

BBVA

150
años

adelante.



Informe Anual
de Responsabilidad
Corporativa

2006

Resumen Ejecutivo



1	Información relevante	8	3. La política de responsabilidad corporativa en BBVA	24	8. BBVA y sus proveedores
3	Carta del Presidente			26	9. BBVA y el medio ambiente
3	1. Perfil del Grupo BBVA			30	10. BBVA y el apoyo a la comunidad
6	2. Los grupos de interés de BBVA: sistema de diálogo y gestión	12	4. Creación de valor	35	11. Información adicional
		14	5. BBVA y sus accionistas	36	Premios y reconocimientos
		16	6. BBVA y sus empleados		
		20	7. BBVA y sus clientes		

INFORMACIÓN RELEVANTE

Indicadores clave de responsabilidad corporativa en BBVA

		2006	2005	2004
Económicos	Beneficio por acción (euros)	1,39	1,12	0,87
	Capitalización bursátil (millones de euros)	64.788	51.134	44.251
	Consejeros independientes (%)	73,3	66,7	66,7
	Fondos de inversión socialmente responsable respecto al total de fondos de inversión gestionados (%)	1,57	1,53	1,83
Sociales	Diversidad hombres y mujeres (%)	53/47	55/45	57/43
	Horas de formación por empleado	39	43	43
	Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio atribuido (%)	1,19	1,22	1,31
	Índice de satisfacción de clientes (%) ⁽¹⁾	70,2	67,9	67,6
Medioambientales	Índice de satisfacción de empleados (%) ^{(1) y (2)}	—	61,1	—
	Electricidad consumida por empleado (GJ)	23,9	21,2	22,3
	Consumo de papel por empleado (t)	0,13	0,11	0,14
	Préstamos con beneficios ambientales (millones de euros)	676,4	301,7	295,7
	Avance en la implementación de los Principios de Ecuador	sí	sí	no

⁽¹⁾ Datos España.

⁽²⁾ Encuesta bienal.

Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las agencias especializadas

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

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



CARTA DEL PRESIDENTE

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

El presente documento pretende informar con transparencia, claridad y rigor de la forma en que nuestro Grupo atiende a sus grupos de interés directos y al conjunto de sociedades en las que opera. Así es como entendemos en BBVA la responsabilidad corporativa: responder lo mejor posible a las expectativas que depositan en nuestro Grupo todos los colectivos con los que, directa o indirectamente, nos relacionamos y a los

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

que afecta nuestra actividad. Una concepción integral y compleja de la responsabilidad empresarial, que implica extenderla transversalmente a todas las unidades y actividades de nuestro Grupo y que exige asumirla en todas las vertientes en que nuestra actividad repercute: en la económica y en la legal, pero también en la humana, en la social y en la ambiental.

Un impulso innovador

Esto es algo que se exige cada día más a toda gran empresa. Pero también, y sobre todo, representa un impulso para la mejora general de la gestión y para la capacidad de crecimiento y de generación de beneficio sostenido. Un impulso innovador que toda empresa con vocación de permanencia y atenta a la realidad debe tratar de poner en práctica: por necesidad y por conveniencia, es decir, por inteligencia. Pero que podrá desarrollar y aprovechar tanto mejor cuanto más crea en ella por convicción. Así sucede en el caso del Grupo BBVA, en el que esta forma de entender la responsabilidad está en plena coherencia con su visión y con sus valores básicos.

El documento es un resumen muy sintético de la versión completa del *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006* de BBVA. Un informe elaborado conforme a los principales estándares internacionales de aplicación en este ámbito. En él, hemos hecho un especial esfuerzo para acreditar la forma en que tomamos en consideración la consulta, la comunicación y el diálogo con nuestros grupos de interés, y su participación en la delimitación de nuestras prioridades en materia de responsabilidad corporativa. Debe recordarse, además, que este informe es un elemento complementario del *Informe Anual 2006*, que incluye también información esencial para la responsabilidad corporativa de nuestro Grupo.

Contenidos principales del informe

Este resumen ejecutivo se estructura en cuatro grandes bloques. En el primero y más general (capítulos 1 a 4), se examinan los rasgos básicos de nuestro Grupo, se detallan nuestros grupos de interés y los numerosos canales de comunicación que se mantiene con ellos y se describen los elementos esenciales de nuestra

política de responsabilidad corporativa. Concluye este apartado con una síntesis de los diferentes tipos de valor que nuestro Grupo aporta.

En el segundo bloque (capítulos 5 a 8), se analiza la relación específica de BBVA con sus principales grupos de interés directos, y en el tercero (capítulos 9 y 10), se pasa revista a los aspectos más relevantes de la relación con el entorno: el impacto ambiental y nuestra política de apoyo a la comunidad. Finalmente, el apartado de «Información adicional» recoge los aspectos metodológicos y las referencias esenciales del informe.

Todo forma parte de un largo camino de avance en nuestra política de responsabilidad corporativa. Un camino que recorreremos con la constancia de que no son, seguramente, pocas nuestras carencias. Pero también con el convencimiento de que estamos trabajando en firme por reducirlas. Y con la certeza de que, en mayor o menor medida, lo estamos consiguiendo, situando a BBVA como una de las entidades financieras más respetadas a nivel internacional en este terreno. No cejaremos en este esfuerzo a lo largo del 2007: un año importante para BBVA porque cumple su 150 aniversario. Avanzar en nuestro compromiso con la responsabilidad será una de las formas de conmemorarlo.

