente y Financiera Confianza en Perú, por lo que los valores reportados en 2012 y 2013 para Financiera Confianza Perú es el consolidado de ambas entidades.

Datos de clientes desde la perspectiva de género

	2013	
	Nº Clientes Mujeres	% Mujeres s/ Total Clientes (1)
Bancamía (Colombia)	347.956	57,6
Financiera Confianza (Perú) (2)	250.685	49,5
Emprende Microfinanzas (Chile)	9.675	63,1
Fondo Esperanza (Chile)	68.397	85,2
Corp. para las Microfinanzas (P. Rico)	277	46,4
Contigo Microfinanzas (Argentina)	834	58,9
Microserfin (Panamá)	6.032	46,9
ADOPEM (Rep. Dominicana)	193.185	71,0
TOTAL	877.041	58,7

	2012		2011	
	Nº Clientes Mujeres	% Mujeres s/ Total Clientes (1)	Nº Clientes Mujeres	% Mujeres s/ Total Clientes (1)
Bancamía (Colombia)	295.002	58,7	271.989	60,0
Financiera Confianza (Perú) (2)	235.478	51,6	236.549	56,1
Emprende Microfinanzas (Chile)	7.690	58,9	4.764	46,1
Fondo Esperanza (Chile)	57.167	86,0	46.426	90,0
Corp. para las Microfinanzas (P. Rico)	519	51,4	382	53,1
Contigo Microfinanzas (Argentina)	1.267	58,7	705	60,0
Microserfin (Panamá)	5.305	48,1	4.824	49,1
ADOPEM (Rep. Dominicana)	175.437	73,0	n.a.	n.a.
TOTAL	777.865	60,1	565.638	59,6

Nota : n.a.= no aplica. La entidad microfinanciera no era parte de la Fundación.

(1) Para el porcentaje de mujeres, pasa a informarse tanto las de activo como las de pasivo (en términos netos).

(2) En 2013 se han fusionado Caja Nuestra Gente y Financiera Confianza en Perú, por lo que los valores reportados en 2012 y 2013 para Financiera Confianza Perú es el consolidado de ambas entidades.

8.2 Apoyo a PYMES

8.2.1 Emprendimiento

Los emprendedores son una pieza clave para el intercambio de conocimientos que buscamos en BBVA. Este intercambio nos permite, por un lado, estar cerca de las nuevas ideas y apoyar a los emprendedores para impulsar su crecimiento y, por otro, conocerlos para así ofrecerles productos y servicios adaptados a sus necesidades.

Por este motivo apoyamos a emprendedores con distintas iniciativas que fomentan el *networking* y les dan visibilidad, con herramientas y formación para su crecimiento y a través de concursos como [Open Talent](#) que apoyan los proyectos más innovadores.

En el ámbito de nuevos mercados y herramientas, destacan las iniciativas desarrolladas en México. Así, BBVA Bancomer:

- Participa en el programa de apoyo a emprendedores de la Secretaría de Economía, otorgando financiación y creando una oferta comercial especializada y con condiciones especiales para ellos, y
- Utiliza un modelo psicométrico como herramienta de riesgos llamado [Entrepreneurial Finance Lab](#) que analiza las habilidades éticas, de negocio, inteligencia y perfil psicológico del emprendedor para determinar su capacidad y voluntad de pago. Ello permite dar crédito a emprendedores que de otra forma no accederían al mismo por no cumplir con los criterios de riesgos tradicionales.

- Realiza charlas universitarias sobre “Emprender desde la Universidad” para potenciar el espíritu emprendedor en jóvenes y profesionalizar emprendimientos.

A través de las redes sociales, apoyamos a los emprendedores, con contenido especializado e información de actualidad, proporcionando espacios de consulta y networking, creando una comunidad activa que interactúa todos los días con nosotros en busca de información de utilidad.

En México existe [yosoypyme.net](#) que ya cuenta con más de 100.000 visitas mensuales, 125.000 fans en Facebook, y casi 50.000 seguidores en Twitter.

En España, [bbvacontuempresa.es](#) ofrece herramientas y simuladores, información legal, de marketing, recursos humanos, etc., un servicio de consultas a expertos y formación on-line, entre otras funcionalidades.

En lo referente a formación para emprendedores, destacan:

- En México, los [Centros Educativos y Productivos BBVA Bancomer – Incubadora Social](#) de la Fundación BBVA Bancomer en colaboración con el Tec de Monterrey, ofrecen a los microempresarios capacitación en habilidades para impulsar el crecimiento y consolidación de sus negocios. Esta oferta educativa ha beneficiado en 2013 a más de 12.000 personas y se han generado desde el inicio 1.618 empresas. El 90% de los cursos que se imparten son a través de becas.
- En Venezuela, se ha desarrollado la [Cátedra de Emprendimiento](#) Fundación BBVA Provincial en

colaboración con la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), con el objetivo de estimular y fomentar el emprendimiento y la cultura de innovación en las personas. En 2013 se han beneficiado 877 participantes, distribuidos en 48 cursos.

- En Turquía, Garanti abrió en 2012 el programa School Executive Women Entrepreneur en colaboración con la Universidad del Bósforo. Las mujeres empresarias de diferentes ciudades reciben 100 horas de formación en temas como innovación o gestión sostenible de la empresa. Cerca de 500 mujeres han completado el programa y se han establecido mecanismos de seguimiento para medir el impacto de esta formación en sus empresas. Además, se han seguido realizando los [encuentros con mujeres emprendedoras](#) en los que en 2013 han participado alrededor de 1.000 mujeres.

Además, en BBVA apoyamos otras iniciativas y concursos para impulsar el emprendimiento productivo y social, que promueva el crecimiento económico y el desarrollo social de las comunidades donde operamos. Destacan:

- El apoyo a la conferencia sobre tecnologías emergentes, [Emtech 2013](#), organizada por el MIT (*Massachusetts Institute of Technology*).

- La participación de BBVA Bancomer en el programa «[E&Y Entrepreneur of the Year](#)», para crear una categoría que reconoce a empresas pymes,

- El concurso «[Actívate y Emprende](#)» de BBVA Provincial dirigido a jóvenes, coordinado por Ashoka Venezuela,

- La tercera edición del programa «Jóvenes Emprendedores Sociales» de BBVA en Chile.

- El [Premio Pyme Sostenible BBVA – El Espectador](#) en Colombia.

- El programa «[Yo Soy Empleo](#)» en España.

Además, BBVA apoya el emprendimiento social a través de los programas «[Momentum Project](#)» y «Jóvenes Emprendedores Sociales».

Para Garanti, el apoyo a la mujer emprendedora, es una palanca eficaz para promover el desarrollo social y económico de Turquía. Además de la ampliación de fondos para ellas, Garanti también apoya a las mujeres empresarias premiando casos de éxito a través de la «[Women Entrepreneurs Competition](#)», que en 2013 ha celebrado su séptima edición. Por primera vez se ha abierto la categoría de Mujer Emprendedora Social del Año.

Finalmente, en 2013 hemos creado «[BBVA Ventures](#)», un proyecto estratégico que tiene previsto invertir 100 millones de dólares en *startups* enfocadas a transformar la industria financiera. Mediante esta iniciativa, BBVA trabajará conjuntamente con emprendedores e inversores en capital riesgo con el fin de ampliar el conocimiento del banco sobre las nuevas tendencias e impulsar iniciativas innovadoras en banca y finanzas.

Desde la oficina de *Silicon Valley*, «[BBVA Ventures](#)» está estableciendo lazos con firmas en fase de lanzamiento, incubadoras y fondos de capital riesgo para identificar posibles oportunidades y ofrecer su visión acerca de las iniciativas más innovadoras de la industria financiera.

8.2.2 Yo Soy Empleo

	2013
Empresas beneficiadas por el programa	3.658
Personas contratadas	3.397
Contratados menores de 30 años (%)	38,3
Media de meses que los contratados llevaban en paro	13,2
Pagos realizados (€)	2.544.750
Pagos comprometidos (€)	5.296.500
Personas que han recibido la formación	1.414
Total de empleados de las empresas con ayuda económica	34.010

Alcance: Grupo BBVA

En España, tratamos de dar respuesta al mayor desafío que afronta para salir de la crisis: la generación de empleo. Para contribuir a ello, en febrero de 2013 lanzamos «Yo Soy Empleo», un programa que brinda apoyo integral a pymes y autónomos en su rol social clave a la hora de crear puestos de trabajo.

El objetivo es contribuir a la creación de 10.000 nuevos empleos, para lo cual se ofrecen tres tipos de ayudas, independientes y acumulables:

- Apoyo a la selección, realizado a través de Infoempleo: ponemos en contacto a empresas con capacidad de generar empleo con candidatos demandantes de empleo y un servicio gratuito de consultoría de selección. En 2013 se han realizado 158 procesos de selección y se han publicado más de 2.000 ofertas de empleo en el portal de «Yo Soy Empleo».

- Apoyo directo a la contratación, con el objetivo de promover la generación de empleo a través del apoyo económico a las empresas que contraten a personas desempleadas en España con ayudas de hasta 3.000 €. En 2013 hemos concedido 3.397 ayudas económicas que han supuesto el pago de 2.544.750 euros a 31 de diciembre y 5.296.500 euros comprometidos para su abono en 2014. 2.172 empresas han recibido ayudas económicas, que han generado 3.397 nuevos empleos, de los cuales un 74% han sido contratadas de forma indefinida.

- Formación para el crecimiento, presencial y gratuita, de 36 horas en tres fines de semana a través de cursos impartidos en diferentes ciudades españolas por escuelas de negocio de reconocido prestigio. En 2013 han recibido formación 1.414 personas.

Con «Yo Soy Empleo», BBVA se convirtió en la primera

entidad en adherirse a la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013/2016 del Ministerio de Empleo y Seguridad Social. A lo largo del año, más de 60 entidades públicas y privadas se han unido como [colaboradores](#) para la difusión del programa.

En septiembre se estrenó el programa de televisión «[Código Emprende](#)». En él, se plasma la vida de seis emprendedores que tienen que compaginar su vida personal con los retos y tareas semanales que les propone el programa, con la ayuda de un coach. Durante siete semanas vimos cómo vivieron esta experiencia, tras la cual, un jurado de expertos eligió a la ganadora de 100.000 euros: Elizabet Cuenca, de [OpenDomo Services](#).

Deloitte efectúa revisiones periódicas de los indicadores del programa.

Adicionalmente, hemos empezado a trabajar para aplicar a «Yo Soy Empleo» la metodología rsc2. Se trata de una herramienta desarrollada por *Mc Kinsey* e impulsada en España por Fundación SERES, que permite determinar el impacto de los proyectos de responsabilidad corporativa incorporando elementos de valoración desde un prisma tanto social como económico.

8.2.3 Otras iniciativas para Pymes

En el ámbito de los productos de alto impacto social, BBVA desarrolla otras iniciativas para apoyar el crecimiento de las pymes y su impacto en la sociedad.

En España ofrecemos a pymes y emprendedores [CreditPyme](#), una herramienta que les permite autoevaluar su capacidad de financiación con sólo completar desde

cualquier dispositivo un sencillo formulario sobre datos básicos de la empresa. La calificación obtenida ayuda a la pyme a descubrir sus puntos fuertes y débiles y qué aspectos debe mejorar para aumentar su capacidad de financiación, así como comparar su situación con la media del sector.

En 2013 en BBVA contratamos 24.257 operaciones con financiación ICO, por un importe de 1.743,3 MM€, lo que supone un incremento del 21% en el importe respecto al año anterior, que contratamos 21.673 operaciones por un importe de 1.437,9 MM€. Nuestra cuota en el conjunto de entidades financieras se mantiene en torno al 13%.

En Estados Unidos, BBVA Compass ha identificado una gran oportunidad en las microempresas, un segmento que está adoptando rápidamente la tecnología. Para ayudarles a gestionar sus necesidades durante los desplazamientos, hemos introducido un paquete de movilidad, el «[Mobility Bundle](#)», que incluye banca *online* con pago de recibos, banca móvil, depósito remoto por teléfono móvil y, para comerciantes, pagos con tarjeta de crédito a través de un dispositivo que se conecta a su *smartphone* o *tablet*. La apertura de cuentas corrientes aumentó un 40% durante el lanzamiento en verano de 2013.

En México, BBVA Bancomer ha firmado a una [alianza estratégica](#) con FedEx, Microsoft y el Instituto Tecnológico de Monterrey para ofrecer a las pymes del país la primera oferta integrada con servicios financieros, asesoría en operaciones y logística, fomento del uso de tecnología de la información y capacitación del personal.

En Perú, el 99% de las empresas que operan en el país pertenecen al segmento de micro y mediana empresa

y representan entre el 40 y 45% del PIB. Sin embargo, su contribución a la economía nacional no sólo se limita al aporte del producto interno bruto, sino que se han convertido en una de las fuentes más importantes de generación de empleo. Por ello, BBVA Continental ha puesto a disposición de los emprendedores peruanos una serie de herramientas en la web «[No Soy Pyme, Soy Empresario](#)» que contribuirán al crecimiento de sus negocios, así como alternativas de información y formación. Promover y apoyar el trabajo de los emprendedores es una de las prioridades del BBVA Continental, que este año ha puesto en marcha su [nueva Banca de Negocios](#).

8.3 Apoyo a particulares con necesidades especiales

BBVA asume el compromiso de encontrar soluciones adecuadas para los públicos con necesidades especiales en situaciones sensibles, como puede ser la actual en España por la crisis económica y financiera, y la que tienen colectivos vulnerables en diferentes países de América.

Plan integral de ayuda a familias en dificultades

En España, BBVA ha estado trabajando en un plan integral para aportar soluciones a familias en dificultades desde el inicio de la crisis. Este plan se inició con los procesos de refinanciación de créditos hipotecarios impulsados que, a finales de 2013, han beneficiado a 62.580 clientes, adaptándonos a su capacidad de pago.

En 2013 continuamos dando soluciones a familias que hayan tenido que abandonar su vivienda tras un proceso judicial por dificultades en la atención de sus préstamos

hipotecarios con el banco y se encuentren en situación de especial vulnerabilidad:

- Aportación de 899 viviendas al Fondo Social de Viviendas (FSV) para facilitar una vivienda en régimen de alquiler social a clientes. El precio del alquiler de las viviendas oscila entre 150 y 400 euros mensuales.
- Integración laboral en colaboración con la Fundación Adecco, a través de formación para el empleo con una ayuda económica de hasta 400 euros al mes durante dos años, en función de la tipología del cliente, que ha beneficiado a 133 familias y al que se han destinado 3,1 millones de euros.
- Acuerdo para la cesión de viviendas, inicialmente 50, a Cáritas Diocesana de Barcelona, que proporciona atención integral encaminada a la plena inserción social de personas en riesgo de exclusión. La adjudicación de las viviendas se hace de acuerdo a los criterios que Cáritas aplica en su programa de alquiler social.

Mejora Mutualista

En México, hemos desarrollado un modelo de rescate integral (social, físico y financiero) de promociones de viviendas financiadas por BBVA Bancomer con actuaciones en 1.242 viviendas de la localidad de Tijuana. Estas viviendas, en pocos años, habían sufrido un fuerte deterioro físico y degradación del entorno por problemas de inseguridad y vandalismo, y los créditos de sus propietarios presentaban altos niveles de cartera vencida. BBVA Bancomer invierte en reformas de las viviendas y gestiona con las autoridades locales mejoras a la comunidad en servicios públicos, bajo la premisa de

que los propietarios se encuentren al corriente de pago, no sólo de su hipoteca sino también de sus recibos de agua, impuesto de contribución urbana y cuota de mantenimiento de la comunidad. La finalización del proyecto está prevista en 2014.

Los avances en 2013 han sido:

- Rescate social: formación a 24 comités vecinales y organización de concursos en cada comunidad.
- Rescate financiero: reestructuración de 289 créditos de 448 clientes, lo que redujo el índice de cartera vencida del 50% en 2012 al 42% en 2013; se ha duplicado la venta de las viviendas y se observa una recuperación en su valor de venta
- Rescate físico: inversiones en alumbrado para 860 viviendas, 44 contenedores ecológicos para reciclado, tapiado de 103 viviendas como protección, etc. con un importante apoyo por parte de las autoridades municipales.

BBVA Suma

En 2012 lanzamos el portal de *crowdfunding* [BBVA Suma](#), que pone a disposición de ONGs y otras entidades sin ánimos de lucro una pasarela de donaciones sin coste alguno para ellas. La persona que realiza la donación puede consultar en todo momento el estado de las causas y emergencias vigentes y cuánto llevan recaudado, así como hacerse socio de las ONGs o revisar sus informes de rendición de cuentas.

Desde su lanzamiento, se han creado 80 causas solidarias

y 12 de respuesta humanitaria que han recaudado un total de 502.696 euros. En 2013 se abrió una página especial para el [tifón en Filipinas](#) a través de la cual se han recaudado más de 12.884 euros.

Crédito hipotecario flexible

En 2013 BBVA Continental en Perú lanzó el producto «Crédito Flexible», que permite al titular modificar la fecha de pago de la cuota y suspender una mensualidad al año de su hipoteca.

8.4 Inversión responsable

En materia de inversión responsable, BBVA impulsa iniciativas que generan especial impacto en la sociedad a través de tres palancas principalmente: la apuesta por la inversión socialmente responsable, la gestión de fondos solidarios y la gestión del 100% del plan de pensiones de los empleados del Grupo con criterios de inversión socialmente responsable.

Los fondos gestionados con criterios de inversión socialmente responsable en 2013 ascienden a 3.617,63 millones de euros y suponen un 5,1% del total de los gestionados por BBVA a la fecha.

	2013	2012	2011
Fondos criterios ISR respecto al total de fondos gestionados (%) ⁽¹⁾	5,1	2,6	2,4
Volumen de fondos con criterio ISR (millones €)	2.978	2.725	2.607
Participes en fondos ISR	51.355	47.840	48.140
Activos de renta variable bajo gestión ISR (%)	22	26	14

(1) Disminuyen los activos totales gestionados por la venta del negocio de pensiones en América Latina durante 2013.

Alcance: Grupo BBVA

Inversión Socialmente Responsable

BBVA adquirió en 2008 el compromiso de integrar aspectos ASG (ambientales, sociales, éticos y de gobierno corporativo), adhiriéndose a los [Principios de Inversión Responsable de Naciones Unidas](#) a través del propio plan de pensiones de empleados de BBVA así como una de las principales gestoras, GPP Previsión y Pensiones.

Además, BBVA presidió desde su creación en 2008 SpainSIF (foro español de Inversión Socialmente Responsable) y es actualmente miembro de su junta directiva. El objetivo de [SpainSIF](#), miembro a su vez de EuroSIF, es la de fomentar la integración de criterios ambientales, sociales, y de buen gobierno corporativo en las políticas de inversión en España. BBVA *Asset Management* (BBVA AM) centra su actuación en tres ejes:

En primer lugar, la integración de criterios ASG en el proceso de inversión en el ámbito de pensiones, tanto en renta variable como en deuda soberana.

En renta variable, dentro de cada sector económico se califica a las empresas como líderes, medias o rezagadas,

identificando los principales factores de riesgo ASG y de riesgo corporativo, tanto financiero como extra financiero, asignándoles un *rating* ASG.

Con ello conseguimos un doble objetivo: alinear los intereses individuales del inversor con los generales de la sociedad e invertir en compañías con menor riesgo de posibles conflictos, noticias negativas o demandas que puedan afectar a su evolución bursátil y por ende a la rentabilidad de la inversión.

Para este proceso utilizamos la herramienta externa de análisis ASG de MSCI, con cobertura de compañías europeas.

En 2013, con el fin de mejorar la transparencia en el *reporting*, hemos incorporado en los informes para las comisiones de control de los planes de empleo el *rating* ASG de los valores de renta variable en los que el fondo invierte, y hemos avanzado con la incorporación de aspectos sociales, medioambientales y de gobierno corporativo en la deuda soberana.

Para ello, hemos contratado el servicio de MSCI ESG Research con información de gestión y exposición a

8. Productos de alto impacto social

riesgos ASG que está siendo integrada en las carteras por el equipo de gestión de renta fija.