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



26 de febrero del 2007
Francisco González Rodríguez



1. Introducción

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S. A. (en adelante, BBVA) es una organización global de gran dimensión y reconocida solvencia, con presencia en Europa, América y Asia, que opera en los mercados financieros de todo el mundo y que ocupa puestos de liderazgo en sus principales áreas geográficas de actuación: España y América Latina.

Presencia en 32 países

98.553 empleados

7.585 oficinas

42,4 millones de clientes

El Grupo cuenta con un total de diecinueve bancos (cuatro en España, diez en América Latina y cinco en el resto del mundo), ocho gestoras de pensiones y cinco fundaciones corporativas, cuatro de ellas en América Latina.

2. Datos básicos del Grupo

Datos básicos del Grupo

(Millones de euros)	2006	2005	2004
Resultados			
Margen ordinario	15.701	13.024	11.120
Margen de explotación	8.883	6.823	5.591
Beneficio antes de impuestos	7.030	5.592	4.137
Beneficio atribuido	4.736	3.806	2.923
Balance			
Activos totales	411.916	392.389	329.441
Créditos sobre clientes	262.969	222.413	176.673
Recursos de clientes	425.709	401.907	329.254
Otros datos			
Capitalización bursátil	64.788	51.134	44.251
Beneficio por acción (euros)	1,39	1,12	0,87
P/V (Precio /Valor Contable; veces)	3,6	3,9	4,0
Rentabilidad por dividendo (%)	3,49	3,52	3,39
ROE-Rentabilidad sobre recursos propios (%)	37,6	37,0	33,2
Ratio de eficiencia con amortizaciones (%)	42,6	46,7	48,6

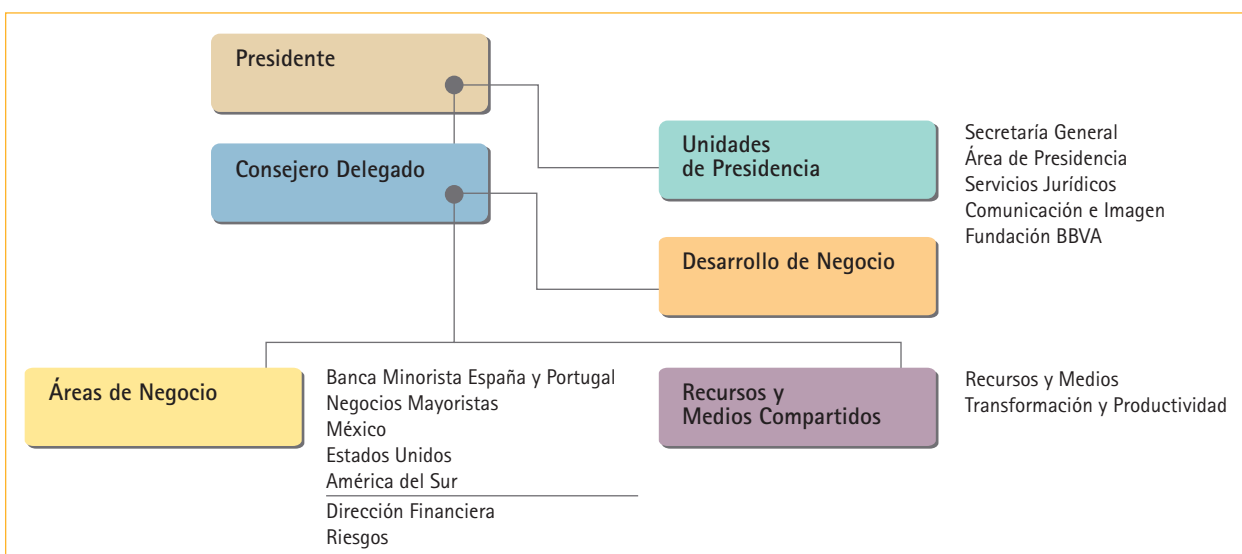
Ranking por cuota de negocio en los principales países en el 2006

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

Presencia geográfica de BBVA

País	Bancos	Sucursales	Gestoras de pensiones	Fundación
Argentina	•		•	•
Bélgica		•		
Bolivia			•	
Chile	•		•	
China		•		
Colombia	•		•	
Ecuador			•	
España	•			•
Estados Unidos	•	•		
Francia		•		
Italia		•		
Japón		•		
México	•		•	•
Panamá	•			
Paraguay	•			
Perú	•		•	•
Portugal	•			
Puerto Rico	•			
Reino Unido		•		
República Dominicana			•	
Singapur		•		
Suiza	•			
Uruguay	•			
Venezuela	•			•

3. Organigrama y estructura de negocio



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

Principales hechos del Grupo en el 2006

ENERO

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

FEBRERO

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

MARZO

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

ABRIL

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

MAYO

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

JUNIO

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

JULIO

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

AGOSTO

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

SEPTIEMBRE

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

OCTUBRE

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

NOVIEMBRE

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

DICIEMBRE

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

Beneficio atribuido por áreas de negocio

(Millones de euros)	2006	2005	2004
Banca Minorista España y Portugal	1.498	1.317	1.194
Negocios Mayoristas	1.282	873	658
México y Estados Unidos	1.775	1.370	891
América del Sur	509	379	229
Actividades Corporativas	(329)	(132)	(50)

4. Marca

BBVA entiende la marca como la promesa que la entidad hace a sus grupos de interés y la experiencia que éstos viven en su relación con el Grupo en todos los puntos de contacto (sucursales, publicidad, informes...). Desde este punto de vista, en BBVA la gestión de la marca está absolutamente vinculada a la cultura, los valores y el comportamiento de los empleados.