Cabe destacar que desde el 2011 también se introducen criterios ASG en los procesos de *due diligence* que los fondos de terceros deben superar para ser recomendados por BBVA AM.

El segundo de los ejes de actuación se centra en el ejercicio de los derechos políticos. En 2013 se ha ejercido el voto en todas las Juntas Generales de Accionistas de compañías cotizadas domiciliadas en España y también en compañías europeas. Para ello, utilizamos los servicios de un proveedor externo independiente, ISS.

El tercer eje es el diálogo con las empresas, a través de la participación activa en foros como Spainsif, del que BBVA es miembro de la Junta Directiva, para promover las mejores prácticas en la integración de aspectos ASG.

En cuanto a inversiones de impacto, BBVA cuenta con productos especiales para apoyar a las empresas sociales que han participado en Momentum Project. Tanto en España como en México, existen productos de alto impacto con condiciones de financiación muy ventajosas. En España se ha creado un vehículo de inversión, Momentum Social Investment, que financia con 3,6 millones de euros a 12 emprendedores sociales. Por su parte, México ha aprobado invertir 1,1 millones de euros en cinco empresas, a través de préstamos especiales diseñados específicamente para las empresas de Momentum Project México.

Fondos Solidarios

«BBVA Solidaridad» es un fondo de renta mixta que aporta el 0,55 % anual sobre el patrimonio gestionado del fondo a una serie de ONG's registradas en España, en el que el partícipe decide a cuál de ellas irá destinado su porcentaje.

«BBVA Bolsa Desarrollo Sostenible» es un fondo de renta variable que invierte fundamentalmente en acciones de compañías que sean consideradas como inversión sostenible, entendiendo como tal la inversión en aquellas empresas capaces de integrar en su estrategia y actividades operativas las oportunidades y riesgos medioambientales, sociales, éticos y de gobernabilidad con la perspectiva de crear valor a medio y largo plazo para el inversor. Adicionalmente el fondo realiza una donación anual a la FIMA (Fundación para la Investigación Médica Aplicada).

En México, «B+EDUCA» es un fondo de renta fija de responsabilidad social, que aporta el 25% de los rendimientos obtenidos por los clientes en el mes de manera directa al programa de becas de integración «Por los que se quedan».

En Perú, el fondo «BBVA leer es estar Adelante» es un fondo mutuo que apoya una causa social. El inversor dona un décimo del valor cuota (precio del fondo) al programa «Leer es estar adelante» de la Fundación de BBVA Continental, programa de mejora de la comprensión lectora de los estudiantes.

Fondo de Empleo de BBVA

El Fondo de empleo de BBVA, conforme a su política de inversión, ha seguido gestionando su patrimonio casi en su totalidad según criterios ISR (2.950 millones de euros a finales de 2013) y sigue comprometido con los Principios de Inversión Responsable de las Naciones Unidas (PRI) desde su adhesión en 2008.

En 2013 se ha elaborado un nuevo *rating de sostenibilidad del fondo de empleo de BBVA elaborado por Sustainalytics, con un doble objetivo*: hacer más transparente el proceso y ofrecer la garantía de la aplicación de los criterios ISR por parte de la gestora a la comisión de control del plan de pensiones de los empleados de BBVA.

Pensiones América Latina

En 2013 BBVA ha finalizado el proceso de desinversión en sus administradoras de fondos de pensiones de América Latina.

La revisión de alternativas estratégicas para nuestro negocio de pensiones obligatorias en la región, anunciada en mayo de 2012, ha supuesto la venta de la Afore México y las AFP Provida en Chile y Horizonte en Colombia y Perú.

BBVA mantiene intacto su compromiso con América Latina y su desarrollo, como lo evidencian los fuertes planes de inversión del Grupo para la región así como los elevados niveles de capitalización de sus franquicias.

Activos de Renta Variable bajo gestión de ISR

	2013		
	FI Renta Variable	Empleo/ Individual (1)	Total Renta Variable
Patrimonio renta variable bajo criterios ISR (millones €)	28,1	906,5	934,7
Patrimonio total renta variable (millones €)	1.964,5	2.246,7	4.211,2
Porcentaje (%)	1,4	40,4	22,2

	2012		
	FI Renta Variable	Empleo/ Individual (1)	Total Renta Variable
Patrimonio renta variable bajo criterios ISR (millones €)	24,3	824,1	848,4
Patrimonio total renta variable (millones €)	1.357,2	1.962,7	3.319,9
Porcentaje (%)	1,8	42,0	25,6

	2011		
	FI Renta Variable	Empleo/ Individual (1)	Total Renta Variable
Patrimonio renta variable bajo criterios ISR (millones €)	22,6	428,8	451,4
Patrimonio total renta variable (millones €)	1.267,0	1.854,2	3.121,2
Porcentaje (%)	1,8	23,1	14,5

(1) Para planes de empleo/individuales este año se considera patrimonio de RV bajo criterios ISR únicamente aquel cuyas decisiones de inversión se realizan bajo criterios ISR. El patrimonio total de RV en empleo/individual excluye los productos de ciclo de vida. Alcance: Grupo BBVA

Volumen y partícipes de fondos con criterio RC

	2013		2012	
	Volumen (millones €)	Partícipes	Volumen (millones €)	Partícipes
ISR				
BBVA Desarrollo Sostenible	28,1	5.443	24,3	5.842
Plan Empleo BBVA	2.950	45.912	2.701	41.998
Fondos Solidarios				
BBVA Solidaridad	10,2	356	10,1	322
B+EDUCA	588	28.202	679,7	27.349
Leer es Adelante (1)	41,3	257	28,4	306
TOTAL	3.618	80.170	3.443	75.817

	2011	
	Volumen (millones €)	Partícipes
ISR		
BBVA Desarrollo Sostenible	22,6	6.312
Plan Empleo BBVA	2.584	41.828
Fondos Solidarios		
BBVA Solidaridad	13,8	360
B+EDUCA	292,1	15.410
Leer es Adelante (1)	n.a.	n.a.
TOTAL	2.913	63.910

Nota : n.a.= no aplica. La entidad microfinanciera no era parte de la Fundación.

(1) Para el porcentaje de mujeres, pasa a informarse tanto las de activo como las de pasivo (en términos netos).

(2) En 2013 se han fusionado Caja Nuestra Gente y Financiera Confianza en Perú, por lo que los valores reportados en 2012 y 2013 para Financiera Confianza Perú es el consolidado de ambas entidades.

9.

Otras líneas estratégicas

9 OTRAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

El Plan de Negocio Responsable establece, además de las tres prioridades (Comunicación TCR, Educación y Productos de alto impacto social), las siguientes líneas estratégicas:

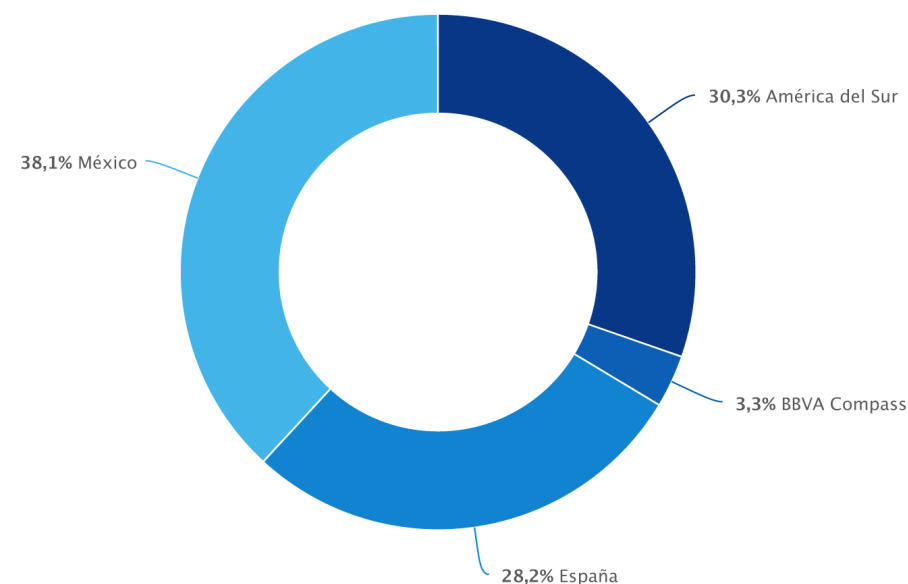
- Riesgos y costes sociales y ambientales
- Ecoeficiencia y compras responsables
- Liderazgo basado en valores
- Social engagement y voluntariado
- Diversidad de género y discapacidad
- Compensación
- Ciencia y cultura

9.1 Clientes

El cliente es el eje central de la estrategia de BBVA. Conocerle, proporcionarle los productos y servicios que necesite y establecer con él relaciones duraderas y de confianza es nuestro principal objetivo.

Con cerca de 50 millones de clientes en todo el mundo, aspiramos a brindar un servicio excelente por el que seamos reconocidos de manera global. Para ello, las áreas de Calidad y Experiencia Cliente de los bancos que componen el Grupo se esfuerzan en mantener un diálogo continuo con nuestros clientes y en sensibilizar a todos los empleados sobre la importancia de diferenciarnos por nuestra calidad de servicio.

Distribución geográfica del número de clientes



9.1.1 Conocimiento del cliente

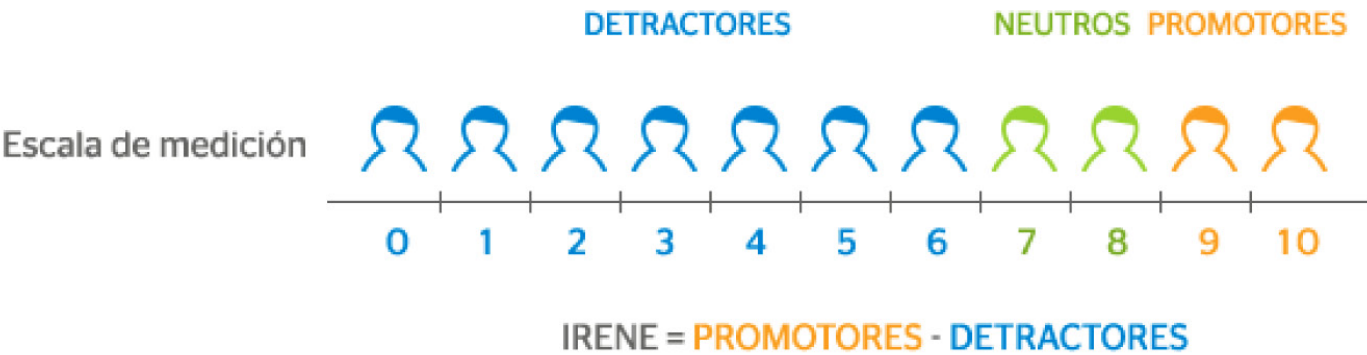
Nuestro objetivo es ser el grupo bancario de referencia en cuanto a experiencia cliente, lo que se traduce en ser el banco más recomendado por sus clientes en todas las geografías en las que opera. Para ello, en 2012 pusimos en marcha una metodología global basada en la recomendación de nuestros clientes, denominada IReNe (Índice de Recomendación Neta), y que durante 2013 hemos continuado desplegando en todas las entidades del Grupo.

La metodología IReNe, inspirada en la metodología de referencia mundial Net Promoter® Score (NPS), consiste en preguntar en qué medida recomendarían nuestros clientes los productos o servicios de BBVA, calificando de 0 a 10 su propensión a recomendarnos. El grado

de recomendación nos da una medida de cómo de satisfechos están los clientes con nosotros.

El análisis de las respuestas de clientes nos permite saber cuáles son los motivos para recomendar, las experiencias críticas para ellos y en qué medida estamos cumpliendo sus expectativas. Esto nos permite conocer los temas en los que debemos profundizar para seguir satisfaciendo a nuestros clientes.

Aunque se siguen realizando estudios de satisfacción puntuales y con diferentes fines, estratégicamente, el Grupo ha apostado por utilizar el índice IReNe como medida de la satisfacción de nuestros clientes, con reporte y seguimiento al más alto nivel de gestión. Más que una



métrica, lo entendemos como una disciplina para mejorar nuestros procesos, el modelo de atención y poner de manifiesto el compromiso de toda la organización con el cliente en general.

Desde que en 2012 comenzamos a medir el grado de recomendación y a analizar las respuestas de los clientes para encontrar ámbitos de mejora, la evolución del índice IReNe ha sido positiva en prácticamente todos los países en los que trabajamos: Teniendo en cuenta las mediciones realizadas en 2013, el banco se sitúa como referente en la valoración de los clientes respecto a sus competidores en estos países en Argentina y Perú, al tiempo que se registran avances en Venezuela y España.

Teniendo en cuenta las mediciones realizadas en 2013, el banco se sitúa como referente en la valoración de los clientes respecto a sus competidores en estos países en Argentina y Perú, al tiempo que se registran avances en Venezuela y España.

Evolución del IReNe por entidad⁽¹⁾

España	9
México	8
Estados Unidos	-2
Argentina	-29
Chile	4
Colombia	7
Perú	2
Venezuela	15
Paraguay	1
Uruguay	2

(1) Diferencia entre el valor de NPS en el segundo semestre de 2013 y el valor en el segundo semestre de 2012, expresada en puntos porcentuales.
Alcance: Grupo BBVA

Evolución de la distancia de IReNe con nuestro peer group ⁽¹⁾⁽²⁾

España	3
México	1
Estados Unidos	-18
Argentina	-7
Chile	3
Colombia	1
Perú	8
Venezuela	13
Paraguay	6
Uruguay	8

(1) Diferencia entre el valor de NPS en el segundo semestre de 2013 y el valor en el segundo semestre de 2012, expresada en puntos porcentuales.
(2) Distancia al peer: distancia al media de los bancos de I Peer Group, sin contar BBVA.
(3) Durante el segundo semestre de 2013, en BBVA Compass, se ha producido una reconfiguración del Peer Group, incorporándose nuevos bancos más adecuados a nuestro ámbito de influencia, por lo que el valor se ha visto afectado.
Alcance: Grupo BBVA

9.1.2 Gestión de quejas y reclamaciones

Las reclamaciones y quejas de clientes constituyen un punto de partida excepcional para mejorar los procesos del Grupo, ya que nos señalan de manera precisa qué partes de los procesos deberían modificarse para hacer la vida más fácil a nuestros clientes. La coyuntura económica en la que nos encontramos, el crecimiento del negocio en algunas regiones y la evolución de las Normativas y Regulaciones Financieras, más exigentes con las entidades financieras, nos exigen un mayor esfuerzo en la gestión de cualquier petición, sugerencia o disconformidad de nuestros clientes.

Los modelos de gestión de quejas y reclamaciones están siendo revisados en todo el Grupo, para primar la agilidad en su recepción, gestión y resolución, utilizar canales más eficientes y, en general, simplificar los procesos. Fruto de este trabajo se están reduciendo los tiempos medios de gestión de reclamaciones y mejorando la percepción del cliente sobre la calidad del proceso. En 2013 el tiempo medio de resolución de quejas y reclamaciones en el Grupo fue de 12 días naturales.

En los últimos años, uno de los hitos más relevantes en la gestión de reclamaciones ha sido la adopción de la metodología *First Contact Resolution*, por la que

	2013	2012	2011
Tiempo medio de resolución de quejas (días) ⁽¹⁾⁽²⁾	12	9	10
Reclamaciones resueltas por FCR (%) ⁽³⁾⁽⁴⁾	19	n.a.	n.a.
Número de reclamaciones ante la Autoridad Suprabancaria ⁽⁵⁾⁽⁶⁾⁽⁷⁾	879	647	867

n.a. = no aplica

(1) En España, si se eliminan las reclamaciones relacionadas con las cláusulas suelo, el tiempo medio de resolución sería de 11,5 días.

(2) Las series históricas de México y Colombia se han recalculado para tener los datos en días naturales.

(3) En España se aplica FCR a las incidencias de Tarjetas, pero no a reclamaciones.

(4) En Portugal y Paraguay no se aplica este tipo de gestión.

(5) Por cada mil millones de euros de actividad. Actividad: Crédito bruto a la clientela + Recursos de clientes totales.

(6) Sin considerar Paraguay y Uruguay en 2012 y 2011.

(7) Los datos de 2013 son provisionales.

Alcance: España, México y América del Sur

ciertos tipos de reclamaciones son resueltas en el mismo momento en que son planteadas por el cliente. Implantada inicialmente en Bancomer, esta metodología se ha ido extendiendo por todas las entidades del Grupo y hoy en día un alto porcentaje de reclamaciones son resueltas en el día, redundando en la satisfacción de clientes. En 2013, un 19% de las reclamaciones de clientes fueron resueltas de acuerdo a esta metodología.

Además de trabajar para ofrecer a los clientes una rápida solución a sus reclamaciones, trabajamos en el análisis de las causas raíz con la finalidad de detectar qué está generando la reclamación y corregirlo. Contamos con comités de análisis de reclamaciones en prácticamente todas las entidades del Grupo. Estos comités se reúnen periódicamente y, después de analizar los casos, proponen soluciones destinadas a eliminar, o si no fuera posible, disminuir las reclamaciones debidas a esas causas.

Las reclamaciones que nuestros clientes presentan en los Organismos Supervisores son tratadas en unidades especializadas, y seguidas muy de cerca por los equipos de gestión de reclamaciones, con objeto de resolverlas de manera satisfactoria para todas las partes. En 2013 se han registrado 879 reclamaciones ante la Autoridad Suprabancaria en todo el Grupo.

Por último, la figura del Defensor del Cliente, presente en la mayoría de los bancos del Grupo, formula recomendaciones y propuestas para favorecer las buenas prácticas bancarias y las relaciones de confianza que deben existir entre la entidad y sus clientes.

Tiempo medio de resolución de reclamaciones por país (en días naturales)

	2013	2012	2011
España (1)	34	7	5
México (2)	8	7	7
Argentina	19	12	14
Chile	8	9	12
Colombia (2)	7	7	12
Paraguay	7	n.a.	n.a.
Perú	12	16	11
Portugal	6	6	10
Uruguay	9	n.a.	n.a.
Venezuela	6	6	7

n.a. = no aplica

(1) En España, si se eliminan las reclamaciones relacionadas con las cláusulas suelo, el tiempo medio de resolución sería de 11,5 días

(2) Las series históricas de México y Colombia se han recalculado para tener los datos en días naturales.

Alcance: España, México y América del Sur

Reclamaciones resueltas por FCR por país

	2013	2012	2011
España (1)	n.d.	n.d.	n.d.
México	16	n.d.	n.d.
Argentina	33	n.d.	n.d.
Chile	30	n.d.	n.d.
Colombia	82	n.d.	n.d.
Paraguay (2)	n.d.	n.d.	n.d.
Perú	37	n.d.	n.d.
Portugal (2)	n.d.	n.d.	n.d.
Uruguay	18	n.d.	n.d.
Venezuela	23	n.d.	n.d.

n.d. = no disponible

(1) En España se aplica FCR a las incidencias de tarjetas, pero no a reclamaciones.

(2) En Portugal y en Paraguay no se aplica este tipo de gestión.

Alcance: España, México y América del Sur

Reclamaciones ante la Autoridad Suprabancaria por país (1)

	2013 (2)	2012	2011
España	4	2	2
México	394	302	421
Argentina	160	96	91
Chile	16	19	30
Colombia	142	114	207
Paraguay (3)	1	n.d.	n.d.
Perú	41	39	31
Portugal	21	15	11
Uruguay (3)	12	n.d.	n.d.
Venezuela	88	60	74

(1) Por cada mil millones de euros de actividad. Actividad: crédito bruto a la clientela + recursos de clientes totales.

(2) Los datos de 2013 son provisionales.

(3) Sin considerar Paraguay y Uruguay en 2012 y 2011.

Alcance: España, México y América del Sur

9.1.3 Omnicanalidad

BBVA ha trabajado en los últimos años en la configuración de un modelo de distribución multicanal, con una mayor relevancia de los canales no físicos, fundamentalmente, los canales digitales. Con ello respondemos a la demanda de los clientes, cada vez más digitales, así como a las nuevas posibilidades tecnológicas, que nos ha permitido ser pioneros en establecer nuevos modelos de relación con sus clientes aprovechando todos los canales de interacción.

Brindar una experiencia omnicanal es dar un paso más allá de la multicanalidad, superando la visión de canales como “silos”, los gaps de conectividad entre canales y la oferta limitada en canales digitales. ¿Cómo lo hacemos?:

- Generando una consistencia en la experiencia con independencia del canal que está utilizando el cliente.

- Facilitando una experiencia sin fisuras (*seamless journeys*) en aquellos procesos en los que el cliente utiliza y combina varios canales.

- Desarrollando una oferta completa en todos los canales (*full channel choice*), con un foco esencial en la distribución por canales digitales (internet y móvil).

BBVA ha decidido reforzar esta transformación con un plan para el periodo 2013-2016, con tres grandes objetivos:

- Ser el banco mejor valorado en experiencia de cliente y, en concreto, liderar la experiencia en canales digitales (internet y móvil), medido en términos de recomendación (IReNe) por parte de los clientes.
- Aumentar la penetración de los canales digitales en

	2013	2012	2011
Operaciones por canales (%) ⁽¹⁾			
Oficinas	33,8	35,8	37,7
Autoservicios	17,5	19,7	20,5
Internet	47,6	43,1	40
Teléfono	1,1	1,4	1,7
Clientes por canales ⁽¹⁾			
Internet	5.631.896	4.617.970	4.039.279
Teléfono	2.426.933	2.326.576	2.452.827

(1) La serie histórica ha sido recalculada para reflejar la salida de Puerto Rico y Panamá.
Alcance: España, México y América del Sur

9. Otras líneas estratégicas

nuestra base de clientes y ser líderes frente a nuestros competidores, con una aspiración de multiplicar por dos nuestros clientes de banca por internet y por cuatro los clientes de banca móvil.

- Alcanzar una omnicanalidad real aumentando las ventas y transacciones en canales no oficina, con especial énfasis en la venta por canales digitales.

Esta transformación ha tenido claras evidencias en 2013:

- Lanzamiento de nuevas webs en los principales mercados (España, México y Estados Unidos): se ha dotado a las nuevas webs con una nueva navegación contextual más intuitiva, relacionando las acciones con cada tipología de productos.

- Lanzamiento de nuevas aplicaciones de banca móvil, con un crecimiento muy significativo en el número de usuarios, y la incorporación de funcionalidades innovadoras. BBVA está haciendo una decidida apuesta estratégica por el móvil ya que considera que es la mejor manera de conectar con los clientes y ayudarles en sus necesidades del día a día.

- Impulso de nuevos formatos en oficina, más innovadores, modulares y adaptados a las necesidades de los clientes, basadas en el piloto de oficina FlagShip, de mayor tamaño y que incorpora a las zonas transaccional, comercial y de empleados, una zona de acogida con novedosos componentes de marketing (zona experience), una zona de atención especializada y una sala multifuncional que será utilizada para la celebración de eventos internos y externos, charlas y exposiciones. geográfica.

9.1.4 Protección del cliente

El Grupo BBVA tiene establecidos controles de seguridad informática para evitar y mitigar ataques informáticos que puedan afectar materialmente a los resultados del Grupo. Dichos controles están enmarcados dentro del sistema de evaluación de riesgos y mitigación de los mismos establecidos en la estructura corporativa de control interno y riesgo operacional para el cumplimiento de la ley Sarbanes-Oxley de cara a asegurar su correcta identificación y control de efectividad.

Los riesgos identificados se dividen básicamente en aquellos que pueden afectar a la disponibilidad de los sistemas informáticos y los procesos a los que dan soporte y aquellos que pueden afectar a la confidencialidad e integridad de la información que se procesa en dichos sistemas.

Los riesgos de falta de disponibilidad se gestionan y mitigan a través de los Planes de Continuidad de Negocio y los Planes de Continuidad de Sistemas.

De acuerdo a la metodología de Continuidad de Negocio de BBVA, durante el año, se han alcanzado los 139 planes de continuidad de negocio implantados en 24 países del perímetro del Grupo. Para cada uno de ellos se han planificado y ejecutado pruebas que permiten su actualización y puesta al día, reportando de su situación al Comité de Continuidad Corporativo.

Algunos de estos planes y los correspondientes comités de crisis han debido ser activados tras sufrir eventos de carácter catastrófico que han alterado la normal actividad

9. Otras líneas estratégicas

del BBVA en ciertas localizaciones, como el terremoto sufrido en la región de Arequipa (Perú), las tormentas tropicales Manuel e Ingrid que afectaron a la red de sucursales en diversos estados de México, la carencia de suministro eléctrico a nivel nacional en Venezuela, el corte de energía eléctrica en Santiago de Chile y los bloqueos en centro Bancomer en México DF y en la región de Vallarta.

En todos los casos, mediante la activación de medidas de Continuidad de Negocio, se ha posibilitado a BBVA mantener la prestación de los servicios críticos a sus clientes, así como el cumplimiento de sus obligaciones con la sociedad y las diversas autoridades.

De los eventos acontecidos en los últimos años, hemos aprendido la importancia de la “gestión de crisis” a través de los Comités de Continuidad y sus planes concretos, la preponderancia de los factores de recursos humanos y logísticos, la resistencia tecnológica en los impactos y la resistencia de seguridad física y de la información.

Los riesgos que pueden afectar a la confidencialidad e integridad de la información se gestionan y mitigan dentro de los programas establecidos en todo el Grupo BBVA dentro de los sucesivos Planes Directores de Seguridad de la Información. Los Planes Directores se desarrollan en un ciclo continuo teniendo en cuenta los nuevos riesgos tecnológicos a los que se enfrenta el Grupo, y establecen los mecanismos tanto organizativos como técnicos para acompañar a los nuevos retos tecnológicos con las medidas de seguridad necesarias. Durante 2013 el Grupo BBVA no ha experimentado incidentes de seguridad que de forma individual o agregada constituyan materialidad.

BBVA dispone de un conjunto de medidas de seguridad y de monitorización para prevenir la ocurrencia de incidentes de ciberseguridad, y para detectarlos de forma temprana en caso de que ocurran, permitiendo una acción rápida que limite el daño para el Grupo.

En el año 2013, la gestión del fraude en el Grupo BBVA se ha enfocado a la mejora de procesos y herramientas que permitan mejorar la prevención del mismo y reducir a las cifras de fraude.

En materia de Protección de Datos Personales, a lo largo de 2013 se han llevado a cabo las mejoras contenidas en los planes de actuación derivados de las auditorías bienales sobre medidas de seguridad previstas en el Real Decreto 1720/2007 de 21 de diciembre, que se realizaron durante el ejercicio 2012 en las entidades que configuran el Grupo BBVA en España y en las que no se pusieron de manifiesto deficiencias significativas.

Asimismo, durante 2013 se ha continuado con el proceso de adaptación, mejora y homogeneización de las actuaciones que en el ámbito de Protección de Datos Personales se han de llevar a cabo en las distintas jurisdicciones con presencia del Grupo BBVA. Destacando las distintas actuaciones de adaptación e implantación llevadas a cabo en BBVA Colombia y BBVA Banco Continental, con el fin de dar cumplimiento a las nuevas exigencias regulatorias fijadas tanto en Colombia como en Perú.

9.2 EQUIPO

Empleados comprometidos es uno de los tres ejes sobre los que se articula la estrategia de Negocio Responsable, y tiene como fin impulsar una cultura de compromiso social y valores compartidos entre todo el equipo BBVA.

Este eje se desarrolla a través de cuatro líneas de actuación básicas: el liderazgo basado en valores en el capítulo de formación; el impulso a actividades de voluntariado y social engagement de los empleados; la diversidad de género y la discapacidad; y un modelo de compensación basado en la creación de valor a largo plazo para todos los grupos de interés.

El Grupo BBVA cuenta con un equipo de 109.305 personas, ubicadas en 30 países. En términos de distribución de género, un 53% de nuestro equipo son

mujeres y un 47% hombres. Por su parte, la edad media de la plantilla se sitúa en 38 años y su antigüedad en la organización es de 10,9 años. Respecto al equipo directivo, cabe señalar que el 90% es de procedencia local, en comunidades donde se hacen inversiones significativas.

En BBVA, anualmente llevamos a cabo un proceso para reconocer públicamente a los doce empleados que han demostrado con su actitud un sobresaliente compromiso con el cliente, la sencillez, el trabajo en equipo y la responsabilidad al gestionar el negocio. En esta última edición, más de 800 personas fueron nominadas por sus responsables jerárquicos para optar a los premios BBVA Pasiónx3, al entender que sus actitudes les hacen merecedores de los mismos.

Datos básicos de empleados

	2013	2012	2011
Número de empleados	109.305	115.852	110.645
Antigüedad media (años)	10,9	10,6	10,5
Edad media (años)	37,8	37,6	37,6
Diversidad de género (% mujeres)	53	53	52
Rotación (%) ⁽¹⁾	11,6	10,9	9,5
Índice de satisfacción del empleado (%) ⁽²⁾	n.a.	76	n.a.

n.a. = No aplica
(1) Rotación = [Bajas voluntarias (excluidas prejubilaciones)/nº empleados al inicio del periodo]x100
(2) El 2010 el indicador de satisfacción fue de 73, no habiendo encuesta en los años impares.
Alcance: Grupo BBVA

Edad media de los empleados (años) y distribución por tramos de edad (%)

	2013				2012				2011			
	Edad Media	<25	25-45	>45	Edad Media	<25	25-45	>45	Edad Media	<25	25-45	>45
España y Portugal	42,3	0,5	62,3	37,2	42,1	0,7	61,4	37,9	42,0	1,1	58,8	40,1
México	34,1	14,1	71,4	14,4	33,8	16,9	69,4	13,7	33,7	17,9	68,7	13,4
Estados Unidos	39,8	8,2	60,1	31,8	39,5	8,4	60,5	31,1	37,4	8,5	60,2	31,3
América del Sur	37,1	9,0	69,5	21,5	37,2	8,6	69,5	21,9	37,1	8,1	70,6	21,3
Resto del Mundo	39,9	1,3	72,0	26,7	39,1	1,5	74,3	24,2	38,9	2,2	76,3	21,5
Media del Grupo	37,8	8,2	67,2	24,7	37,6	9,1	66,4	24,6	37,6	9,4	65,7	24,9

Alcance: Grupo BBVA

Antigüedad media de los empleados (años)

	2013	2012	2011
España y Portugal	17,0	16,9	16,9
México	8,0	7,6	8,2
Estados Unidos	6,7	6,5	6,7
América del Sur	9,6	9,4	8,9
Resto del Mundo	6,2	5,5	4,1
Media del Grupo	10,9	10,6	10,5

Alcance: Grupo BBVA

Empleados por categorías profesionales y áreas geográficas

	2013		2012		2011	
	Nº empleados	(%)	Nº empleados	(%)	Nº empleados	(%)
España y Portugal						
Comité Dirección y Direc.						
Corporativos	216	0,7	209	0,6	212	0,7
Directivos	939	3,0	944	2,9	948	3,2
Mandos Medios	1.835	5,9	1.747	5,4	1.779	6,0
Especialistas	8.864	28,4	10.042	30,8	8.508	28,5
Fuerza Ventas	12.633	40,5	12.931	39,7	11.241	37,7
Puestos Base	6.720	21,5	6.679	20,5	7.123	23,9

	2013		2012		2011	
	Nº empleados	(%)	Nº empleados	(%)	Nº empleados	(%)
México						
Comité Dirección y Direc.						
Corporativos	64	0,2	60	0,2	60	0,2
Directivos	275	0,7	292	0,7	283	0,8
Mandos Medios	488	1,3	526	1,3	483	1,3
Especialistas	12.291	32,8	11.803	30,1	10.412	29,0
Fuerza Ventas	14.402	38,4	15.880	40,5	13.752	38,3
Puestos Base	9.999	26,7	10.683	27,2	10.960	30,5
Estados Unidos						
Comité Dirección y Direc.						
Corporativos	14	0,1	15	0,1	14	0,1
Directivos	137	1,2	130	1,2	151	1,2
Mandos Medios	2.364	21,4	2.476	21,9	2.991	23,4
Especialistas	1.904	17,2	1.780	15,8	2.115	16,5
Fuerza Ventas	2.503	22,6	2.310	20,5	2.426	19,0
Puestos Base	4.133	37,4	4.576	40,5	5.101	39,9
América del Sur						
Comité Dirección y Direc.						
Corporativos	54	0,2	54	0,2	53	0,2
Directivos	241	0,8	258	0,8	263	0,9
Mandos Medios	3.255	11,4	3.218	10,2	3.266	10,6
Especialistas	9.285	32,6	10.215	32,4	10.548	34,3
Fuerza Ventas	8.311	29,2	9.860	31,3	9.314	30,3
Puestos Base	7.336	25,8	7.888	25,0	7.280	23,7
Resto del Mundo						
Comité Dirección y Direc.						
Corporativos	15	1,4	14	1,1	15	1,1
Directivos	83	8,0	99	7,8	85	6,2
Mandos Medios	350	33,6	411	32,2	424	31,1
Especialistas	512	49,1	545	42,7	600	44,1
Fuerza Ventas	30	2,9	65	5,1	56	4,1
Puestos Base	52	5,0	142	11,1	182	13,4
Media del Grupo						
Comité Dirección y Direc.						
Corporativos	363	0,3	352	0,3	354	0,3
Directivos	1.675	1,5	1.723	1,5	1.730	1,6
Mandos Medios	8.292	7,6	8.378	7,2	8.943	8,1
Especialistas	32.856	30,1	34.385	29,7	32.183	29,1
Fuerza Ventas	37.879	34,7	41.046	35,4	36.789	33,2
Puestos Base	28.240	25,8	29.968	25,9	30.646	27,7

9.2.1 Selección, formación y desarrollo

En 2013 BBVA ha sido reconocida por la consultora internacional *Great Place To Work* como la mejor empresa financiera del mundo para trabajar, dentro del *ranking* GPTW, que destaca a las multinacionales mejor valoradas en países distintos a los de sus matrices. Dicha firma consultora ha resaltado, entre otros factores, la capacidad Grupo a la hora de atraer y desarrollar talento.

Esta última faceta se pone de manifiesto en los más de 350.000 currículos recibidos durante 2013, que se han traducido en la incorporación de 14.094 personas al Grupo, un 59% de las cuales corresponde a jóvenes menores de 30 años. La mayoría de las contrataciones se

realizan en el país de origen. Así mismo, 2.000 personas, 900 en España, han tenido la oportunidad de realizar prácticas laborales en el Grupo. Con una inversión de 38,7 millones de euros, la formación durante este año ha puesto el foco en la potenciación de la relación con el cliente, en los requerimientos legales y en riesgos (a través del proyecto «*Risk Learning Program*»). Cabe indicar que un 51% de la actividad formativa se realiza a través de *e-learning*; entre otros, la formación específica en Responsabilidad Corporativa.

En 2013 BBVA ha recibido la certificación CLIP (*Corporate Learning Improvement Process*), otorgada por la EFMD

Datos básicos de formación en BBVA

	2013	2012	2011
Inversión total en formación (miles de euros)	38.690	38.198	42.230
Inversión en formación por empleado (euros) ⁽¹⁾	344	335	385
Horas de formación por empleado ⁽¹⁾	46	48	48
Evaluación de la satisfacción de la formación (sobre 10)	8,5	9 (2)	9
Empleados que ha recibido formación en el año (%) ⁽¹⁾	97	92	75
Volumen de subvenciones recibidas en España para la formación del FORCEM (en millones de euros)	3,2	3,8	3,5

(1) Valores calculados considerando la plantilla media del ejercicio.
(2) Media de la evaluación de la satisfacción de la formación en Argentina, Colombia, Estados Unidos, Perú, España, Venezuela, México y Chile (99% de las horas de formación impartidas).
Alcance: Grupo BBVA

(European Foundation for Management Development), y que reconoce la calidad de la formación corporativa del Grupo en Campus BBVA.

En México se ha lanzado la Universidad BBVA Bancomer, donde se podrán realizar estudios de preparatoria, licenciatura y posgrado. Se ha iniciado con 296 empleados inscritos para concluir su bachillerato.

Otro aspecto crucial en el desarrollo dentro de nuestra organización es el proceso bienal mediante el cual se determinan las fortalezas y áreas de mejoras de cada uno de los profesionales de BBVA. Así, tras el análisis individualizado se procede al establecimiento de una oferta formativa personal, en la que se tienen en cuenta los elementos a potenciar y los cursos más adecuados para ello.

Como medio para favorecer el desarrollo y la transparencia en los criterios de promoción, las posiciones disponibles se publican en «apúntate+», nuestra herramienta global de *job postin'* interno.

Dimisiones voluntarias de la plantilla (turn-over) (1) y distribución por género (%)

	2013			2012			2011		
	Tasa Rotación Total	Hombres	Mujeres	Tasa Rotación Total	Hombres	Mujeres	Tasa Rotación Total	Hombres	Mujeres
España y Portugal	0,3	67,1	32,9	0,3	65,1	34,9	0,5	60,0	40,0
México	23,7	49,7	50,3	21,9	46,8	53,2	16,3	48,7	51,3
Estados Unidos	16,5	39,0	61,0	14,6	37,8	62,2	15,9	33,6	66,4
América del Sur	6,6	44,6	55,4	6,7	44,7	55,3	7,8	45,7	54,3
Resto del Mundo	8,2	64,8	35,2	6,4	56,3	43,7	7,7	52,3	47,7
Media del Grupo	11,6	47,7	52,3	10,8	45,2	54,8	9,5	45,2	54,8

(1) Turn-over=[Bajas voluntarias (excluidas prejubilaciones)/nº empleados al inicio del periodo]x100.
Alcance: Grupo BBVA

Altas de empleados (1)

	2013	2012	2011
España y Portugal (2)	2.279	5.258	3.341
México	13.962	15.514	10.161
Estados Unidos (3)	2.611	2.707	3.124
América del Sur (4)	5.054	5.525	5.834
Resto del Mundo	109	121	323
Total Grupo	24.015	29.125	22.783

De las que nuevas incorporaciones son:

España y Portugal	647	1.191	971
México	6.497	7.398	5.742
Estados Unidos	2.424	2.665	3.118
América del Sur	4.421	4.199	4.778
Resto del Mundo	105	112	304
Total Grupo	14.094	15.565	14.913

(1) Se incluyen las altas por consolidaciones.

(2) Se incluyen 3.154 altas por la incorporación de UNNIM en 2012.

(3) Para 2012, se incluyen las altas de empleados de Puerto Rico hasta el momento de su venta.

(4) Para 2013, se incluyen las altas de empleados de Panamá hasta el momento de su venta. Alcance: Grupo BBVA

Bajas de empleados

	2013	2012	2011
España y Portugal			
Jubilaciones y prejubilaciones	1.138	718	749
Bajas incentivadas	110	69	64
Bajas voluntarias (dimisiones)	82	83	135
Otras	2.309	1.636	1.853
México			
Jubilaciones y prejubilaciones	136	170	151
Bajas incentivadas	362	143	14
Bajas voluntarias (dimisiones)	9.307	7.862	5.540
Otras	5.882	4.045	2.588
Estados Unidos (1)			
Jubilaciones y prejubilaciones	70	51	82
Bajas incentivadas	0	0	45
Bajas voluntarias (dimisiones)	1.867	1.872	2.029
Otras	906	2.295	971
América del Sur (2)			
Jubilaciones y prejubilaciones	3	0	3
Bajas incentivadas	598	477	712
Bajas voluntarias (dimisiones)	2.093	2.064	2.322
Otras	5.371	2.215	1.681
Resto del Mundo			
Jubilaciones y prejubilaciones	4	2	3
Bajas incentivadas	66	21	64
Bajas voluntarias (dimisiones)	105	87	88
Otras	153	108	20
Total Grupo			
Jubilaciones y prejubilaciones	1.351	941	988
Bajas incentivadas	1.136	710	899
Bajas voluntarias (dimisiones)	13.454	11.968	10.114
Otras	14.621	10.299	7.113

(1) Para 2012, se incluyen las bajas de empleados de Puerto Rico hasta el momento de su venta.