Posicionamiento y fortaleza de la marca

El Grupo BBVA definió en el 2003 un posicionamiento corporativo para su marca basado en tres ejes: «Liderazgo», «Innovación» y «De personas para personas», que configuran el modo en el que BBVA quiere ser percibido por sus grupos de interés. El Grupo lleva a cabo evaluaciones para conocer cuál es la percepción de su marca en los principales países en los que opera.

Respecto a su fortaleza, BBVA es la entidad financiera más conocida en España y México y la primera que menciona la opinión pública de cada uno de estos países cuando se le pregunta por entidades que conocen. Tomando en consideración los dos mayores ámbitos de implantación del Grupo, BBVA es percibida, tanto en España como en México, como una de las entidades con mayor capacidad de liderazgo, más innovadora y también más próxima. Por otra parte, BBVA es una de las entidades financieras que generan mayor nivel de compromiso en ambos países.

Una marca fuerte requiere coherencia
entre lo que se dice (promesa)
y lo que se hace (experiencia).



Principales líneas de trabajo en el 2007

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

1. Los grupos de interés de BBVA

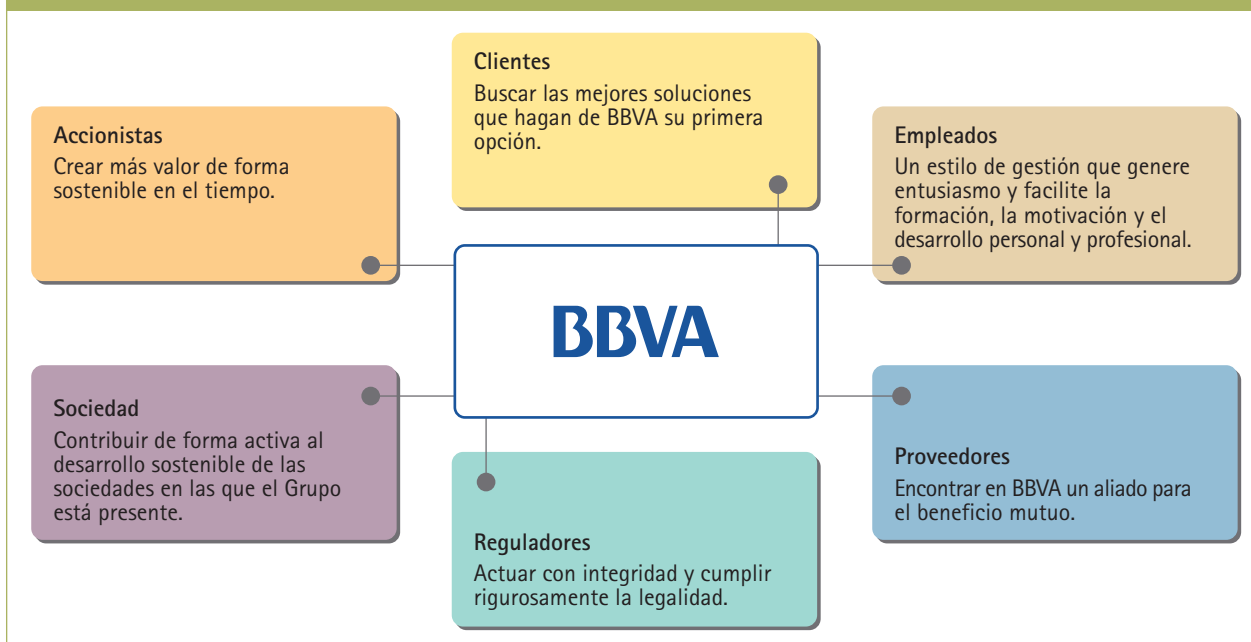
BBVA define a sus grupos de interés como todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente a su actividad y a sus decisiones y/o que se ven afectados por ellas. El concepto de grupo de interés es central en el modo en que BBVA entiende la responsabilidad corporativa,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

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

2. Identificación de grupos de interés y canales de diálogo

BBVA identifica a cada uno de sus grupos de interés de un modo concreto, para poder establecer con ellos una relación que responda a sus necesidades específicas. Con todos ellos, BBVA tiene habilitados canales de diálogo,

El compromiso de BBVA con sus grupos de interés



con el doble fin de entender e integrar sus expectativas en la gestión diaria de la organización y trasladarles información sobre la estrategia y actividades de BBVA, que toman en consideración los aspectos que son más relevantes para ellos. En el *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006* (www.bbva.com) se reflejan los grupos y subgrupos de interés y los principales canales de escucha, comunicación y diálogo con ellos.

3. Sistema de integración de las expectativas de los grupos de interés en la gestión y comunicación

Muchas de las herramientas de diálogo son gestionadas directamente por los departamentos que más relación tienen con cada grupo de interés, y cada uno de ellos establece sus planes de actuación teniendo en cuenta los resultados del proceso de escucha.