(2) Para 2013, se incluyen las bajas de empleados de Panamá hasta el momento de su venta.

Alcance: Grupo BBVA

9.2.2 Diversidad y conciliación

Para favorecer la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, desde hace tiempo hemos venido trabajando en materia de diversidad de género.

El Plan Global de Diversidad de Género se centra en tres vectores de actuación: maternidad, promoción y desarrollo y sensibilización, y cuenta con ocho iniciativas corporativas ya implantadas. Además, en los países/áreas se desarrollan iniciativas de carácter local.

El ratio de diversidad de género ha mejorado en 79 puntos básicos en la participación de mujeres en la alta dirección, hasta el 11,02%, y en 65 puntos básicos en el porcentaje de mujeres directivas, hasta el 19,28%.

Durante 2013 se ha ampliado la web de *networking* «general» a todos los empleados del Grupo, con el objetivo de seguir compartiendo opiniones, experiencias y noticias relacionadas con la diversidad de género.

BBVA es firmante del Charter de la Diversidad a nivel europeo, y de los Principios para el empoderamiento de las Mujeres de ONU Mujeres, en su condición de entidad impulsora de la diversidad e igualdad entre hombres y mujeres.

En España se mantienen la figura de responsable de igualdad, con la misión de facilitar y garantizar los principios de igualdad de género, así como el protocolo de actuación en materia de acoso moral, establecido para reforzar la cultura de igualdad de trato en la entidad y los principios del Código de Conducta y Plan de Igualdad.

También sigue en vigor el acuerdo de colaboración con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para la sensibilización a la prevención en materia de violencia de género.

En materia de conciliación, se ha continuado con las medidas voluntarias y de mutuo acuerdo, que compaginan la mejora de la eficiencia con la flexibilidad necesaria para conciliar la vida laboral y personal.

Estas medidas incluyen la posibilidad en España de acceder a un período de 3 a 5 años para acometer proyectos personales o profesionales, licencias para estudios de postgrado o reducciones de jornada laboral.

Se han renovado, además, el Distintivo de Igualdad que concede el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad español a las empresas que promueven activamente la igualdad, y la certificación de Empresa Familiarmente Responsable. Se continúa formando parte de la Red Concilia del Ayuntamiento de Madrid, que profundiza en las nuevas prácticas empresariales en materia de conciliación.

Por su parte, en BBVA se quiere dar una oportunidad a las personas con discapacidad, a través de la contratación de proveedores que sean centros especiales de empleo, y apoyando a entidades sociales que trabajen en mundo de la discapacidad. Está previsto poner en marcha un Plan Estratégico para personas con Capacidades Diferentes en 2014.

En España se ha concedido en 2013 el V «Premio Integra de BBVA» en apoyo a la integración social y laboral de

las personas con discapacidad mediante la colaboración con organizaciones que representan a la discapacidad. Consiste en una dotación económica principal de 200.000 euros, que en esta ocasión ha sido para la entidad Galega de Economía Social, así como 50.000 euros más para reconocer el alto valor de proyectos de otras seis entidades diferentes.

En el marco de colaboración con la fundación Adecco para fomentar el empleo a personas con discapacidad, BBVA ha contribuido, junto con otras empresas, a que en el ejercicio 2013 se hayan logrado 2.434 contratos en el mercado ordinario. Un gran paso adelante para que miles de personas con discapacidad se incorporen con normalidad en la sociedad.

Distribución de los empleados por género y categoría profesional (%)

	2013		2012		2011	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
España y Portugal	53,4	46,6	54,0	46,0	55,5	44,5
Comité Dirección y Direc. Corporativos	88,0	12,0	90,0	10,0	90,1	9,9
Directivos	79,8	20,2	80,2	19,8	80,8	19,2
Mandos Medios	67,5	32,5	68,9	31,1	70,9	29,1
Especialistas	53,5	46,5	52,9	47,1	55,9	44,1
Fuerza Ventas	48,9	51,1	50,2	49,8	50,8	49,2
Puestos Base	53,3	46,7	54,3	45,7	54,0	46,0
México	46,4	53,6	46,0	54,0	47,1	52,9
Comité Dirección y Direc. Corporativos	93,8	6,3	90,0	10,0	91,7	8,3
Directivos	86,2	13,8	88,0	12,0	88,7	11,3
Mandos Medios	79,3	20,7	78,7	21,3	80,3	19,7
Especialistas	51,0	49,0	52,4	47,6	54,1	45,9
Fuerza Ventas	48,9	51,1	46,1	53,9	48,4	51,6
Puestos Base	34,3	65,7	35,6	64,4	36,0	64,0
Estados Unidos	37,0	63,0	36,0	64,0	35,4	64,6
Comité Dirección y Direc. Corporativos	100,0	0,0	100,0	0,0	100,0	0,0
Directivos	83,9	16,1	83,1	16,9	75,5	24,5
Mandos Medios	47,4	52,6	46,8	53,2	42,0	58,0

	2013		2012		2011	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Especialistas	38,7	61,3	37,8	62,2	40,5	59,5
Fuerza Ventas	49,0	51,0	48,5	51,5	49,2	50,8
Puestos Base	21,2	78,8	21,7	78,3	21,5	78,5
América del Sur	45,7	54,3	45,3	54,7	46,0	54,0
Comité Dirección y Direc. Corporativos	85,2	14,8	87,0	13,0	88,7	11,3
Directivos	74,3	25,7	75,2	24,8	75,3	24,7
Mandos Medios	53,1	46,9	56,4	43,6	60,4	39,6
Especialistas	49,9	50,1	47,6	52,4	48,0	52,0
Fuerza Ventas	38,0	62,0	38,6	61,4	36,6	63,4
Puestos Base	44,6	55,4	45,0	55,0	47,1	52,9
Resto del Mundo	62,9	37,1	62,5	37,5	61,7	38,3
Comité Dirección y Direc. Corporativos	86,7	13,3	85,7	14,3	93,3	6,7
Directivos	86,7	13,3	86,9	13,1	85,9	14,1
Mandos Medios	72,9	27,1	76,4	23,6	76,7	23,3
Especialistas	53,1	46,9	54,1	45,9	55,3	44,7
Fuerza Ventas	40,0	60,0	40,0	60,0	37,5	62,5
Puestos Base	59,6	40,4	45,8	54,2	41,8	58,2
Media del Grupo	47,4	52,6	47,3	52,7	47,9	52,1
Comité Dirección y Direc. Corporativos	89,0	11,0	89,8	10,2	90,7	9,3
Directivos	80,7	19,3	81,4	18,6	81,0	19,0
Mandos Medios	57,1	42,9	58,5	41,5	58,2	41,8
Especialistas	50,7	49,3	50,4	49,6	51,7	48,3
Fuerza Ventas	46,5	53,5	45,7	54,3	46,2	53,8
Puestos Base	39,6	60,4	40,2	59,8	40,5	59,5

Alcance: Grupo BBVA

Empleados por tipo de contrato y por género (%)

	2013			2012			2011		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
España y Portugal									
Fijos o indefinidos tiempo completo	54,6	45,4	95,1	55,3	44,7	95,0	57,0	43,0	93,2
Fijos o indefinidos tiempo parcial	8,5	91,5	1,6	3,1	96,9	1,5	2,5	97,5	1,1
Temporales	41,0	59,0	3,3	39,7	60,3	3,5	40,8	59,2	5,8
México									
Fijos o indefinidos tiempo completo	46,8	53,2	86,2	46,8	53,2	83,4	48,1	51,9	85,3
Fijos o indefinidos tiempo parcial	36,2	63,8	4,7	36,6	63,4	4,3	34,7	65,3	4,5
Temporales	48,4	51,6	9,2	43,7	56,3	12,3	43,8	56,2	10,2
Estados Unidos									
Fijos o indefinidos tiempo completo	37,7	62,3	94,8	36,9	63,1	94,2	36,2	63,8	94,2
Fijos o indefinidos tiempo parcial	23,1	76,9	5,2	22,1	77,9	5,8	22,3	77,7	5,7
Temporales	100,0	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	64,3	35,7	0,1
América del Sur									
Fijos o indefinidos tiempo completo	46,4	53,6	92,2	45,8	54,2	91,2	46,2	53,8	90,7
Fijos o indefinidos tiempo parcial	24,2	75,8	2,3	26,8	73,2	1,7	28,0	72,0	1,3
Temporales	42,7	57,3	5,5	43,2	56,8	7,1	45,3	54,7	8,0
Resto del Mundo									
Fijos o indefinidos tiempo completo	62,7	37,3	99,0	62,5	37,5	99,0	62,1	37,9	98,5
Fijos o indefinidos tiempo parcial	50,0	50,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Temporales	100,0	0,0	0,6	61,5	38,5	1,0	38,1	61,9	1,5
Media del Grupo									
Fijos o indefinidos tiempo completo	48,2	51,8	91,3	48,2	51,8	90,0	48,8	51,2	90,1
Fijos o indefinidos tiempo parcial	27,8	72,2	3,2	27,5	72,5	2,9	27,5	72,5	2,8
Temporales	45,8	54,2	5,5	43,0	57,0	7,1	43,6	56,4	7,1

Alcance: Grupo BBVA

9.2.3 Compensación y remuneración

BBVA considera la política de compensación como un elemento clave para la creación de valor. Para ello cuenta con un sistema retributivo avanzado, basado en la generación recíproca de valor para los empleados y para el Grupo, alineado con los intereses de los accionistas y supeditado a una gestión prudente del riesgo, que atiende a los siguientes principios:

- Crear valor a largo plazo.
- Recompensar la consecución de resultados basados en una asunción prudente y responsable de riesgos.
- Atraer y retener a los mejores profesionales.
- Recompensar el nivel de responsabilidad y la trayectoria profesional.
- Velar por la equidad interna y la competitividad externa.
- Contar con referencias de mercado, a través de análisis realizados por compañías de reconocido prestigio y líderes en el sector de consultoría de compensación.
- Asegurar la transparencia en su política retributiva.
- Garantizar que no existen diferencias retributivas por género.

Este sistema retributivo se adapta en cada momento a lo que establecen las normas legales aplicables e

incorporara, además, los estándares y principios de las mejores prácticas nacionales e internacionales generalmente aceptadas en materia de retribuciones y de buen gobierno de sociedades en cada momento, configurándose como un sistema dinámico en constante evolución y mejora.

En conclusión, la combinación de los elementos antes citados conforma un sistema retributivo equilibrado, coherente con la estrategia del Grupo y con sus valores, así como con los intereses de sus accionistas.

La retribución se compone de dos partes claramente diferenciadas:

- Compensación fija, que se establece tomando en consideración el nivel de responsabilidad y la trayectoria profesional del empleado en el Grupo, fijándose una referencia salarial para cada función.
- Compensación variable, que recompensa la creación de valor en el Grupo a través de cada una de las unidades que configuran BBVA, remunerando las aportaciones individuales, las de los equipos y la agregación de todos ellos. La retribución variable está orientada a recompensar el logro de resultados individuales, grupales y organizativos, medidos a través de indicadores de cliente, financieros, etc. Además, el modelo incorpora un indicador, con un peso del 10% sobre el total, que reconoce la práctica de los comportamientos de nuestra cultura corporativa. Especialmente la responsabilidad, conscientes del impacto que tienen nuestras actuaciones, individuales y colectivas, en la sociedad y en los clientes. El modelo de retribución variable ordinaria está

directamente relacionado a los resultados, de modo que una reducción de los resultados conlleva una disminución de las cantidades a percibir por los empleados.

Los empleados de BBVA cuentan, asimismo, con un abanico de beneficios sociales que varía por geografías. En conjunto, destacan las condiciones preferentes en créditos y depósitos, y un trato diferencial y mejor en cuestiones como bajas, seguros médicos, etc.

9.2.4 Condiciones laborales

En materia de libertad de asociación y representación sindical, BBVA entiende que el diálogo y la conciliación son la mejor manera de solucionar conflictos y alcanzar consensos, de conformidad con las distintas regulaciones vigentes en los países en los que BBVA está presente. Los derechos y condiciones laborales se encuentran recogidos en normas, convenios y acuerdos suscritos por cada entidad con las correspondientes representaciones de los trabajadores.

Datos básicos de salud laboral en España

	2013	2012	2011
Nº de gestiones técnico preventivas	3.334	2.829	2.983
Acciones preventivas para mejorar las condiciones laborales	4.113	3.624	3.684
Citaciones exámenes de salud	19.367	16.361	20.037
Empleados representados en comités de salud y seguridad (%)	100	100	100
Tasa de absentismo (%)	2	1,9	2,4

Alcance: Grupo BBVA

En España el convenio colectivo del sector de banca es de aplicación al 100% de la plantilla, existiendo además acuerdos de empresa que complementan y desarrollan lo previsto en el convenio colectivo y que son firmados

con los sindicatos presentes en los comités de empresa. Los representantes sindicales presentes en estos comités de empresa son elegidos cada cuatro años en sufragio personal, libre, directo y secreto.

Respecto de salud y seguridad laboral, el Servicio de Prevención de Riesgos Laborales ha continuado con la cultura corporativa del Grupo BBVA, basada en el compromiso de trabajar por un futuro mejor para las personas. En este sentido, además de la vigilancia de la salud, evaluación de riesgos, adaptación de los puestos de trabajo, establecimiento de planes de emergencia, de seguridad vial, etc., se han impulsado campañas de promoción de la salud, así como actividades de formación e información a nuestros trabajadores a través del portal de salud laboral, con objeto de mejorar la calidad de vida de las personas que trabajan en BBVA.

Especial incidencia ha tenido la planificación de la nueva sede corporativa de BBVA en Madrid.

En España, también se ha desarrollado una actividad asistencial de los servicios médicos propios, con más de 8.000 asistencias sanitarias. Asimismo, ha habido continuidad en la organización y difusión de las

9. Otras líneas estratégicas

campañas de donación de sangre.

La tasa de absentismo del Grupo en 2013 se sitúa en el 1,49%, inferior al 1,64% en 2012. La tasa de siniestralidad en el Grupo es del 1,62%, siendo inapreciable en España, Perú y Venezuela y más elevada en México.

En 2013 no se ha realizado encuesta de satisfacción del empleado (tiene carácter bienal), pero se han puesto en marcha planes de acción para la mejora del clima laboral, surgidos del análisis y diagnóstico de los resultados de la encuesta de 2012.

Se encuentran en vigor 158 planes, de los cuales el 42% están en fase de lanzamiento. Los campos sobre los que más se incide son calidad de vida, desarrollo profesional, promoción y compensación, y los resultados de estos planes se podrán apreciar en la próxima encuesta de satisfacción del empleado de 2014.

9.2.5 Social engagement y voluntariado

BBVA desarrolla iniciativas para facilitar e impulsar la participación de los empleados en programas sociales en el marco del Plan Global de Voluntariado Corporativo y de otros proyectos de social *engagement*. En 2013 ha habido 5.864 participantes en iniciativas de voluntariado que son empleados del banco.

Voluntarios BBVA es el *site* que canaliza las iniciativas con voluntarios en BBVA España a través de la Oficina de Voluntariado. En México y América del Sur las actividades de los voluntarios se desarrollan principalmente en

el marco del programa «Becas de integración», o del programa «Papagayo» en Venezuela.

En Estados Unidos los empleados participan en programas sociales a través de «BBVA Compass *Volunteers*». 1.988 empleados han dedicado 72.759 horas en 2013 a actividades de voluntariado, como formación financiera o el nuevo «*Project Blue Elf holiday initiative*», que ofrece juguetes a los niños necesitados en las comunidades de la entidad.

Otros proyectos de social *engagement* son:

- Las carreras solidarias organizadas por el Grupo en diferentes países, abiertas a empleados, clientes y la sociedad en general, para ayudar a causas solidarias locales o globales.
- La participación en programas de apoyo a proyectos sociales de educación, asistencia social, cultura, medio ambiente, etc., tanto presentando proyectos a votación como votando los propuestos por otros. Los proyectos más votados reciben una ayuda económica por parte de BBVA.

En 2013 hemos organizado siete carreras solidarias en diferentes geografías, en las que han participado más de 50.000 personas. En España, 12.000 participantes aportaron 100.000 euros que, sumados a los 60.000 euros entregados por BBVA, han permitido establecer un economato social con Cáritas Madrid.

De los programas de apoyo a proyectos sociales votados por empleados destacan en 2013:

- «Territorios Solidarios» en España. Se presentaron 1.166 solicitudes, de las que 552 fueron aprobadas, y 178 fueron finalmente las elegidas a las que se han destinado 1,8 millones de euros. En el proceso, 966 empleados han apadrinado diversos proyectos, que han sido votados por 14.060 personas.
- «Concurso de Proyectos Solidarios» en Argentina. Se presentaron 54 candidaturas, de las que se eligen tres que

reciben 150.000 pesos argentinos en ayuda económica. Adicionalmente, el Grupo promueve el compromiso de sus equipos mediante el programa «Pasión por las Personas». Bajo este esquema se desarrollan una serie de iniciativas cuyos beneficiarios son tanto los profesionales de BBVA como sus familias. Entre otras acciones, cabría citar el acceso a conciertos de música, talleres de pintura, etc.

Iniciativas de voluntariado corporativo en España

Área de Actuación	Proyecto	Nº Voluntarios
Educación financiera	Educación financiera para personas de colectivos marginales	7
	Momentum	10
Educación para la sociedad	Valores de futuro	369
	Socios por un día	74
	"Ventajas de permanecer en el colegio" y "habilidades para el éxito"	125
	Alfabetización digital	124
	Liga Debate BBVA	6
	Autoemprendimiento y mentoring en centros penitenciarios	18
	Fútbol en centros penitenciarios	8
Apoyo a particulares con necesidades especiales	Prácticas síndrome de down en BBVA	33
	Carrea solidaria	9
	Recogida de juguetes	16
	Huertos solidarios	10
Medio ambiente	Jornada Bosques BBVA	192
	Otras jornadas de medioambiente	44
TOTAL		1.045

Alcance: España

Participación de voluntarios en América Latina

	Nº Voluntarios	Nº Beneficiarios
Argentina	104	16.208
Chile	171	4.614
México	1.203	17.989
Paraguay	112	1.060
Perú	39	494
Uruguay	485	616
Venezuela	717	5.893
Total	2.831	46.874

Alcance: América del Sur y México

9.3 Riesgos sociales, ambientales y reputacionales

Junto con las variables financieras, en la gestión del riesgo tomamos en consideración los aspectos ambientales, sociales y reputacionales. Estos riesgos pueden afectar al perfil crediticio de los prestatarios o de los proyectos que financiamos y por tanto a la calidad del riesgo asumido y, en definitiva, al reembolso de los créditos.

En 2011 constituimos el Comité de Riesgos Sociales, Ambientales y Reputacionales (SAR), que tiene como misión el impulso y seguimiento de acciones que fomenten la integración de los riesgos sociales y ambientales en nuestra actividad y la gestión de los riesgos reputacionales clave.

El Comité SAR está presidido por el Director de Riesgos del Grupo e integrado por los Directores de Servicios

Jurídicos, Auditoría y Cumplimiento, Comunicación y Marca, Secretaría Técnica de Riesgos, Gestión Corporativa de Riesgos, Riesgo Operacional y Control Interno, *Risk Portfolio Management, Corporate & Investment Banking* (CIB), Cumplimiento Normativo, Estrategia y Coordinación CIB, *Retail Banking*, Estrategia y Coordinación y Responsabilidad y Reputación Corporativas.

La integración en la gestión del riesgo es coherente con el principio de prudencia que rige la actividad de BBVA y se concreta en diferentes líneas de actuación.

Por un lado, la herramienta «*Ecorating*» nos permite valorar nuestra cartera de riesgos de empresas desde una perspectiva ambiental. Se asigna a cada cliente un nivel de riesgo crediticio en función de la combinación

de varios factores como su ubicación, emisiones contaminantes, consumo de recursos, potencialidad de afectar a su entorno o legislación aplicable. Durante 2013 se ha calificado el riesgo ambiental de 215.026 clientes en España, lo que supone un incremento de 7,10% en el número de empresas analizadas con la herramienta y de 10,66% en el volumen de exposición respecto al año anterior. En México la herramienta se encuentra en desarrollo.

Asimismo, en 2013 las áreas de Riesgos y Responsabilidad Corporativa han empezado a trabajar en un modelo que tiene como objetivo calificar las operaciones de préstamo de pyme en España con arreglo a diferentes variables no sólo ambientales sino también de índole social. Se han identificado los indicadores y a lo largo de 2014 está previsto calibrar este modelo, analizar la información disponible y trabajar en una experiencia piloto.

Por último cabe mencionar que en Perú, BBVA Continental ha colaborado con la Superintendencia de Banca y Seguros en la elaboración de una norma para la prevención del riesgo social y ambiental que será de obligado cumplimiento para todas las entidades peruanas.

Cambio climático y financiación de energías renovables

En BBVA apostamos por la financiación y asesoramiento de operaciones de energías renovables, sector en el que somos líderes. En 2013 hemos financiado cuatro operaciones de energías renovables, por un importe total de 1.162 millones de euros y que en total supusieron la instalación de 1.009 MW.

Entre las operaciones financiadas por BBVA en 2013, destacamos:

- Planta de energía a partir de residuos *Merseyside*. Ubicada en el Reino Unido, tiene capacidad para tratar 444.000 toneladas al año y producir 233.100.000 KWh. El proyecto reduce las emisiones de CO2e en 37.563.188 kg. Todo ello contribuye al cumplimiento del objetivo de la Unión Europea de reducir en 35% el volumen de residuos enviado a vertedero en el año 2020.

- Central Hidroeléctrica Chaglla, con una potencia instalada de 406 MW, ubicada en la región Huánuco en Perú. La central tiene capacidad para generar 2,475 GWh/año, atendiendo a la creciente demanda de energía del país. El proyecto está cofinanciado por el Banco Interamericano de Desarrollo.

Formación

Durante 2013 se ha continuado con el «Programa de Capacitación Virtual sobre Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales» impartido por UNEP FI (*United Nations Environment Programa Financial Initiative*). A lo largo del año siguieron la formación online (30 horas de curso) nueve analistas de riesgos de diversos países (Argentina, Colombia, España, Estados Unidos, México, Perú y Venezuela).

Ecorating: exposure data

Rango de valores de riesgo ambiental	2013		2012		2011	
	Millones €	%	Millones €	%	Millones €	%
Bajo (1)	115.306	85,8	100.269	82,5	113.452	83,7
Medio (2)	18.910	14,1	20.810	17,1	21.628	16,0
Alto (3)	250	0,2	429	0,4	410	0,3
TOTAL	134.466	100,0	121.508	100,0	135.490	100,0

Ecorating: datos de clientes

Rango de valores de riesgo ambiental	2013		2012		2011	
	Número	%	Número	%	Número	%
Bajo (1)	174.874	81,3	162.356	80,9	172.587	80,6
Medio (2)	39.532	18,4	37.706	18,8	40.726	19,0
Alto (3)	620	0,3	709	0,4	778	0,4
TOTAL	215.026	100,0	200.771	100,0	214.091	100,0

(1) Bajo: Actividades de riesgo medioambiental prácticamente nulo o bajo por lo que respecta a sus emisiones.

(2) Medio: Actividades con riesgo medioambiental moderado o alto. 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.

(3) 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.

Alcance: España

9.3.1 Principios de Ecuador

Los Principios de Ecuador (PE) son la referencia del sector financiero para determinar, evaluar y gestionar los riesgos ambientales y sociales de los proyectos. Están basados en la Política y Normas de Desempeño sobre Sostenibilidad Ambiental y Social de la Corporación Financiera Internacional (IFC) y las Guías Generales sobre Medio Ambiente, Salud y Seguridad del Banco Mundial.

Los PE son aplicables a la financiación de proyectos nuevos y expansiones significativas mediante cuatro productos financieros: asesoramiento en la financiación de proyectos, financiación de proyectos, préstamos corporativos vinculados a proyectos y préstamos puente.

En 2013 se ha publicado la última versión de los Principios de Ecuador, que extiende su alcance, aborda nuevas preocupaciones ambientales y sociales y supone un avance significativo en la transparencia y consistencia de su implementación.

Desde su adhesión a los PE en el 2004, BBVA los aplica con un alcance mayor que el estándar, ampliándolo a

proyectos en fase de operación y a aquellos financiados con otros productos financieros: bono de proyecto, cesión de derechos de crédito y garantías vinculadas a proyectos. BBVA no aplica el umbral mínimo de 10 millones de dólares establecido, revisando bajo los PE todas las operaciones, independientemente de su importe.

En BBVA contamos con un equipo dedicado a la gestión de los PE, integrado en el área de *Corporate & Investment Banking* (CIB), que analiza los proyectos en cualquier geografía en la que tenemos control, representa al banco ante los grupos de interés, rinde cuentas ante la alta dirección y diseña el sistema de gestión, proponiendo la adopción de mejores prácticas y participando en la formación y comunicación de todos los aspectos relacionados con los PE.

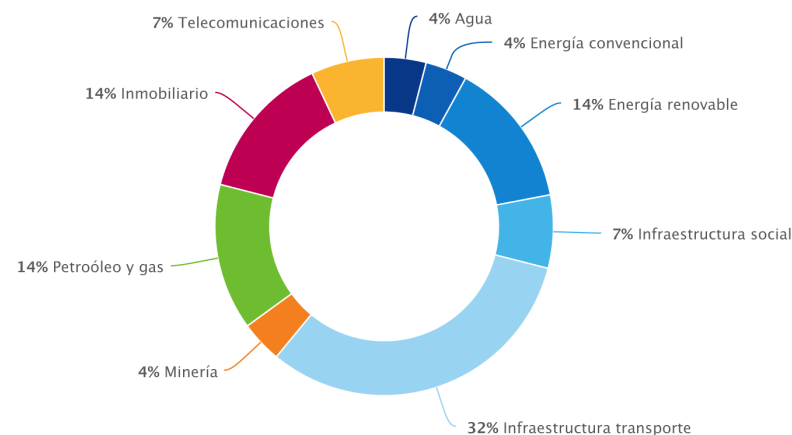
El análisis de los proyectos está incorporado en los procesos internos de estructuración, admisión y monitoreo. Cada transacción se somete a un proceso de *due diligence* ambiental y social que se inicia con la asignación de una categoría (A, B o C) conforme al proceso de categorización del IFC que refleja el nivel de riesgo e impacto ambiental y social del proyecto.

Datos de operaciones de Principios de Ecuador

	2013	2012	2011
Número de operaciones	28	59	91
Importe total (millones €)	7.934,3	23.172,8	33.157,3
Importe financiado por BBVA (millones €)	718,8	2.553,3	5.404,3

Alcance: Grupo BBVA

Además de la categorización de los proyectos, BBVA aplica una adicional en función del entorno en el que se ubican para tener una visión completa de los impactos del proyecto así como del medio natural y social en que se desarrollan.



Entre los avances del año, cabe destacar:

- Participación activa de BBVA en el proceso de revisión y actualización como miembro del *Steering Committee* de la Asociación de Principios de Ecuador y los Grupos de Trabajo de Comunicación y Riesgos Sociales.
- Incorporación de BBVA al Grupo de Trabajo de *Outreach* para América Latina, dedicado a debatir y proporcionar orientación sobre los PE a los bancos de la región.
- Creación del departamento de Riesgo Reputacional en CIB, responsable de la gestión de los Principios de Ecuador, de la Norma de Actuación en Materia de Defensa y del Compromiso en materia de derechos humanos en los negocios mayoristas.

- Revisión del procedimiento interno del banco para su adaptación a los PE efectivos a partir del 1 de enero de 2014.

- Publicación de la [información ambiental y social de los proyectos de inversión financiados y asesorados por el banco](#), que incluye la Evaluación de Impacto Ambiental y Social así como otra documentación no confidencial. Compartiendo esta información, BBVA pretende dar un paso en transparencia y contribuir a que se conozcan los impactos de su actividad en la sociedad y en el medio ambiente.

- Organización de un *webinar* sobre gestión de los derechos humanos en la financiación de proyectos que contó con la participación de representantes de bancos europeos y latinoamericanos, así como de instituciones financieras multilaterales.

- Edición del boletín trimestral para difundir entre los empleados de CIB la información más actual sobre temas sociales y ambientales relevantes para el sector financiero.

Categorización de proyectos de financiación y asesoramiento según los Principios de Ecuador

	Categoría	2013			2012			2011		
		Nº de Operaciones	Importe Total (millones €)	Importe financiado por BBVA (millones €)	Nº de Operaciones	Importe Total (millones €)	Importe financiado por BBVA (millones €)	Nº de Operaciones	Importe Total (millones €)	Importe financiado por BBVA (millones €)
Europa y Norteamérica	A	1	3.313	32	0	0	0	0	0	0
	B	11	2.406	360	18	9.550	1.071	43	23.060	3.069
	C	3	105	29	8	1.482	271	26	1.687	572
TOTAL Europa		15	5.824	422	26	11.033	1.341	69	24.748	3.641
América Latina	A	1	583	28	4	1.380	135	1	158	53
	B	6	766	176	19	3.652	781	13	5.381	1.245
	C	3	414	19	7	438	190	4	275	120
TOTAL América Latina		10	1.763	223	30	5.470	1.106	18	5.814	1.419
Resto Grupo	A	1	157	26	1	6.615	78	0	0	0
	B	1	22	22	2	56	28	2	690	161
	C	1	169	26	0	0	0	2	1.905	184
TOTAL Resto Grupo		3	348	74	3	6.670	106	4	2.595	345
TOTAL Grupo		28	7.934	719	59	23.173	2.553	91	33.157	5.404

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

9. Otras líneas estratégicas

9.3.2 Actividades con entidades multilaterales

Durante el año 2013 BBVA ha mantenido una extensa relación institucional y de negocios con las Instituciones Financieras Multilaterales (IFM) que contribuyen al desarrollo regional, tales como el Banco Mundial, el Banco Europeo de Inversiones (BEI), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Corporación Andina de Fomento (CAF). El Grupo también mantiene una relación de negocios con entidades supranacionales como el *European Financial Stability Facility* (EFSF).

Esta actividad abarca una amplia gama de productos y geografías, entre las cuales se encuentran la financiación de comercio internacional, la cofinanciación de proyectos, operaciones de intermediación financiera, emisiones de deuda en los mercados de capitales locales y operativas de Tesorería.

Nuestra relación estratégica con las IFM cobra especial relevancia en la actualidad, debido al papel anticíclico que vienen desempeñando las entidades multilaterales frente a la crisis financiera mundial.

Destacan varios ejes de actividad entre el Grupo BBVA y las IFM:

Financiación de comercio exterior

Los programas de comercio exterior son desarrollados por organizaciones supranacionales para promover actividades de comercio exterior en sus países de actuación. Ofrecen garantías parciales o totales a

bancos confirmadores para cubrir los riesgos políticos y comerciales en operaciones con bancos locales.

BBVA S.A. y todas sus filiales en América Latina participan en al menos un programa de *trade finance* de las IFM y es número uno mundial en el *ranking* de *trade finance* a corto plazo, según las *league tables* de *Dealogic*.

En América Latina, estos programas tienen el objetivo de promocionar el comercio interregional “sur a sur” de las pequeñas y medianas empresas locales, jugando BBVA un papel fundamental al contar con ocho bancos filiales y una amplia base de clientes en la región.

Intermediación financiera

BBVA participa de forma habitual en las operaciones de intermediación financiera de las IFM, tanto en Europa como en América Latina. Mediante estas operaciones, las IFM canalizan financiación a sectores prioritarios (por ejemplo, energías verdes, desarrollo urbano, pymes, sector exportación) para aquellas operaciones que cumplan con los criterios de elegibilidad exigidos.

La mayor parte de líneas intermediadas por el Grupo BBVA se destinan a los sectores de agroindustria, eficiencia energética y pymes.

En 2013, CAF aprobó una línea de 200 millones de dólares a cinco años para BBVA Continental, de los cuales 150 millones para operaciones a corto plazo y 50 a largo plazo.

BBVA es el banco seleccionado por el BEI para gestionar y financiar en España proyectos energéticos de desarrollo

urbano sostenible a través de la iniciativa JESSICA-FIDAE (*Joint European Support for Sustainable Investment in City Areas*). Esta iniciativa del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), gestionada por el BEI y cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) es un fondo para la financiación de proyectos de eficiencia energética y energías renovables.

En Perú, BBVA Continental mantiene vigente la «Línea Verde» con fondos del BID por 30 millones de dólares para la financiación de proyectos de eficiencia energética, energías renovables, producción limpia y construcción sostenible, así como la «Línea para Hydros» con fondos del IFC (International Finance Corporation) por 30 millones de dólares disponible exclusivamente para financiación de proyectos hidroeléctricos entre 3MW y 20 MW.

En 2013 se financiaron parcialmente dos operaciones dentro de la «Línea Verde» BID: Faja Transportadora Callao y la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales La Chira, completando el 100% de utilización de esta línea.

Desarrollo de mercados de capitales locales

BBVA participa en el desarrollo de los mercados de capitales mediante la estructuración de emisiones de deuda de las IFM, aportando nuevas fuentes de liquidez. En enero de 2013 actuamos como gestor (*Joint-Lead Manager*) de una emisión de BEI por importe de 250 millones de euros a siete años.

Igualmente, hemos participado en 13 emisiones públicas del EFSF y ESM por un importe agregado de 60.500

millones de euros, en los que BBVA ha participado con cinco millones de euros por emisión.

El EFSF es el organismo que vela por la estabilidad financiera en Europa en el marco del programa de ajuste macroeconómico, prestando ayuda financiera a los estados miembros mediante la emisión de bonos y otros instrumentos en los mercados de capitales.

9.4 Compras responsables

Durante el 2013, BBVA realizó compras por un importe total de 7.305 millones de euros, lo que supone seguir contribuyendo de manera importante, al desarrollo de nuestros 5.238 proveedores en todo el mundo.

Principios del proceso de compras en BBVA

La relación de BBVA con sus proveedores se rige por el [Código de Conducta](#) del Grupo y se basa en el respeto a la legalidad, integridad, concurrencia, objetividad, transparencia, creación de valor y confidencialidad.

Asimismo BBVA tiene establecidos unos principios de aplicación a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento que, en materia de compras, desarrollan el Código de Conducta.

En BBVA aspiramos a que nuestros proveedores compartan nuestros propios estándares en materia social y medioambiental y los valores impulsados por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Plan de compras responsables

En 2012 se aprobó la [Política de Compras Responsables](#) del Grupo, que tiene como objetivo integrar aspectos sociales y medioambientales en todo su proceso de aprovisionamiento para lo cual prevé un plan de medidas cuya implantación se ha iniciado en 2013:

- Se han priorizado las acciones a realizar de entre todas las previstas en el plan.
- Se han identificado empresas de economía social con quienes iniciar contactos para evaluar sus capacidades y su eventual homologación como proveedores de BBVA.
- BBVA trata de priorizar en sus compras a proveedores locales. Las operaciones de compra negociadas a nivel local por los diferentes países donde el Grupo opera representaron en 2013 un 92,5% del total adjudicado, en función del CIF del proveedor.
- En 2013 se ha establecido comunicación y negociaciones con distintos Centros Especiales de Empleo en España, habiendo fructificado alguna de ellas en contratos firmes que han supuesto importantes adjudicaciones -más de 2 millones de euros en el último

	2013	2012	2011
Número de proveedores	5.238	6.964	6.574
Volumen facturado por proveedores (millones €) ⁽¹⁾	7.305	5.832	5.437
Índice de satisfacción de proveedores ⁽²⁾	n.a.	81,2	n.a.
Número de proveedores homologados ⁽³⁾	940	989	731

(1) Pagos realizados a terceros. No incluye proveedores con importes inferiores a 100.000 €.

(2) Encuesta de realización bianual.

(3) Datos correspondientes a BBVA, S.A.

Alcance: Grupo BBVA

trimestre-. El volumen total de compras de BBVA a estos centros a lo largo del año ascendió a 2.772.083 euros.

Satisfacción de proveedores

Con el fin de medir el grado de satisfacción de sus proveedores, BBVA realiza entre ellos una encuesta con periodicidad bienal. Dicha encuesta se realizará en 2014; siendo el índice de satisfacción de los proveedores del Grupo en 2012 de un 81,2, sobre 100 puntos.

Homologación de proveedores

Durante 2013 se han realizado, en BBVA S.A, varios avances en el proceso de homologación de los proveedores, entre los que destacan:

- Un total de 988 proveedores que han finalizado el proceso de homologación en España. El 89% del importe de las compras realizadas en España han sido realizadas a proveedores homologados.
- La revisión del análisis financiero de proveedores y la definición de un nuevo modelo de análisis.
- Ampliación de la homologación abreviada ⁽¹⁾ a las empresas incluidas en el ranking Forbes 2000 y a sus filiales. Esta condición se refiere a proveedores cuya solvencia, calidad, consolidación y garantías están acreditadas de forma objetiva, lo cual simplifica su proceso de homologación.

Global Procurement System

Global Procurement System (GPS) es la plataforma tecnológica global que da soporte a todas las fases del Proceso de Aprovisionamiento en el Grupo BBVA (presupuestación, compras y finanzas). Los avances de

GPS en 2013 han sido los siguientes:

Se ha cubierto el ciclo completo de aprovisionamiento con GPS en México, Perú, Colombia, Chile, y Argentina; así como en determinadas Sociedades de España. Estando prevista la incorporación de la Sociedad BBVA, S.A. en enero de 2014. Con la incorporación de BBVA S.A., GPS se consolida como Plataforma Global de Aprovisionamiento del Grupo BBVA.

- Se ha incorporado una herramienta de aprovisionamiento por catálogo electrónico (SRM), de acceso vía web, destinada a realizar solicitudes de aprovisionamiento de manera descentralizada a lo largo de toda la organización (ya implantado en México y Chile, en curso en España y previsto más adelante en Colombia, Perú y Argentina).
- Se está trabajando en un portal de proveedores que establece un modelo global de relación online con éstos, homogéneo para todos los países. Este modelo implica dos proyectos: la integración de GPS y *Adquira Marketplace* (actualmente en México, Perú, Colombia y Chile) y el proyecto de facturación electrónica (previsto en España y México a lo largo del 2014).
- Asimismo se está llevando a cabo la implantación del modelo global de procesos de inmuebles, que cubre todo el proceso de gestión de bienes inmuebles del Grupo.

- Por último se ha definido un modelo global de gestión de mantenimiento e instalaciones, resultado del trabajo conjunto de las áreas corporativas y los equipos locales de México y España, países donde se implantará a lo largo del primer trimestre de 2014.

(1) BBVA, SA. tiene dos tipos de homologación: general y abreviada. En esta última el proceso documental y de

análisis se simplifica al realizarse sólo para proveedores cuya situación económica/financiera se considera acreditada de manera objetiva.

Proveedores (1) y facturación anual (2)

	2013		2012	
	Nº Proveedores	Facturación anual (millones €)	Nº Proveedores	Facturación anual (millones €)
Argentina	557	384	307	287
Bolivia	8	2	9	2
Chile	226	162	200	144
Colombia	261	211	194	164
Estados Unidos	584	457	428	402
España	1.902	2.424	4.357	2.531
México	905	2.965	825	1.756
Panamá	n.a.	n.a.	8	2
Paraguay	43	14	46	16
Perú	348	318	268	185
Portugal	78	32	74	34
Uruguay	56	26	12	4
Venezuela	270	310	236	306
TOTAL	5.238	7.305	6.964	5.832

Total Proveedores (3)

	2011		2013	
	Nº Proveedores	Facturación anual (millones €)	Nº Proveedores	Facturación anual (millones €)
Argentina	227	153	2.883	426
Bolivia	6	1	882	4
Chile	214	128	1.583	181
Colombia	171	132	3.033	236
Estados Unidos	480	468	3.662	501
España	4.020	2.535	42.995	2.501
México	767	1.540	5.850	3.065
Panamá	9	2	n.a.	n.a.
Paraguay	40	14	6.207	25
Perú	291	179	3.594	346
Portugal	75	30	1.091	38
Uruguay	54	18	598	32
Venezuela	220	238	1.024	325
TOTAL	6.574	5.437	73.402	7.681

(1) Se incluyen "proveedores" y acreedores.