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

Con la información procedente de múltiples herramientas de escucha y de investigación, se ha elaborado, para cada uno de los principales países en los que opera el Grupo, una matriz que refleja la importancia que otorgan los grupos de interés a cada uno de estos ámbitos, cómo valoran a BBVA frente a otras empresas y la tendencia de esa valoración.

El cuadro adjunto corresponde al análisis para España e indica dónde están las principales oportunida-

des de mejora atendiendo a cada grupo de interés (color morado), así como las principales fortalezas (color verde) y las dimensiones más relevantes para construir la reputación ante cada grupo de interés. El orden de importancia de las dimensiones para cada grupo se refleja con el número entre paréntesis.

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

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

Las acciones que BBVA lleva a cabo como respuesta a las demandas de sus grupos de interés se difunden por múltiples vías. Una de ellas es el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, cuyo principal objetivo es rendir cuentas sobre lo realizado en el año y sobre los resultados obtenidos, con información tanto de los logros como de las oportunidades de mejora.

Análisis integrado de los grupos de interés y las prioridades

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

n.d.: no disponible.



Rasgos básicos

Atención a las expectativas de los grupos de interés

Componente básico de la cultura corporativa

Atención a todas las dimensiones de la actividad

Carácter integral

Recursos destinados a políticas

básicas de RC (millones de euros):

	2006	2005
Formación interna	35,6	34,3
Apoyo a la comunidad	56,4	46,5
I+D	53,0	52,0
Total	145,0	132,8

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

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

1 Poco significativo, 2 Significativo, 3 Muy significativo.

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

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

Principales líneas de trabajo en el 2007 del departamento de RRC

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

1. Visión, principios y valores

La visión de BBVA («trabajamos por un futuro mejor para las personas») se concreta en sus principios corporativos, que constituyen la base de su cultura corporativa: sintetizan sus valores básicos y definen la forma de entender su carácter y su actividad como empresa.

Principios corporativos BBVA

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

2. La responsabilidad corporativa en BBVA

El Grupo BBVA entiende la responsabilidad corporativa como un compromiso integral de aportación del máximo valor posible y equilibrado a todos sus grupos de interés, escuchando y tratando de dar la mejor respuesta a sus expectativas, respetando escrupulosamente la legalidad y con los más estrictos niveles de integridad y transparencia. Un compromiso que atiende a todas las dimensiones de la actividad (legal, económica, humana, social y ambiental) y que se identifica con

la aspiración a la excelencia. Un compromiso, además, que BBVA pretende integrar decididamente en su estrategia, en todas sus líneas de actividad, en todas sus unidades y en todas las sociedades en que opera.

3. Compromisos básicos

Este compromiso de BBVA con sus grupos de interés se formaliza, además de en los principios corporativos, en sus códigos éticos, en determinadas políticas complementarias y en los acuerdos internacionales suscritos sobre responsabilidad corporativa.

Códigos éticos

El principal es el Código de Conducta del Grupo BBVA, que concreta el quinto de los principios de su cultura corporativa. Constituye una guía segura de comportamiento para mantener estándares rigurosos de integridad, de ética y de honestidad. El código es de aplicación a todas las entidades del Grupo y vincula a todos sus profesionales, entre quienes ha sido convenientemente difundido, aunque puede extenderse a cualquier otra persona o entidad que se relacione con el Grupo cuando, por la naturaleza de la relación, su forma de actuar pueda afectar a la reputación de BBVA.

El sistema ético de BBVA se completa con otras normas específicas que desarrollan algunos de los principios y criterios recogidos en el Código de Conducta, entre las que se encuentran el Estatuto del Consejero –que regula los posibles conflictos de intereses entre el Grupo y cada consejero, sus familiares y las entidades con que esté relacionado–, el Código de Conducta en los Mercados de Valores, el Código Ético para la Selección de Personal, los Principios Aplicables a los Intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento de BBVA, el Código Ético del Área Inmobiliaria, los Prin-

cipios Básicos de la Gestión del Riesgo, el Estatuto de Auditoría o la Norma de Relación con Personas o Entidades de Relevancia Pública en Materia de Finanzaciones y Garantías.

Políticas complementarias

Son políticas formalizadas que complementan el compromiso del Grupo BBVA con la responsabilidad corporativa, y de las cuales las principales son la Política Medioambiental, los estatutos públicos de las fundaciones del Grupo y los principios de la Política de Inversión del Fondo de Pensiones de Empleo BBVA, que incluyen explícitamente criterios de responsabilidad corporativa.

Acuerdos internacionales suscritos

Entre los acuerdos internacionales más importantes en el ámbito de la sostenibilidad a los que BBVA se ha sumado, se encuentran el Pacto Mundial de las Naciones Unidas (www.unglobalcompact.org), la Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI/www.unep-fi.org) y los Principios de Ecuador (www.equator-principles.com), conjunto de directrices impulsadas por el Banco Mundial para garantizar criterios sociales y ambientales rigurosos en la financiación de grandes proyectos de inversión.

Para más información sobre estos compromisos, puede consultarse la página web corporativa (www.bbva.com).