(2) Pagos realizados a terceros (no se incluyen proveedores con importes inferiores a 100.000€). Criterio de caja.

(3) Se incluyen todos los proveedores, acreedores y terceros con facturación a BBVA sin límite de importe.

Alcance: Grupo BBVA

Índice de satisfacción de proveedores (1)

	2013	2012	2011
Argentina	n.a.	82	n.a.
Chile	n.a.	81	n.a.
Colombia	n.a.	84	n.a.
Estados Unidos	n.a.	82	n.a.
España	n.a.	79	n.a.
México	n.a.	77	n.a.
Perú	n.a.	77	n.a.
Venezuela	n.a.	86	n.a.
TOTAL	n.a.	81	n.a.

(1) Encuesta de realización bienal.

Alcance: Grupo BBVA

Homologación de proveedores en España

	2013	2012	2011
Nº de proveedores que han pasado por el proceso de homologación	940	989	731
Compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación (%) (1)	89	84	78
Nº de proveedores que no han superado el proceso de homologación	48	80	65

(1) El resto de compras son a proveedores que no reúnen los criterios internos para tener que pasar por el proceso de homologación.

Alcance: España

9.5 Ecoeficiencia

La principal expresión de nuestro compromiso con el medio ambiente y la gestión eficiente de los recursos naturales es el **Plan Global de Ecoeficiencia (PGE)**. Tras concluir el PGE 2008-2012, en 2013 hemos lanzado un nuevo Plan para el periodo 2013-2015, para el que nos hemos fijado los siguientes objetivos:

- Reducción del 6% en las emisiones de CO2 (objetivo por persona)
- Reducción del 3% del consumo de papel (objetivo por persona)
- Reducción del 3% del consumo de agua (objetivo por persona)
- Reducción del 3% del consumo de electricidad (objetivo por persona)
- Un 33% de personas trabajando en edificios con certificación ambiental

Principales indicadores del PGE(1)

	2013	2012	2011
Personas trabajando en edificios certificados (%) ⁽²⁾	17	25,7	19,1
Emisiones CO2 por persona (T)	2,8	3,1	3,3
Consumo de papel por persona (T)	0,1	0,1	0,1
Consumo de agua por persona (m3)	23,5	29,5	33,8
Consumo de electricidad por persona (MWh)	6,5	7,4	7,5

(1) Personas incluye empleados del banco y ocupantes externos.

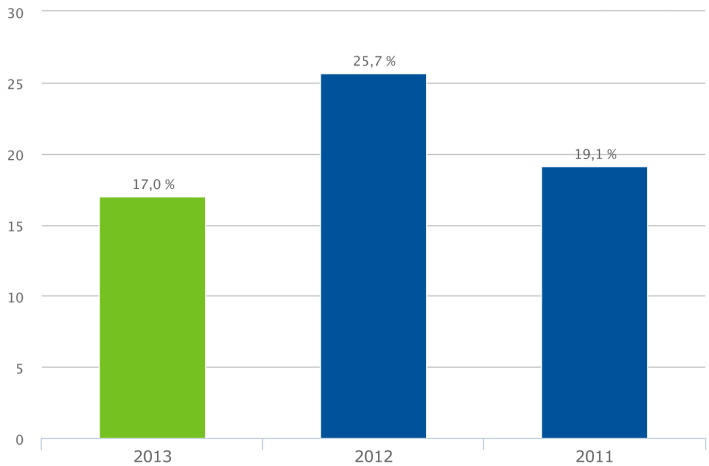
(2) Incluye certificaciones ISO 14001 y LEED.

Alcance: 2013 Grupo BBVA. 2012 y 2011 Banco

Este año hemos avanzando en la reducción de nuestra huella ambiental. En 2013 México no ha renovado las certificaciones ambientales dado que se encuentra en un periodo de transición hacia nuevos edificios, los cuales se espera que sean certificados a largo de 2014.

Desde el lanzamiento del primer PGE, BBVA trabaja en la implementación de iniciativas que ayuden a reducir nuestra huella ambiental, como la instalación

Personas trabajando en edificios certificados (%)



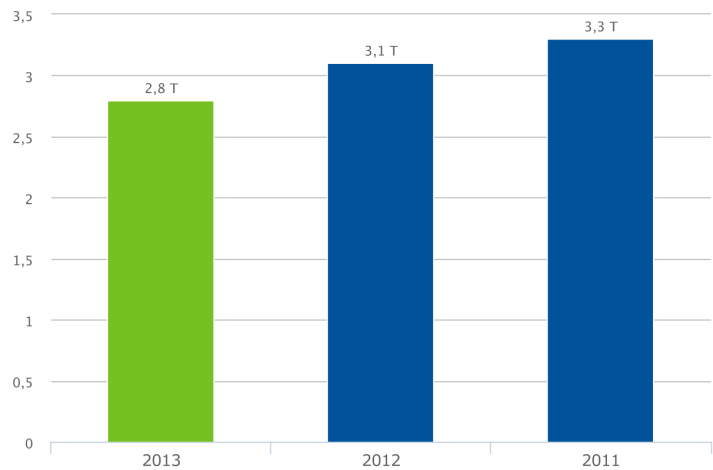
9. Otras líneas estratégicas

de sistemas de climatización e iluminación inteligentes, la digitalización de la documentación hacia un modelo de oficina “sin papeles”, los planes de telegestión y automatización de gestión energética de edificios y oficinas, las medidas de ahorro de agua en instalaciones, y la construcción de nuevos edificios de acuerdo a variables medioambientales. Los ahorros económicos estimados tras la implementación del PGE son de 1,5 millones de euros anuales.

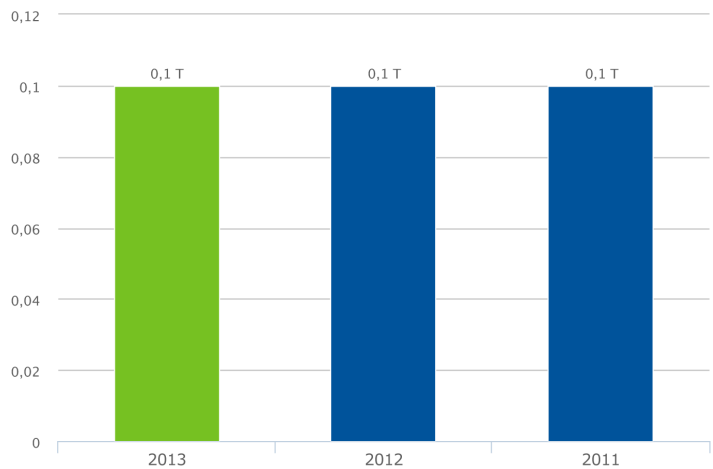
Durante el 2013 se han llevado a cabo iniciativas en el marco del PGE en todo el Grupo, entre las que cabe destacar las siguientes:

- Reducción del 6% en las emisiones de CO2 (objetivo por persona)
- Siete nuevos edificios del Grupo han sido certificados de acuerdo al estándar LEED en 2013 en Estados Unidos, y otros nueve están siendo construidos actualmente bajo estos criterios en España, México y Estados Unidos, Chile y Argentina. En total, 12 edificios del Grupo ya cuentan con esta certificación, en concreto: la sede BBVA en Paraguay, el Campus BBVA en España, y diez oficinas en Estados Unidos. En total, 1.643 empleados trabajan ya en estos edificios. La certificación LEED es el estándar de sostenibilidad en construcción de mayor prestigio internacional y evalúa aspectos como el emplazamiento del edificio, la gestión del agua, la calidad ambiental interior, los materiales utilizados y el comportamiento energético de la construcción.
- Instalación de sistemas más eficientes de iluminación, climatización y alumbrado en las oficinas de España y Portugal, Chile, Estados Unidos, Venezuela, México y Perú.

Emisiones CO2 por persona (T)



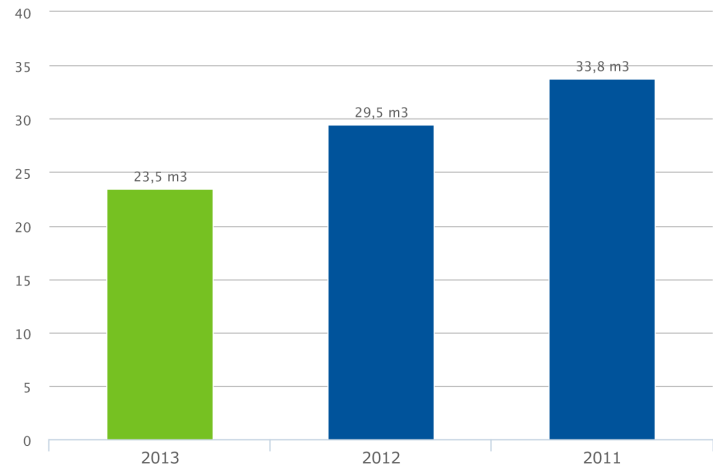
Consumo de papel por persona (T)



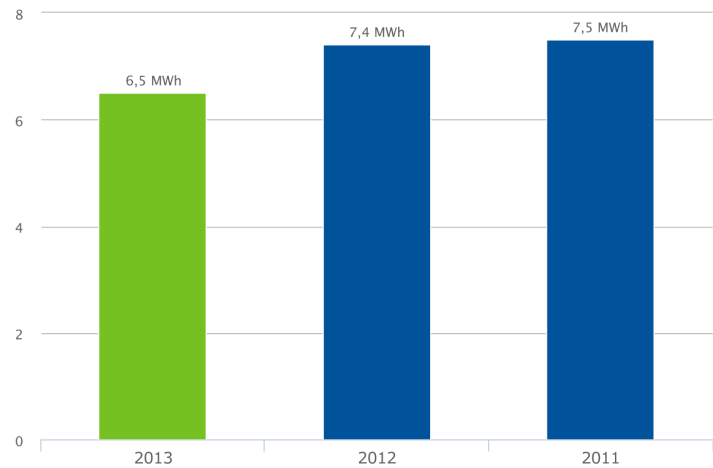
9. Otras líneas estratégicas

- Contratación de energía renovable para el 100% de las instalaciones desreguladas de BBVA Compass en Texas, y para el 10% de la energía que consume en España.
- Servicio de correspondencia virtual en España, a través del cual los clientes podrán consultar y gestionar su correspondencia en cualquier momento a través de Internet, sin necesidad de papel. Los clientes de BBVA Colombia también pueden consultar la información sobre sus estados de cuenta y del pago de facturas de manera electrónica a través del servicio de Extractos Virtuales.
- Digitalización de Servicios Centrales a través del reemplazo de las impresoras individuales o departamentales por los equipos multifuncionales, y de las asesorías documentales con las áreas para eficientar y optimizar procesos masivos de generación de papel. Este proceso nos ha permitido eliminar series documentales que no aportaban valor y rediseñar procesos que consumían papel de forma masiva.
- Acuerdo con Ecoembes para impulsar la recogida selectiva y el reciclado de los envases ligeros y el papel y cartón que se generan en las instalaciones en España. También se han realizado campañas de sensibilización interna de reciclaje en Chile, Estados Unidos, México y Colombia,
- Implantación de una herramienta informática de seguimiento de los indicadores del PGE y definición de protocolos de reporte de la información medioambiental a nivel global,
- Participación en la campaña La Hora del Planeta, durante la cual 552 edificios del Grupo apagaron sus luces.

Consumo de agua por persona (m3)



Consumo de electricidad por persona (MWh)



Consumo de agua de suministro público (m3)

	2013	2012 (1)	2011
España y Portugal (2)	403.781	474.460	500.595
México	628.663	604.493	616.145
Estados Unidos (3)	1.113.878	1.292.286	1.305.472
América del Sur	733.109	685.578	1.147.514
TOTAL	2.879.431	3.056.817	3.569.726

(1) Las cifras de USA y Argentina de 2012 se han actualizado según datos definitivos del ejercicio.

(2) El consumo de la red oficinas en España ha sido estimado a partir de una muestra de oficinas.

(3) Las cifras de USA únicamente incluye el consumo de edificios en propiedad.

Alcance: 2013 Grupo BBVA. 2012 y 2011 Banco

Consumo de papel (t)

	2013	2012 (1)	2011
España y Portugal	4.545	5.030	5.389
México	1.960	1.822	2.194
Estados Unidos	874	1.364	1.288
América del Sur	2.214	2.413	2.430
TOTAL	9.592	10.629	11.302

(1) Las cifras de Colombia y Argentina de 2012 se han actualizado según datos definitivos del ejercicio.

Alcance: 2013 Grupo BBVA. 2012 y 2011 Banco

Consumo de energía (MWh)

	2013	2012 (1)	2011
España y Portugal	260.372	244.970	233.374
Electricidad	246.280	235.583	225.119
Combustibles fósiles (2)	14.092	9.387	8.254
México	219.740	231.130	228.171
Electricidad	214.146	225.669	224.084
Combustibles fósiles (2)	5.594	5.461	4.087
Estados Unidos	143.230	140.341	143.995
Electricidad (3)	142.772	139.940	143.365
Combustibles fósiles (2)	458	401	630
América del Sur	193.977	172.575	199.002
Electricidad	191.396	169.612	195.264
Combustibles fósiles (2)	2.581	2.962	3.738
TOTAL	817.319	789.016	804.541
Electricidad	794.594	770.804	787.832
Combustibles fósiles (2)	22.725	18.211	16.710

(1) Las cifras de México y Argentina de 2012 se han actualizado según datos definitivos del ejercicio.

(2) Se incluye el consumo de gasoil, gas natural y gas LP.

(3) Las cifras de USA únicamente incluye el consumo de edificios en propiedad.

Alcance: 2013 Grupo BBVA. 2012 y 2011 Banco

Emisiones de CO2 (t) (1) (2)

	2013	2012	2011
España y Portugal	103.230	86.055	84.251
Electricidad	82.142	65.808	72.583
Combustibles fósiles	2.827	1.930	1.921
Viajes en avión	18.260	18.317	9.747
México	110.653	115.252	126.615
Electricidad	97.400	102.675	119.775
Combustibles fósiles	1.540	1.347	1.298
Viajes en avión	11.712	11.230	5.542
Estados Unidos	82.687	78.193	85.785
Electricidad	74.563	72.352	81.871
Combustibles fósiles	126	112	84
Viajes en avión	7.998	5.729	3.830
América del Sur	47.366	39.183	51.721
Electricidad	37.617	31.098	47.084
Combustibles fósiles	621	715	756
Viajes en avión	9.127	7.370	3.881
TOTAL	343.935	318.755	348.372
Electricidad	291.722	271.933	321.314
Combustibles fósiles	5.115	4.176	4.058
Viajes en avión	47.098	42.646	23.000

(1) Las cifras de México y Argentina de 2012 se han actualizado según datos definitivos del ejercicio.

(2) Los factores de emisión utilizados para el cálculo de las emisiones de CO2 por consumo de electricidad, combustible y viajes son actualizados en función de la mejor estimación disponible. En el caso de emisión de CO2 de electricidad para España para 2013 se ha utilizado el último factor publicado por UNESA para 2011 y en el caso del resto de los países del Grupo se ha utilizado el último factor disponible publicado por DEFRA. Se han recalculado las emisiones de viajes de avión y electricidad de 2012 y 2011 en función de los nuevos factores de conversión indicados por DEFRA en la revisión de 2013.

Alcance: 2013 Grupo BBVA. 2012 y 2011 Banco

Certificaciones ambientales

	2013	2012	2011
España y Portugal			
Edificios certificados	23	20	18
Empleados en edificios certificados (%)	41	35	38
México			
Edificios certificados	0	11	10
Empleados en edificios certificados (%)	0	35	10
Estados Unidos			
Edificios certificados	10	0	0
Empleados en edificios certificados (%)	8	0	0
América del Sur			
Edificios certificados	67	67	38
Empleados en edificios certificados (%)	13	15	15
TOTAL			
Edificios certificados	100	98	66
Empleados en edificios certificados (%)	17	26	19

Alcance: 2013 Grupo BBVA. 2012 y 2011 Banco

Residuos gestionados (kg)

	2013	2012	2011
España y Portugal	482.447	433.127	705.080
Papel	260.711	358.708	654.814
Tóners	131.161	10.930	11.263
Aparatos eléctricos y electrónicos	68.100	55.794	35.667
Material donado	1.944	7.695	3.336
Residuos peligrosos	20.531	n.d.	n.d.
México	1.147.570	736.310	458.416
Papel	1.088.058	710.797	443.768
Tóners	n.d.	n.d.	n.d.
Aparatos eléctricos y electrónicos	59.512	24.233	11.702
Material donado	n.d.	1.280	2.946
Residuos peligrosos	n.d.	n.d.	n.d.
Estados Unidos	2.549.312	3.913.798	3.967.006
Papel	2.478.601	3.876.932	3.964.222
Tóners	615	1.193	2.784
Aparatos eléctricos y electrónicos	70.096	35.673	n.d.
Material donado	n.d.	n.d.	n.d.
Residuos peligrosos	n.d.	n.d.	n.d.
América del Sur (1)	277.880	1.494.651	961.600
Papel	199.777	1.392.424	875.161
Tóners	10.810	14.054	12.832
Aparatos eléctricos y electrónicos	66.408	87.300	72.682
Material donado	885	873	925
Residuos peligrosos	n.d.	n.d.	n.d.
TOTAL	4.457.209	6.577.886	6.092.102
Papel	4.027.147	6.338.861	5.937.965
Tóners	142.586	26.177	26.879
Aparatos eléctricos y electrónicos	264.116	203.000	120.051
Material donado	2.829	9.848	7.207
Residuos peligrosos	20.531	n.d.	n.d.

(1) Las cifras de Argentina de 2012 se han actualizado según datos definitivos del ejercicio.

Alcance: 2013 Grupo BBVA. 2012 y 2011 Banco

9.6 Ciencia y cultura

La Fundación BBVA

La línea de trabajo de Ciencia y Cultura del plan se articula básicamente a través del apoyo a la investigación avanzada y el desarrollo del conocimiento de las líneas de actividad de la Fundación BBVA.

La [Fundación BBVA](#) nace del compromiso del Grupo BBVA por mejorar la calidad de vida de las personas, con la misión de atender las principales aspiraciones de la sociedad a la que sirve: el cuidado de la salud, la conservación del medioambiente y la promoción del conocimiento, la innovación y la cultura.

Son actuaciones, como todas las de la Fundación BBVA, diseñadas siguiendo criterios de innovación, observación de principios éticos y capacidad de proyección futura, y llevadas a cabo en colaboración con las principales instituciones científicas y culturales nacionales e internacionales.

Dentro del objetivo social prioritario que supone el cuidado de la salud, la alta prevalencia del cáncer hace de la lucha contra esta enfermedad uno de los retos más acuciantes. La investigación, ya sea básica o clínica, es la mejor herramienta con que hacerle frente. En ella se centran algunos de los principales proyectos, como el Programa Fundación BBVA-CNIO de Biología Celular del Cáncer dirigido por el Dr. Erwin Wagner en el Centro Nacional de Investigaciones Oncológicas (CNIO).

Igualmente, el Dr. Joan Massagué, del Sloan-Kettering Cancer Center de Nueva York, y el Dr. Roger Gomis,

del Institut de Recerca Biomèdica de Barcelona (IRB), lideran un proyecto dirigido a desvelar los mecanismos de la metástasis, que incluye un programa de formación avanzada y diversas iniciativas de difusión.

También desde el Sloan-Kettering Cancer Center de Nueva York, pero en colaboración con el Hospital Vall d'Hebron, el Dr. José Baselga coordina el programa para la identificación de biomarcadores tumorales y su aplicación en nuevas terapias, liderado en el hospital catalán por el Dr. Josep Tabernero.