4. Proceso de determinación de aspectos relevantes y prioridades

En la definición de su política de responsabilidad corporativa, BBVA identifica y gestiona sus principales riesgos y oportunidades, delimita los aspectos

Aspectos relevantes detectados a través de los canales generales de consulta y de diálogo

- **Clientes particulares:** capacidad de respuesta, orientación a sus necesidades concretas, buen trato, comportamiento ético, transparencia y buena organización interna.
- **Clientes empresariales e institucionales:** precio y funcionamiento adecuados de los servicios prestados (pymes), apoyo en sus necesidades de crecimiento (grandes empresas) y condiciones económicas y adaptación a sus necesidades (instituciones).
- **Empleados:** desarrollo profesional y compromiso de BBVA hacia sus empleados (respeto, estímulo para la generación de ideas, igualdad de oportunidades, transparencia y clima de confianza).
- **Proveedores:** cumplimiento de los compromisos contractuales, trato personal, agilidad en el proceso de negociación/adjudicación/contratación, nivel de servicio prestado.
- **Accionistas:** transparencia informativa y comportamiento ético, liderazgo y calidad de la gestión, orientación al cliente, creación de valor para el accionista.
- **Reguladores:** cumplimiento estricto de la legislación, facilidad de interlocución y transparencia.

más relevantes que afectan a este ámbito y determina las líneas básicas y las prioridades de su estrategia. Este proceso se lleva a cabo teniendo en cuenta toda una serie de elementos clave, entre los que destacan la necesidad de dar respuesta a las principales tendencias y retos en su sector; el compromiso de incorporar en su comportamiento las preocupaciones de los grupos de interés y las expectativas sociales de mayor relevancia; la gestión de los impactos de su actividad en la sociedad; y la adopción de compromisos internos y externos relacionados con la responsabilidad corporativa.

5. Principio de precaución: la gestión del riesgo

Todo el proceso anterior está tamizado por un criterio general que rige tanto la gestión integral del Grupo como la gestión específica de la responsabilidad corporativa: el respeto del principio de precaución, fundamentado en criterios de valoración del riesgo prudentes, consistentes y basados en la experiencia.

El Grupo BBVA considera que la gestión del riesgo es una parte intrínseca del negocio bancario y una fuente fundamental de su ventaja competitiva. Dispo-

ne para ello de un sistema de gestión del riesgo global, que hace posible compatibilizar las necesidades de los clientes y las expectativas de los accionistas y de los restantes grupos de interés, así como los requerimientos de los reguladores. El sistema descansa en el Consejo de Administración, que determina la política de riesgos del Grupo por medio de la Comisión Delegada Permanente y de la Comisión de Riesgos, y está gestionado desde la corporación por el área de Riesgos, que integra en sus análisis, entre otros, elementos como el apoyo a la estabilidad de los sistemas financieros de los países en que opera, el riesgo reputacional o la consideración de criterios éticos, sociales y ambientales.

Para más información al respecto, puede consultarse el *Informe Anual 2006* de BBVA (www.bbva.com).

6. Prioridades del Grupo BBVA en materia de responsabilidad corporativa

De acuerdo con el proceso mencionado en el punto 4 del presente capítulo, las prioridades principales que BBVA ha decidido en su política de responsabilidad corporativa para el ejercicio 2007 son las siguientes:

Prioridades principales de BBVA en su política de responsabilidad corporativa para el ejercicio 2007

1. Oferta

- Mayor orientación a las necesidades de los clientes.
- Atención diferenciada a las necesidades de colectivos especialmente necesitados o excluidos desde el punto de vista financiero.

2. Empleados

- Mayor claridad y sistematización en la política de desarrollo profesional.
- Avances en las políticas de igualdad de género y de conciliación de la vida profesional y familiar.
- Desarrollo de un Plan de Voluntariado Corporativo.

3. Ciudadanía (impacto social y ambiental de la actividad)

- Atención diferenciada a las necesidades de colectivos especialmente necesitados.
- Consideración de los factores ambientales y sociales en el análisis del riesgo crediticio.
- Mejora en la aplicación, el seguimiento y la información de los Principios de Ecuador.
- Avances en la política de certificaciones de calidad ambiental.
- Consideración de la inserción laboral de personas discapacitadas.

4. Ética

- Formulación de una política integral de derechos humanos.
- Avances en la acreditabilidad de los procesos del Código de Conducta del Grupo BBVA.

5. Con carácter general

- Esfuerzo permanente de innovación en todas las facetas, como aspecto básico en que se sustenta la estrategia del Grupo.
- Mejora continua de la transparencia informativa, como elemento esencial de la responsabilidad corporativa.

7. Sistemas de gestión

Para la materialización de la política de responsabilidad corporativa, el Grupo dispone de un avanzado sistema de gestión, al que contribuyen de forma determinante numerosas áreas y sistemas específicos, entre los que destacan tres de ellos por su especial relevancia y orientación directa:

Sistema de Gobierno Corporativo

Constituye un elemento absolutamente central para el Grupo BBVA. Orienta la estructura y el funcionamiento de sus órganos sociales al interés de la entidad y de sus accionistas y busca la complementariedad con los objetivos que los restantes grupos de interés tienen frente a la organización. El sistema se explica detalladamente en el *Informe Anual 2006* de BBVA y en la página web corporativa (www.bbva.com), en la que se incluye un detallado Informe de Gobierno Corporativo.

Sistema y función de Cumplimiento

El sistema de Cumplimiento del Grupo constituye, junto con el sistema de Gobierno Corporativo, la base en la que BBVA afianza el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético. Sus objetivos se centran en el cumplimiento de las disposiciones legales, de los estándares de comportamiento ético relevantes y de las pautas de actuación contenidas en el Código de Conducta del Grupo, así como en la identificación de eventuales incumplimientos y en la gestión de los riesgos que de ellos pudieran derivarse.

La función de Cumplimiento está sometida al control y supervisión de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento del Consejo de Administración, y la configuran una Dirección Corporativa, enmarcada en el área de Presidencia del Grupo, y un conjunto de departamentos de Cumplimiento, integrados en la estructura organizativa del Grupo.

Sistema de Responsabilidad y Reputación Corporativas

Gestionado por el departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC), depende de la Dirección de Comunicación e Imagen, cuyo director depende directamente del presidente y forma parte del Comité de Dirección. Integra dos funciones diferenciadas, pero claramente vinculadas y complementarias: la gestión de la reputación y la coordinación de la política de responsabilidad corporativa. En conjunto, el departamento desarrolla su actividad en torno a tres líneas de actuación, que conforman un circuito continuo: seguimiento y evaluación de la opinión de los grupos de interés («función de escucha»); propuesta de criterios, políticas y comportamientos responsables en todas las áreas de actividad («función de mejora») —en buena medida derivados de la labor de «escucha»—; y comunicación y diálogo de las actuaciones llevadas a cabo («función de comunicación»).

Para la adecuada gestión de estas funciones, el Grupo cuenta desde mediados del 2006 con el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas, concebido con la finalidad básica de valorar la opinión de los grupos de interés y de impulsar criterios, actuaciones y políticas responsables en toda la organización. Las áreas que participan en el comité, representadas por directivos, son las siguientes: Gabinete de Presidencia, Cumplimiento, Recursos Humanos, Calidad, Desarrollo de Negocio, Riesgos, Banca Minorista, Negocios Mayoristas, América del Sur, México, Estados Unidos y Comunicación e Imagen (a cuyo director corresponde la presidencia del comité). La gestión y el secretariado del comité corren a cargo del departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas.

El departamento cuenta además con el apoyo de interlocutores en todas las áreas y con coordinadores nacionales en cada uno de los bancos del Grupo en América Latina.



Las entidades financieras desempeñan un papel crucial en la actividad económica de las sociedades avanzadas: entre otras muchas funciones, canalizan recursos desde los agentes con excedentes de financiación hacia los agentes que la necesitan para la inversión o el consumo (desarrollando además una labor de multiplicación de los recursos financieros básica para el funcionamiento de la economía), intermedian y facilitan los intercambios y los pagos y ejercen una función decisiva en el análisis de las oportunidades y las decisiones de inversión. Ocupan así una posición nuclear en el sistema económico, como facilitadoras esenciales de la actividad de todos los agentes (Administraciones Públicas, empresas, instituciones sin ánimo de lucro y familias). Se han convertido, por eso, en elementos nucleares en la potenciación de la capacidad de actuación de todo tipo de unidades y de la capacidad de desarrollo macroeconómico general, así como en agentes fundamentales en la creación de valor. Un valor que las entidades financieras aportan ante todo a los grupos de interés directos con los que se relacionan (accionistas, empleados, clientes y proveedores), pero también al conjunto de las sociedades en las que ejercen su actividad.

1. Valor directo tangible

El valor directo tangible es el valor económico que el Grupo BBVA aporta a cada uno de sus grupos de interés. El importe total del valor económico generado ha ascendido en el 2006 a 16.821 millones de euros (un 27 % superior al del año anterior).

Valor económico generado y distribuido

(Millones de euros)	2006	2005	2004
Valor económico generado (VEG)	16.821	13.227	11.602
Valor económico distribuido (VED)	10.991	9.463	7.921
Valor económico retenido (VER=VEG-VED)	5.830	3.763	3.681

Las principales vías de generación de valor económico directo de BBVA para cada uno de sus grupos de interés se recogen en el siguiente cuadro.

2. Valor directo intangible

El valor directo intangible es el valor no inmediatamente económico que BBVA aporta a cada uno de sus grupos de interés directos, materializado en la calidad de los servicios y de la atención que les presta. Este valor, de muy compleja cuantificación, se canaliza por medio de la calidad del servicio prestado y de la atención concedida, y se expresa en oportunidades y capacidades de actuación, que acaban materializándose en beneficios económicos para los grupos receptores. A su análisis se orienta en buena medida cada uno de los capítulos de este informe dedicados a la relación del Grupo BBVA con sus grupos de interés.

Creación de valor directo tangible: detalle por grupos de interés⁽¹⁾

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

⁽¹⁾ Datos obtenidos de las cuentas anuales consolidadas del Grupo.

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

3. Valor indirecto e inducido

El valor indirecto e inducido es el valor que la actividad del Grupo impulsa en las sociedades en las que actúa por medio de su efecto en las restantes unidades económicas, especialmente por medio de la actividad que estimula entre sus clientes y sus proveedores, pero también mediante los efectos aún más indirectos que impulsa en los entornos generales en que opera. En este sentido, algunos de los efectos indirectos, con particular incidencia en áreas emergentes con sistemas financieros insuficientemente maduros, son:

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

Para este informe se ha preparado un análisis cuantitativo del valor económico indirecto e inducido generado por el Grupo BBVA en la economía española durante el ejercicio 2005 (no se ha podido ac-

tualizar esta información para el 2006, ya que no se habían publicado los datos oficiales de la economía española para ese año al cierre de esta publicación). Como resultado de este análisis, se ha estimado que el efecto indirecto e inducido del Grupo BBVA en la economía española ascendió en el año 2005 a una cuantía superior a 7.600 millones de euros, lo que impulsó una creación de empleo que se estima en aproximadamente 61.800 puestos de trabajo. En conjunto, en el ejercicio 2005 el impacto económico total de BBVA España en la economía española superó los 13.600 millones de euros en producción efectiva, lo que significó un 0,8 % del total de la producción en España. Se crearon cerca de 93.000 puestos de trabajo directa o indirectamente por las actividades de BBVA España, lo que supuso casi un 0,5 % de los empleos totales de la economía española en ese año.