En el área de Cultura, el compromiso de la Fundación BBVA se traduce en un apoyo constante a las artes plásticas, la música y la literatura. Una muestra importante son las colaboraciones con el Museo Nacional del Prado, el Museo Guggenheim Bilbao y la Fundación Miró de Barcelona, que prevén la organización de una gran exposición anual en cada uno de estos organismos. También con el Museo de Bellas Artes de Bilbao la Fundación BBVA mantiene una colaboración estrecha.

Este año se ha firmado, además, un convenio con el Museo Thyssen-Bornemisza para desarrollar el Programa de aplicaciones, publicaciones digitales y conocimiento educativo, que ofrece una gran variedad de aplicaciones y ediciones de alta calidad científica y técnica para smartphones, tabletas y libros electrónicos. La colaboración aspira a enriquecer la experiencia de acceso al arte de un público cada vez más amplio; su primer producto, la aplicación Obras escogidas, recorre siete siglos de historia a través de 143 obras maestras de 131 artistas, entre ellos Rembrandt, Rubens, Holbein, Caravaggio, Degas, Monet, Picasso, Kandinsky, Rothko o Hopper.

La Fundación BBVA se ha destacado por su apoyo a la música desde distintos planos: la creación y composición; la grabación y difusión de las obras de nuestros principales compositores de varias generaciones; la interpretación; y los premios. La Fundación mantiene acuerdos con el Teatro Real de Madrid; la Joven Orquesta Nacional de España (JONDE); el Teatro de la Maestranza de Sevilla; la Real Orquesta Sinfónica de Sevilla (ROSS); la Escuela Superior de Música Reina Sofía; la Asociación Bilbaína de Amigos de la Ópera (ABAO); la Orquesta y Coro de la Comunidad de Madrid (ORCAM); la Orquesta Sinfónica de Madrid (OSM); la Orquesta Sinfónica de Euskadi, y, desde este año, con el Gran Teatro del Liceo de Barcelona.

Además, la Fundación BBVA se ha incorporado este año a la celebración del Tricentenario de la Real Academia Española (RAE) patrocinando la edición de *La lengua y la palabra*, obra que repasa la historia y los retos actuales de la RAE y que analiza la evolución de la palabra, del habla de la lengua española y de su estudio científico, de la mano de académicos y expertos nacionales e internacionales. La obra *La lengua y la palabra* ha sido presentada al público en la sede de la Fundación BBVA en Madrid, con la participación de cuatro de sus autores, académicos de la RAE.

El análisis económico y social de algunas de las principales dimensiones de la sociedad en un contexto global son objeto de la actividad de la Fundación BBVA y este año se han concretado en el Estudio *Values and Worldviews*, que examina un amplio conjunto de percepciones, actitudes y valores centrales de los ciudadanos de 10 países europeos y que ha tenido una amplia repercusión mediática.

La difusión del conocimiento generado por la ciencia básica es la finalidad del ciclo La ciencia del cosmos, la ciencia en el cosmos, del que se está celebrando este año la tercera edición. Todas las conferencias de este ciclo de astrofísica y cosmología, impartidas por expertos de primera fila internacional, han tenido un gran éxito entre el público y están ya accesibles en la web de la Fundación.

La Fundación BBVA promueve distintas familias de premios para ofrecer reconocimiento y visibilidad a quienes contribuyen de forma esencial a mejorar la vida de las personas.

Los Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento transmiten a la comunidad internacional las mejores cualidades de la ciencia española, que participa en ellos a través de la principal institución española de investigación multidisciplinar, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). La proyección internacional de los Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento se ha enfocado en su rigor, garantizado por jurados compuestos por expertos en la vanguardia de la ciencia que actúan con absoluta independencia. La excelente acogida brindada por la comunidad científica mundial a esta familia de galardones se refleja, además, en la procedencia de las candidaturas, presentadas por expertos de las instituciones académicas y de investigación más prestigiosas del planeta.

9. Otras líneas estratégicas

Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento 2013	Galardonado
Ciencias Básicas (Física, Química y Matemáticas)	Maximilian Haider, Harald Rose y Knut Urban
Biomedicina	Adrian Bird
Ecología y Biología de la Conservación	Paul R. Ehrlich
Cambio Climático	Christopher Field
Tecnologías de la Información y la Comunicación	Marvin Minsky
Economía, Finanzas y Gestión de Empresas	Elhanan Helpman
Cooperación al Desarrollo	ONG Pratham
Música Contemporánea	Steve Reich

Los Premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad son fruto del compromiso de la Fundación con el medioambiente. Con estos galardones la Fundación BBVA reconoce a organizaciones e instituciones que desarrollan, en España y en Latinoamérica, acciones de conservación de hábitats, especies o ecosistemas, así como el esfuerzo de comunicadores que difunden el conocimiento sobre la naturaleza y la necesidad de protegerla.

9.6.1 Iniciativas culturales

El Grupo BBVA desarrolla un programa de actividades culturales en los países en los que está presente.

En 2013 destaca el lanzamiento de la web de la [Colección BBVA](#) que muestra su colección de obras de arte en España.

La Colección BBVA cuenta con 17.487 obras, de las que 3.000 son relevantes, que se ha formado con las aportaciones de los principales bancos que han dado

lugar al grupo hasta convertirla en uno de los conjuntos artísticos privados más importantes de España. El espacio virtual de la colección BBVA incluye 400 obras de pintura, escultura, artes decorativas y numismática con cinco siglos de historia: desde Van Dyck, Murillo, Goya o Sorolla, hasta autores contemporáneos como Miró, Saura, Tàpies, Barceló, Chillida, Oteiza o Cristina Iglesias.

Las obras maestras de la Colección BBVA se mostraron al público en años anteriores en exposiciones propias organizadas en España y en muchos países americanos. Ahora, la colección se muestra a los aficionados al arte y a la sociedad en general, en un espacio digital.

Los usuarios de la nueva web van a poder reflexionar, disfrutar y acercarse a la Colección BBVA de un modo personalizado gracias a una herramienta cercana, sencilla, de diseño atractivo, que incorpora material multimedia y permite estudios visuales. La web ha utilizado la técnica fotográfica de gigapixel para mostrar sus cuadros con altísima resolución, y está preparada para su visualización

9. Otras líneas estratégicas

en todo tipo de dispositivos, con una versión específica para su navegación desde *smartphones*.

La web de la Colección BBVA ha recibido 34.617 visitas de cerca de 29.000 personas desde su publicación en septiembre de 2013, que han permanecido una media de 2 minutos en la web durante su visita.

En México, BBVA Bancomer continúa realizando actividades artísticas, educativas y culturales de forma directa o por medio del otorgamiento de apoyos económicos a creadores, académicos, gestores e instituciones para impulsar el desarrollo, conservación y difusión de la cultura en México. Destaca la organización de la Exposición de la Colección Bancomer «Paralelismos» así como la promoción de artistas e investigadores a través del Fondo de Apoyo a la Artes, con 54 proyectos de 730 artistas apoyados en el año, y el programa «Bancomer/ MACG Arte Actual» que beca a 10 artistas.

Los países de América Latina desarrollan asimismo un programa cultural con diversas iniciativas de apoyo al arte y la música.

En Turquía, destaca SALT, institución cultural para proteger y promover el patrimonio cultural, que lleva a cabo varios programas en distintos ámbitos, tales como el arte contemporáneo, la historia social y económica, la arquitectura, el diseño y la vida urbana, creada por Garanti Bank en 2011. Desde el inicio, los 3 espacios SALT han celebrado 25 exposiciones, 300 eventos, 100 visitas guiadas y talleres de actividades dirigidos a estudiantes, y actividades en talleres. A finales de 2013, cerca de 730.000 personas visitaron SALT.

Además, Garanti organiza desde 2004 el Festival de cine infantil «MiniBank», con el objetivo de llevar la experiencia del cine a niños de zonas rurales de Turquía sin acceso al arte del cine, y en el que han participado unos 70.000 niños.

9.7 Innovación

La innovación es uno de los ejes principales de nuestra estrategia de grupo, y consideramos que es la palanca para el crecimiento no sólo de nuestro negocio sino de toda la sociedad.

Así, trabajamos para apoyar la innovación tecnológica e innovar en el negocio desarrollando nuevos productos y servicios, y apostamos por la innovación abierta, que conlleva escuchar y entender lo que está pasando en el ecosistema de la innovación a nivel global.

Valoramos el talento colectivo, buscamos de forma consciente y explícita el apoyo de otros para enriquecer las ideas con nuevas perspectivas. Los [Centros de Innovación BBVA](#) en España, México y Colombia, actúan como impulsores de nuevas iniciativas y dinamizadores de una comunidad innovadora.

Innovación para el negocio

Por su parte, BBVA es pionero en el desarrollo de iniciativas de innovación para en negocio. Destacan en 2013;

- «[BBVA Game](#)», iniciativa pionera de aplicación de técnicas de gamificación al ámbito bancario. El planteamiento original de BBVA nace al aplicar mecánicas y dinámicas de juego orientadas a mejorar el aprendizaje

9. Otras líneas estratégicas

en el uso de la web de su banco en España. De forma sencilla, los usuarios se divierten aprendiendo a realizar la operativa habitual con su entidad financiera (consultas, transferencias, contrataciones, etc.) de una forma cómoda desde cualquier lugar y sin necesidad de depender del horario de una oficina bancaria. En su primer año de vida, «BBVA *Game*» ha incrementado la satisfacción de los usuarios en un 18% y más que doblado el tiempo medio de permanencia del usuario en la web. Actualmente cuenta con más de 170.000 usuarios, que valoran la webbbva.es en ocho puntos sobre diez.

- «*Wizzo*», aplicación web y móvil dirigida a jóvenes para manejar su dinero de forma ágil y sencilla lanzada a finales de año y está abierta a todo el público, sea o no cliente de BBVA. Permite, enviar dinero entre sus usuarios sin necesidad de conocer su cuenta corriente, de la misma manera que se envía un SMS. Si el destinatario no está aún en Wizzo, recibe un código para acceder a la aplicación y recoger al dinero que le ha sido enviado.

- «*BBVA Wallet*», aplicación móvil que se ha lanzado este año en España y que permite a sus clientes gestionar las transacciones de sus tarjetas de manera rápida y segura a través de sus smartphones, desde activar y bloquear tarjetas hasta almacenar una foto de los recibos con el movimiento de cada compra o financiar los pagos efectuados con tarjetas de crédito BBVA en el momento de la compra o con posterioridad. El usuario también puede contratar una tarjeta *Wallet* virtual, que puede recargar y vincular a otras tarjetas o cuentas de las que sea titular.

- Programa «*Pasión>ie*»: “Pasión por innovar y emprender”, liderado por Accenture e IE Business School,

en colaboración con el Centro de Innovación de BBVA. Tiene como objetivo acercar la comunidad innovadora al sector empresarial para posibilitar el apoyo conjunto a ideas de emprendedores con gran proyección de futuro. «*Pasión>ie*» selecciona en cada edición 12 proyectos que apoya con promoción, comercialización, formación, mentorización, asesoría jurídica especializada y acceso a financiación pública y privada.

Innovación tecnológica

En 2013 se han puesto en marcha nuevas iniciativas de innovación tecnológica y se han consolidado otras que ya estaban en marcha. Destacan;

- «*BBVA Open Talent*», que celebró su quinta edición como programa de apoyo al emprendimiento innovador. Este programa se concreta en una competición de emprendedores en el que se identifican y premian los mejores proyectos de menos de dos años relacionados con la innovación tecnológica y el sector bancario. Cuentan con una inversión de 100.000 euros, bien en forma de acuerdo de colaboración, bien como participación en el capital de la nueva empresa. En 2013 se inscribieron 916 proyectos de 24 países, destacando el número de participantes de Colombia, Argentina, México y Perú. La próxima edición de la startup competition comenzará en el primer trimestre de 2014.

- Colaboración con la plataforma *Mujer, Empresa y Tecnología (MET)* para desarrollar conjuntamente un programa de *mentoring* dirigido a mujeres emprendedoras. *MET Community* es una plataforma colaborativa internacional con presencia en España,

Estados Unidos y América Latina compuesta por profesionales que desean contribuir al desarrollo empresarial a través del impulso de la diversidad, el emprendimiento femenino y la innovación social. En 2013 desarrollamos el [Foro de Emprendimiento Femenino e Innovación Social](#) de Colombia, en el que se contaron casos de éxito y contó con el programa de *mentoring* para emprendedoras.

- Participación del Centro de Innovación de BBVA en [EmTech](#), la conferencia más importante del mundo sobre tecnologías emergentes, organizada por la revista *MIT Technology Review* del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). El Centro de Innovación BBVA participa como *partner global* en España y Latinoamérica. Los premios *MIT Technology Review Innovadores Menores de 35* reconocen cada año el trabajo de jóvenes que están desarrollando proyectos que dan solución a problemas reales, en campos como la innovación, la tecnología y la investigación. En 2013 se han llevado a cabo las ediciones de ediciones de premios en México, España, Argentina y Uruguay, Perú, Chile y se han comenzado a preparar las ediciones de Colombia, Brasil y Centroamérica.

- [Innova Challenge](#), iniciativa de BBVA que trata de promover la cultura abierta y colaborativa entre el banco y una comunidad activa de desarrolladores con valores afines con el objetivo de hacerles participar en nuestro proceso creativo y de desarrollo tecnológico.

En la primera edición de *Innova Challenge*, el protagonista es el [Big Data](#), que describe el conjunto de procesos, tecnologías y modelos de negocio que están basados en

datos y en capturar el valor que éstos encierran. BBVA está trabajando para poner en valor la gran cantidad de datos que maneja. Así, está preparando una herramienta que permitirá a empresas e instituciones públicas tomar decisiones a partir de estos datos y que éstas sean más eficientes y favorezcan la mejora en la calidad de vida de los ciudadanos.

Algunos ejemplos actuales de uso dentro del banco son análisis de riesgos más allá de la contabilidad o historial financiero del cliente, ubicación óptima de cajeros y sucursales, o adecuación de la oferta de productos a las necesidades reales de los clientes.

Innovación abierta

El Centro de Innovación BBVA se ha consolidado como un punto de encuentro para la comunidad de emprendimiento. A través de distintos eventos y acciones de conexión con el ecosistema con colaboraciones como [«Iniciador»](#), [«Hacks & Hackers»](#), [«Cloudstage»](#), [«Marketing Thinkers»](#), [«Adventure Network»s](#) y distintos investors days, se ha facilitado la difusión de la actividad emprendedora, *networking*, conocimiento de herramientas, formación, etc.

La [web del Centro de Innovación BBVA](#) es un escenario donde interactuamos con el resto de la comunidad virtual. En ella se difunde información sobre los eventos que tienen lugar en el Centro y, además, trabajamos por que se convierta en un altavoz de aquellas iniciativas, *start-ups* o proyectos de emprendimiento que consideramos interesantes. El [blog Open Talent](#), abierto a colaboraciones de emprendedores, les aporta contenidos y experiencias de interés.

En línea con esta metodología de innovación abierta, en 2013 se ha creado «*Open Innovation*», un canal de relación con universidades y escuelas de negocio que tiene como objetivo obtener propuestas de solución a problemas y retos reales de BBVA, que identifica los retos que requieren solución, las escuelas adecuadas en cada caso y efectúa seguimiento a las soluciones aportadas. En España hemos trabajado con el Instituto de Empresa, ESADE e ICADE, a través de retos planteados desde diversas áreas del Grupo. En total, 155 alumnos de estas escuelas de negocio han presentado 21 propuestas para cuatro retos planteados.

En Chile, se ha desarrollado un programa de innovación abierta <<Innova BBVA>>, en el cual se convoca cada año a *startups* chilenas y extranjeras a desarrollar proyectos en el ámbito de productos/servicios bancarios, financieros y/o adyacentes, pudiendo llegar a convertirse el banco en socio empresarial para la ejecución, construcción, comercialización y escalamiento de los proyectos seleccionados. En las últimas dos convocatorias se han presentado más de 1.000 proyectos y se han seleccionado nueve proyectos ganadores entre los que se encuentran «*InPact.me*», «*GoSocket*» o «*Agent Piggy*».

10.

Objetivos
de negocio
responsable

10 OBJETIVOS DE NEGOCIO RESPONSABLE

	Objetivos 2015
Comunicación TCR	
Percepción de banco claro y transparente ⁽¹⁾	1º/2º banco
Educación	
Número de personas beneficiadas del programa de educación financiera ⁽²⁾	1.000.000
Percepción de apoyo a la educación financiera ⁽¹⁾	1º/2º banco mejor percibido
Número de pymes beneficiadas por programas de formación para los negocios ⁽²⁾	8.000
Número de becas anuales para niños desfavorecidos ⁽²⁾	200.000
Número de personas beneficiadas de programas de educación para la sociedad ⁽²⁾	2.000.000
Productos de alto impacto social	
Consolidar presencia de la Fundación Microfinanzas en América Latina ⁽²⁾	Aumento del número de clientes de las entidades microfinancieras
Número de ayudas concedidas a pymes para crear empleo (programa Yo soy empleo) ⁽²⁾	10.000
Clientes	
Reputación externa de clientes ⁽¹⁾	1º/2º banco con mejor reputación
Equipo	
Reputación interna empleados ⁽¹⁾	+2 puntos en reputación
Sociedad	
Reputación externa de no clientes ⁽¹⁾	1º/2º banco con mejor reputación
Reputación en ciudadanía ⁽¹⁾	1º/2º banco con mejor reputación
Índice sintético de sostenibilidad	1ª/2ª posición en índice
Ecoeficiencia⁽³⁾	
% reducción emisiones CO2 por persona	6%
% reducción consumo de papel por persona	3%
% reducción consumo de agua por persona	3%
% reducción consumo de energía por persona	3%
% Personas trabajando en edificios certificados	33%

(1) Indicadores de reputación RepTrak®, medidos en los ocho principales países en los que está presente BBVA (España, México, Argentina, Chile, Perú, Venezuela, Colombia y Estados Unidos).

(2) Objetivo para el periodo 2013-2015.

(3) Objetivos del Plan Global de Ecoeficiencia 2013-2015.

Alcance: Grupo BBVA

11.

11. Criterios y estándares de la información

11 Criterios y estándares de la información

11.1 Criterios del informe

La información reportada corresponde al Grupo BBVA y al año 2013, e incluye datos comparativos referentes al 2011 y 2012 con indicación del alcance de los mismos. Si en algún caso han existido modificaciones de los datos históricos por mejoras en las métricas, cuando se ha recalculado la serie histórica, se ha incluido una explicación de dicha modificación. No se ha consolidado información social y medioambiental de los negocios conjuntos, los cuales se integran en las Cuentas Anuales por el método de la participación. La sociedad multigrupo más significativa es Garanti.

Entre los avances de este año relativos a nuestro proceso de *reporting*, destacamos:

- Nuestro análisis de materialidad ha tomado un papel más relevante, y está basado en la investigación realizada en 2013 para conocer las expectativas de nuestros principales grupos de interés y conocer lo que esperan de un banco que hace negocio responsable. El resultado de esta investigación ha sido la base sobre la que hemos formulado nuestro Plan de Negocio Responsable 2013-2015. Esta información anual ha sido desarrollada de acuerdo a las líneas estratégicas definidas por este nuevo Plan.

- Continuamos trabajando para lograr una mayor integración de la información financiera y no financiera (también llamada ESG) en la información corporativa, fruto

de una estrecha colaboración entre las áreas de *Global Accounting & Information Management* y Responsabilidad y Reputación Corporativas. El resultado de esta colaboración ha dado lugar al cuarto informe integrado de BBVA, “BBVA en 2013”, de acuerdo a las tendencias de *reporting* promovidas por el *International Integrated Reporting Council (IIRC)*.

- Por primera vez se incluye información sobre las principales iniciativas desarrolladas por Garanti en materia de Responsabilidad Corporativa.

En la determinación de la relevancia y materialidad de los contenidos a incluir, se han tenido en cuenta las expectativas y demandas informativas de los principales grupos de interés de BBVA, con una continuidad en los procesos de consulta, según las recomendaciones establecidas en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (versión 3 2006), de Global Reporting Initiative (GRI), y de la norma AA1000 que comprende la Norma de Principios de AccountAbility AA 1000APS (2008).