Para más información, vid. *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa BBVA 2006* y la explicación de la metodología en www.bbva.com.

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

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

Alcance: Grupo BBVA España.



Rasgos básicos

	2006	2005
• Accionistas	864.226	984.891
• Acciones (millones)	3.552	3.391
• Propiedad acciones (% s/Capital):		
Particulares:	33,22	37,28
< 4.500 acciones	10,41	12,78
> 4.500 acciones	22,81	24,50
Consejo de Administración	1,08	1,12
Inversores institucionales:	63,56	59,10
Nacionales	10,49	9,87
Extranjeros	53,07	49,23
Empleados	2,14	2,50
• Principales datos de la acción BBVA		
Beneficio por acción (euros)	1,39	1,12
Precio/Valor contable (veces)	3,6	3,9
PER (precio/beneficio; veces)	13,7	13,4
Capitalización bursátil (millones de euros)	64.788	51.134

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

- Avances en la coordinación de las distintas áreas del grupo en beneficio de sus accionistas. **3**
 - Captación de accionistas no depositantes. **2**
 - Avances en los canales de información. **2**
 - Incremento del colectivo atendido por la unidad de Gestión de Accionistas. **2**
 - Avances en el proceso de globalización de la base accionarial del Grupo. **2**
 - Visibilidad externa de la acción (Portal de Inversiones). **3**
 - Avances en el conocimiento de la base inversora. **2**
- 1 Poco significativo, 2 Significativo, 3 Muy significativo.

Aspectos considerados más relevantes por los accionistas

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

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

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

Principales líneas de trabajo en el 2007

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

1. Crecimiento sostenido del valor

BBVA aspira a optimizar la creación de valor para sus accionistas de forma sostenida en el tiempo. Ésta constituye una prioridad central, enmarcada en una política presidida por los criterios de ética, transparencia y equidad que conforman el Sistema de Gobierno Corporativo de la entidad.

Para facilitar el conocimiento del Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA, se incluye un detallado capítulo al respecto en el Informe Anual del Grupo y se desarrolla un Informe de Gobierno Corporativo de acuerdo con las exigencias legales en la página web corporativa (www.bbva.com), complementada además con toda la información relevante relacionada con esta materia.

2. Relación con accionistas e inversores

La relación de BBVA con sus accionistas se ha potenciado en el 2006, atendiendo a sus comentarios y solicitudes. Con la voluntad de ofrecer la máxima transparencia informativa, BBVA combina la personalización y la cercanía en las relaciones con la mejora paralela de sus canales de comunicación, en los que se aplican de forma creciente las tecnologías más avanzadas.

Para gestionar la relación con accionistas, inversores y analistas, BBVA cuenta con diversos canales de diálogo y con unidades especializadas en la atención a los diferentes segmentos.

3. Área de Gestión de Accionistas

Dependiente del Gabinete de Presidencia, fue creada en el ejercicio 2006. Unidad pionera en el sector financiero español, unifica la unidad de Gestión de Grandes Accionistas y la Oficina del Accionista. Su fin es mejorar la atención a este colectivo y potenciar la unidad de actuación y criterio del Grupo en la materia, sin renunciar a la diferenciación entre los segmentos, tal como demandan los accionistas en su relación continua con BBVA.

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

El área de Gestión de Accionistas basa su actuación en los siguientes principios:

- Fidelización de la masa accionarial.
- Ampliación y diversificación geográfica.
- Incremento de los niveles de bancarización.
- Ampliación del conocimiento de las características y necesidades del colectivo.
- Incremento de la capacidad para generar negocio en beneficio del accionariado.

Dentro del área, la unidad de Accionistas Singulares se orienta a satisfacer las necesidades específicas de grandes accionistas, al tiempo que mantiene con ellos una comunicación personalizada y permanente, en tan-

Consultas atendidas por la Oficina del Accionista: canales de atención

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

to que la Oficina del Accionista se responsabiliza del diálogo con los accionistas de carácter no singular.

En el 2006, la Oficina del Accionista respondió a 11.865 consultas por medio de sus diversos canales de comunicación, especialmente la línea telefónica habilitada para ello.

4. Departamento de Relación con Inversores, Analistas y Agencias de Rating

Con el permanente objetivo de proporcionar información transparente y constante hacia inversores, analistas y agencias de evaluación sobre la situación, evolución y perspectivas del Grupo, este departamento diseña y ejecuta la estrategia de comunicación hacia los mercados nacionales e internacionales, manteniendo una interlocución permanente con sus actores principales. Esta estrategia contribuye a que la acción BBVA sea una de las más recomendadas por los analistas, tanto en España como en el exterior, lo que consolida la fortaleza de la cotización de la entidad, tercera en volumen de capitalización dentro de la Bolsa española a finales del 2006.