La presente información se completa con el Informe BBVA en el 2013 y con las Cuentas Anuales Consolidadas e Informe de Gestión 2013, además de otras informaciones disponibles en la web de accionistas e inversores de BBVA.

Referencias básicas y estándares internacionales

Esta información ha sido elaborada de acuerdo a la Guía para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI G3.0), con un nivel de aplicación

A+, y de la que se incluye información sobre los indicadores centrales y del suplemento financiero. Además, sigue la norma AA1000 APS de Accountability. Asimismo, esta información da respuesta al Informe de Progreso 2012 del Pacto Mundial de las Naciones Unidas e incluye las actuaciones relativas a los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas.

Como motivo de la reciente aprobación de la guía GRI G4, aplicable a partir del 1 de enero de 2016, BBVA ha desarrollado un análisis para identificar el impacto de la aplicación del nuevo estándar para alcanzar un nivel “comprehensive” en su informe de 2014.

Rigor y verificación

La sistematización y gestión de información nos permite proporcionar una sólida fuente de contenidos. El auditor externo, Deloitte, revisa la información según el alcance incluido en el Informe de revisión independiente. Las recomendaciones puestas de manifiesto en estos procesos de revisión son objeto de un plan de acción que asegure su implantación.

11.2 Indicadores GRI

PERFIL	2013
1. Estrategia y Análisis	Referencia
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	Carta del Presidente
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	BBVA en 2013 (Pág. 84-122) CCAA (Pág. 33-57 y 169-173) Impacto en la sociedad Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Asuntos sensibles
2. Perfil de la organización	Referencia
2.1 Nombre de la organización.	Perfil de BBVA
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	BBVA en 2013 (Pág. 8 y 26-29)
2.3 Estructura operativa de la organización.	BBVA en 2013 (Pág. 8-13) Organigrama y estructura de negocio
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	Perfil de BBVA
2.5 Número de países en los que opera la organización.	Perfil de BBVA CCAA (Pág. 42-43)
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	CCAA (Pág. 15) IGC (2-6)
2.7 Mercados servidos.	Perfil de BBVA
2.8 Dimensiones de la organización informante.	Perfil de BBVA
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Perfil de BBVA BBVA en 2013 (Pág. 47-57) CCAA (Pág. 80-83) Criterios del informe
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Premios y reconocimientos de RSC

11. Criterios y estándares de la información

3. Parámetros de la memoria	Referencia
PERFIL DE LA MEMORIA	
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	Criterios del informe
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	Criterios del informe
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Criterios del informe
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	Contacto (bancaparatodos.com)
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	Diálogo con los grupos de interés y análisis de materialidad Criterios del informe
3.6 Cobertura de la memoria.	Criterios del informe
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	Criterios del informe
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.	Criterios del informe CCAA (Pág. 18-20)
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.	Datos básicos Criterios del informe
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.	Datos básicos Criterios del informe
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	Criterios del informe

3. Parámetros de la memoria	Referencia
CRITERIOS DEL INFORME	
3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	Indicadores GRI
VERIFICACIÓN	
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.	Criterios del informe Informe de revisión independiente (Deloitte)
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	Referencia
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.	Sistemas de gobierno Sistemas de gobierno y gestión de la RC IGC (Pág. 8-36)
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 (Pág. 10)
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	IGC (Pág.10-12)
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Herramientas de diálogo Condiciones laborales IGC (Pág. 6-8) Web de Accionistas e Inversores BBVA
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).	Compensación y remuneración IGC (Pág. 34, 64, 74 y 75) Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros de BBVA

4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	IGC (Pág. 37-38)
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 (Pág. 19-20)
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.	Principios, valores y política de RC Estándares de conducta Compromisos internacionales suscritos
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.	Sistemas de gobierno y gestión de la RC Estándares de conducta IGC (Pág. 39-44)
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	IGC (pag. 19-20)
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS	
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Ecoeficiencia CCAA (Pág. 88-92)
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Compromisos internacionales suscritos Principios de Ecuador Educación
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	Compromisos internacionales suscritos Principios de Ecuador

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Herramientas de diálogo
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Análisis de materialidad
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.	Herramientas de diálogo
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	Asuntos relevantes Asuntos sensibles

Enfoques de gestión y dirección / Indicadores centrales

DIMENSIÓN ECONÓMICA	Referencia	Alcance de verificación
Información sobre el enfoque de gestión	Perfil de BBVA Negocio responsable Riesgos sociales, ambientales y reputacionales BBVA en 2013 (Pág. 22-27)	
DESEMPEÑO ECONÓMICO		
EC1: Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Datos básicos	✓

11. Criterios y estándares de la información

EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Ecoeficiencia Respuestas CDP	✓ (1)
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Compensación y remuneración Condiciones laborales CC.AA. (Pág. 139-145)	✓
EC4. Ayuda financieras significativas recibidas de gobiernos.	Selección, formación y desarrollo	✓ (2)
PRESENCIA EN EL MERCADO		
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	Compras responsables	✓
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Selección, formación y desarrollo	✓
IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO		
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.	Educación Productos de alto impacto social Social engagement y voluntariado Ciencia y cultura Innovación	✓
DIMENSIÓN AMBIENTAL (a)	Referencia	Alcance de verificación
Información sobre el enfoque de gestión	Principios de Ecuador Estándares de conducta Ecoeficiencia	
MATERIALES		
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	Ecoeficiencia	✓
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	Ecoeficiencia	✓

11. Criterios y estándares de la información

ENERGÍA		
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Ecoeficiencia	✓ (3)
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Ecoeficiencia	✓ (3) (4)
AGUA		
EN8. Captación total de agua por fuentes.	Ecoeficiencia	✓ (3)
BIODIVERSIDAD		
EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No material *	
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 la áreas protegidas	No material *	
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS		
EN16: Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Ecoeficiencia	✓ (3) (12)
EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Ecoeficiencia	✓ (3)
EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No material *	
EN 20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No material *	
EN 21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	No material *	
EN22: Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento.	Ecoeficiencia	✓
EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No material *	

PRODUCTOS Y SERVICIOS		
EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	Principios de Ecuador	✓(5)
EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil , por categorías de productos.	No material *	
CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
EN28. Coste de la multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Estándares de conducta	✓
DIMENSIÓN SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO (b)	Referencia	Alcance de verificación
Información sobre el enfoque de dirección	Equipo	
EMPLEO		
LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Equipo	✓
LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad , sexo y región.	Diversidad y conciliación	✓
RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES		
LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	Condiciones laborales	✓(2)
LA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Condiciones laborales	✓(5)
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Condiciones laborales	✓(6)

11. Criterios y estándares de la información

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.	Condiciones laborales	✓
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN		
LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Selección, formación y desarrollo	✓ (7)
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	Diversidad y conciliación IGC (Pág. 5-7)	✓ (8)
LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Compensación y remuneración	✓
DIMENSIÓN SOCIAL: DERECHOS HUMANOS(c)	Referencia	Alcance de verificación
Información sobre el enfoque de dirección	Estándares de conducta Compromisos internacionales suscritos Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Condiciones laborales Compras responsables	
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y APROVISIONAMIENTOS		
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.	Compromisos internacionales suscritos Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓ (9)
HR2: Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	Compras responsables	✓ (5)

NO DISCRIMINACIÓN		
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Estándares de conducta	✓ (2) (5)
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS		
HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Estándares de conducta Condiciones laborales	✓
ABOLICIÓN DE LA EXPLOTACIÓN INFANTIL		
HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Estándares de conducta Compromisos internacionales suscritos	✓
PREVENCIÓN DEL TRABAJO FORZOSO Y OBLIGATORIO		
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.	Estándares de conducta Compromisos internacionales suscritos	✓
DIMENSIÓN SOCIAL: SOCIEDAD (d)	Referencia	Alcance de verificación
Información sobre el enfoque de gestión	Perfil de BBVA Sistemas de gobierno Negocio responsable Educación Productos de alto impacto social Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	

11. Criterios y estándares de la información

COMUNIDAD		
SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.	Sistemas de gobierno y gestión de la RC Impacto de BBVA en la sociedad Educación Comunicación transparente, clara y responsable Productos de alto impacto social Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
CORRUPCIÓN		
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Corporate Assurance y Auditoría Interna	✓
SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización.	Prevención de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo	✓ (11)
SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción	Sistema de cumplimiento Prevención de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo	✓ (5)
POLÍTICA PÚBLICA		
SO5. Posición en la políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Estándares de conducta Compromisos internacionales suscritos	✓ (10)
CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Estándares de conducta CCAA (Pág. 139)	✓

DIMENSIÓN SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO(e)	Referencia	Alcance de verificación
Información sobre el enfoque de gestión	Estándares de conducta Negocio responsable Comunicación transparente, clara y responsable Gestión de quejas y reclamaciones Protección del cliente	
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos	Protección del cliente IGC (Pág. 36-39)	✓ (5)
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		
PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Comunicación transparente, clara y responsable IGC (Pág. 36-39)	✓
COMUNICACIONES DE MARKETING		
PR6. Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Comunicación transparente, clara y responsable	✓
CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	CCAA (Pág. 139) Estándares de conducta Gestión de quejas y reclamaciones	✓

Indicadores del sector financiero

Impacto de productos y servicios	Referencia	Alcance de verificación
Información sobre el enfoque de gestión	Negocio responsable Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Corporate Assurance y Auditoría Interna Productos de alto impacto social	
FS1: Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Ecoeficiencia	✓
FS2: Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
FS3: Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
FS4: Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio.	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
FS5: Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente	Diálogo con los grupos de interés	✓
CARTERA DE PRODUCTO		
FS6: Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PYME, microempresa) y sector	BBVA en 2013 (Pág. 129, 144, 149, 159, 171, 184, 209)	✓
FS7: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	Inversión Responsable	✓

FS8: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓
AUDITORÍA		
FS9: Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	Riesgos sociales, ambientales y reputacionales Corporate Assurance y Auditoría Interna	✓
GESTIÓN ACTIVA DE LA PROPIEDAD		
FS10: Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	Inversión Responsable	✓ (5)
FS11: Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	Inversión Responsable Riesgos sociales, ambientales y reputacionales	✓ (11)
FS12: Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto.	Inversión Responsable	✓
DIMENSIÓN SOCIAL: SOCIEDAD	Referencia	Alcance de verificación
Información sobre el enfoque de gestión	Inclusión financiera	
COMUNIDAD		
FS13: Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos	Inclusión financiera	✓ (5)
FS14: Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros	Inclusión financiera	✓

DIMENSIÓN SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	Referencia	Alcance de verificación
Información sobre el enfoque de gestión	Negocio responsable Educación Comunicación transparente, clara y responsable Clientes	
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
FS15: Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	Comunicación transparente, clara y responsable Negocio responsable Clientes	✓
COMUNICACIONES DE MARKETING		
FS16: Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario	Inclusión financiera Apoyo a Pymes Educación	✓

Leyenda y notas sobre alcance y revisión

Leyenda	IGC Informe Gobierno Corporativo 2013 BBVA en 2013 CCAA Cuentas Anuales Consolidadas 2013
Principales áreas y unidades responsables	(a) Riesgos, Inmuebles y Servicios, Responsabilidad y Reputación Corporativas y las áreas de negocio (b) Recursos Humanos (c) Recursos Humanos y Cumplimiento (d) Responsabilidad y Reputación Corporativas y Cumplimiento (e) Comunicación y Marca, Cumplimiento y las áreas de negocio

Justificación de la no inclusión de los siguientes indicadores principales de GRI en la información anual de RC 2013	<p>EN11: Indicador no material. El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.</p> <p>EN12: Indicador no material. El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que no tiene un impacto significativo en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.</p> <p>EN19: Indicador no material. Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, las instalaciones de los edificios del Grupo BBVA no contienen cantidades significativas de CFCs.</p> <p>EN20: Indicador no material. Dada la actividad del Grupo BBVA las emisiones de SO y NO no son relevantes, pues derivan únicamente de los viajes de los empleados.</p> <p>EN21: Indicador no material. El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que los vertidos se hacen a través de redes urbanas de saneamientos.</p> <p>EN23: Indicador no material. La actividad de BBVA no tiene riesgos de derrames significativos.</p> <p>EN27: Indicador no material. Los productos comercializados por el Grupo BBVA no tienen un impacto significativo en este sentido.</p>
--	--

NOTAS SOBRE ALCANCE Y VERIFICACIÓN

<p>✓ Grupo</p> <p>(1) Se informa exclusivamente de los proyectos financiados por los Principios de Ecuador que mitigan el cambio climático.</p> <p>(2) Sólo se informa para BBVA España.</p> <p>(3) Las limitaciones al alcance del indicador, el perímetro y los criterios seguidos en las estimaciones se detallan en la tabla referenciada.</p> <p>(4) No se desglosa por fuente primaria.</p> <p>(5) Se incluye únicamente información cualitativa.</p> <p>(6) Se informa exclusivamente de la tasa de absentismo.</p> <p>(7) No se desglosa por categoría.</p> <p>(8) Sólo se desglosa por grupo de edad y género.</p> <p>(9) Se informa exclusivamente de financiación de grandes proyectos.</p> <p>(10) Se informa exclusivamente de los acuerdos internacionales suscritos en materia de sostenibilidad.</p> <p>(11) No se informa del porcentaje.</p> <p>(12) En relación a los viajes de negocio, únicamente se reportan las emisiones derivadas de los viajes de empleados del Grupo en avión.</p>

13.3 Informe de revisión independiente



Deloitte Advisory, S.L.
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
Torre Picasso
28020 Madrid
España
Tel.: +34 915 14 50 00
Fax: +34 915 14 51 80
www.deloitte.es

Informe de Revisión Independiente de la Información de Responsabilidad Corporativa 2013 del Grupo BBVA

Ambito de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la Información de Responsabilidad Corporativa (IRC) 2013 del Grupo BBVA, cuyo alcance se define en la sección "Criterios del informe". Nuestro trabajo ha consistido en revisar:

- La adaptación de la IRC 2013 a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3.0), así como los indicadores de desempeño centrales y del suplemento financiero correspondientes a 2013 propuestos en dicha guía.
- La IRC del ejercicio 2013 de BBVA relativa a la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta, establecidos en la norma AA1000 AccountAbility Principles Standard 2008 de AccountAbility (AA1000APS).

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma ISAE 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España. Asimismo, hemos aplicado la AccountAbility 1000 Assurance Standard 2008 (AA1000AS), emitida por AccountAbility, para proporcionar una seguridad moderada sobre la aplicación de los principios establecidos en la norma AA1000APS y los indicadores de desempeño de sostenibilidad (revisión moderada de tipo 2).

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

- Reuniones con el personal del Grupo BBVA para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión de la Responsabilidad Corporativa (RC) aplicados tanto en España como en Argentina, Chile, Colombia, México, Perú, Venezuela y Estados Unidos.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en la IRC 2013.
- Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2013 de los Comités Locales de Responsabilidad y Reputación Corporativa, del Comité de Ecoeficiencia y Compras Responsables así como el Comité de Negocio Responsable.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación a la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio y de los procesos de participación de los grupos de interés a través del análisis de la información interna y de los informes de terceros disponibles.
- Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la IRC en función del entendimiento de BBVA de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales identificados por el Grupo y descritos en las secciones "Criterios del informe" y "Diálogo con los grupos de interés y análisis de materialidad".
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados y comprobación de la existencia y alcance de políticas, sistemas y procedimientos relativos a RC.
- Contraste de que el contenido de la IRC no contradice ninguna información relevante suministrada en el informe "BBVA en 2013" y en las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio 2013.
- Análisis de la adaptación de los contenidos de la IRC a los recomendados en la Guía G3.0 de GRI y comprobación de que los indicadores centrales y del suplemento financiero que incluye se corresponden con los recomendados por dicha Guía.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información correspondiente a los indicadores de desempeño GRI incluida en la IRC de 2013 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Grupo BBVA. Dichas pruebas se han realizado en España, Argentina, Chile, Colombia, México, Perú, Venezuela y Estados Unidos.

Responsabilidades de la Dirección de BBVA y de Deloitte

- La preparación de la IRC de 2013, así como el contenido de la misma, es responsabilidad de la Dirección de Responsabilidad y Reputación Corporativas del Grupo BBVA, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- El alcance de una revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada también es menor, por lo que el presente informe no puede entenderse como un informe de auditoría.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Dirección de BBVA de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros distintos de la Dirección de BBVA.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por Código Ético de la IFAC.
- El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en RC y auditoría, específicamente en el desempeño económico, social y medioambiental.

Conclusiones

En la sección "Indicadores GRI" se detallan los indicadores de desempeño revisados, las limitaciones al alcance de la revisión y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos recomendados por GRI. Como consecuencia de nuestra revisión, no se ha puesto de manifiesto ningún otro aspecto que nos haga creer que la IRC 2013 contiene errores significativos o no ha sido preparada de acuerdo a las directrices de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3.0).

Asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que BBVA no ha aplicado los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta, tal y como se describe en las secciones "Diálogo con los grupos de interés y análisis de materialidad" y "Criterios del informe", de acuerdo con la norma AA1000APS:

- Inclusividad: el Grupo BBVA ha desarrollado un proceso de participación de los grupos de interés que permite su consideración en el desarrollo de un enfoque responsable, según se informa en la sección "Diálogo con los grupos de interés y análisis de materialidad".
- Relevancia: el proceso de determinación de la materialidad supone un entendimiento de los asuntos materiales o relevantes para el Grupo BBVA y sus grupos de interés, según se informa en la sección "Diálogo con los grupos de interés y análisis de materialidad".
- Capacidad de respuesta: el Grupo BBVA responde con acciones y compromisos concretos a los aspectos materiales identificados, tal y como se informa en las secciones "Comunicación Transparente, Clara y Responsable", "Productos de alto impactos social" y "Educación" de la IRC 2013.

Observaciones y Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Dirección de Responsabilidad y Reputación Corporativas del Grupo BBVA nuestras recomendaciones relativas a los aspectos de mejora en la gestión de la IRC y a la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta. A continuación se resumen las recomendaciones más significativas, las cuales no modifican las conclusiones expresadas en el presente informe.

Inclusividad y relevancia

En 2013 se ha aprobado el nuevo Plan de Negocio Responsable 2013-2015, que plantea una serie de objetivos con el horizonte 2015. Durante 2013 se han producido avances en las tres líneas estratégicas que conforman este plan: la comunicación transparente, clara y responsable (TCR), los productos de alto impacto social y la educación.

Cabe destacar, en el caso de la comunicación TCR, los pilotos de documentación de productos que se han llevado a cabo en España y México con el objetivo de facilitar el entendimiento de los productos por los clientes antes de su contratación. BBVA debería avanzar en esta línea, ampliando el número de productos y considerando también la comunicación después de la contratación.

Por otro lado, sería conveniente seguir profundizando en el análisis de los aspectos relevantes de responsabilidad corporativa en los negocios de gestión conjunta y en las empresas asociadas, entre los que destaca Türkiye Garanti Bankası.

Capacidad de respuesta

En 2013 se ha puesto en marcha el nuevo Plan Global de Ecoeficiencia 2013-2015, destacando el nombramiento de responsables locales y la mejora de protocolos y las herramientas para el registro de datos en los distintos países en los que el Grupo opera. La sistematización de estos progresos debería facilitar el seguimiento de los objetivos en materia medioambiental, mejorando la capacidad de respuesta y la gestión de la Ecoeficiencia en el Grupo BBVA.

En lo que se refiere a la consideración de los aspectos sociales y ambientales en la financiación, durante el año BBVA ha trabajado en la adaptación de sus procedimientos internos a los nuevos Principios de Ecuador aprobados en 2013. Su implantación en 2014, y la ampliación del alcance de los productos financieros a los que aplica, será una oportunidad para mejorar el conocimiento del impacto social y medioambiental de la actividad de BBVA y minimizar los efectos de dichos impactos.

DELOITTE ADVISORY, S.L.



Helena Redondo
Madrid, 11 de marzo de 2014



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-14