BBVA ha sido elegido en el 2006 por el estudio *IP Perception Study* de *Institucional Investor*, como el banco mejor valorado por los inversores en España y el segundo mejor valorado en Europa.

Datos de actividad en relación con los analistas y los inversores

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

La calidad de la relación con inversores de BBVA mereció para el índice Dow Jones Sustainability en el 2005 la máxima calificación (en el 2006 no se publicó este dato).



Rasgos básicos

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

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

- Impulso de iniciativas para la conciliación de vida familiar y laboral y constitución de la Comisión de Igualdad de Oportunidades, con representación sindical. ③
 - Integración de personas discapacitadas. ①
 - Diseño y aprobación del Plan de Voluntariado Corporativo. ③
 - Nuevo programa de formación en la Escuela de Management. ③
- ① Poco significativo, ② Significativo, ③ Muy significativo.

Aspectos considerados más relevantes por los empleados

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

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

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

Principales líneas de trabajo en el 2007

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

1. Clima laboral

BBVA lleva a cabo cada dos años una encuesta en la que todos los profesionales del Grupo pueden opinar sobre las condiciones de trabajo y su vivencia profesional. La encuesta es uno de los canales de participación más importantes y sirve para impulsar acciones dirigidas a mejorar el clima laboral. Los resultados de la Encuesta de Clima 2005, que ha contado con una participación superior al 55 % de los empleados del Grupo, muestran muchas de las mejoras percibidas por este colectivo, especialmente aquellas derivadas de los esfuerzos del Grupo en América Latina.

Bajas de empleados

	2006	2005	2004
Jubilaciones y prejubilaciones	2.000	809	1.440
Bajas incentivadas	612	571	540
Bajas voluntarias (dimisiones)	5.950	3.337	3.957
Otras	3.870	2.058	2.268
TOTAL	12.432	6.775	8.205

Rotación no deseada en la plantilla

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

Encuesta de Clima

(Porcentaje)	Participación		Satisfacción		Motivación		Imagen	
	2005	2003	2005	2003	2005	2003	2005	2003
BBVA España ⁽¹⁾	47,1	47,5	61,1	60,4	70,4	70,7	76,2	73,7
BBVA Bancomer (México)	60,7	73,2	76,0	74,4	84,9	84,3	86,7	84,6

⁽¹⁾ Incluye BBVA Portugal.
Periodicidad: Bienal.

2. Gestión por competencias, desarrollo profesional y compensación

El desarrollo profesional en BBVA comienza a partir de un proceso objetivo e individualizado de valoración de competencias de los empleados, que se traduce en un plan de formación a medida y, con posterioridad, en un plan de desarrollo de carrera. Durante el 2006, un 17,4 % de los empleados del Grupo fueron promocionados, frente al 11,9 % del 2005.

Respecto a la compensación, se establece en el Grupo en función del nivel de responsabilidad del puesto, de la evolución profesional de cada empleado y del cumplimiento de los objetivos, evitando discriminaciones por razón de sexo, raza o cualesquiera otras, y garantizando el cumplimiento de la legislación y los convenios propios del sector.

Compensación basada en la evaluación de la actuación respecto a la compensación total⁽¹⁾

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

⁽¹⁾ Excluyendo planes de pensiones y prestaciones sociales.
n.d.: no disponible.

3. Comunicación y diálogo con empleados

El Grupo BBVA dispone de numerosas herramientas de comunicación interna, orientadas a generar un clima de confianza, basado en una relación abierta, en el respaldo al equipo y en una comunicación transparente. Se desarrollan por medio de dos ámbitos de actua-

ción: la línea directiva y los canales corporativos (boletín diario *Buenos Días*, *Informe de Actividad*, *Canal BBVA*, *Carrusel*, *Portal del Empleado*, Servicio de Atención al Empleado y revista *Adelante*).

4. Previsión social y beneficios sociales para empleados

En España, BBVA ha sido pionero en la transmisión de titularidad de los derechos económicos a sus empleados, concretada en su mayoría mediante planes de pensiones de empleo. Igualmente, se ha aplicado un principio de universalización de compromisos hacia toda la plantilla, por encima de las exigencias del propio convenio. En América Latina, las entidades del Grupo complementan de manera voluntaria coberturas de fallecimiento e invalidez y, en algunos casos, de jubilación, respecto a los sistemas de previsión públicos existentes, instrumentados mediante gestión privada y capitalización individual (AFPs).

Respecto a los beneficios sociales, el conjunto de beneficios de que disfruta el personal deriva de acuerdos colectivos y está en función de las distintas procedencias de las entidades que han dado lugar al Grupo BBVA.

De forma voluntaria, el Grupo viene desarrollando numerosas medidas de mejora del bienestar personal y profesional de los empleados y de mejora de la comunicación y la coordinación, en el marco del proyecto Pasión por las Personas.

5. Selección y formación

El área de Selección cuenta con una política global y un código de actuación dirigidos a garantizar la igualdad de oportunidades y la atracción del talento en los procesos de selección. Durante el 2006, el Grupo ha incorporado 14.335 nuevos empleados: 2.054 en España, 12.051 en América y 230 en el resto del mundo.

La formación interna en BBVA se articula mediante el Plan Anual de Formación, determinado por medio de un proceso anual que comienza recogiendo in-

Formación

	2006	2005	2004
Inversión total en formación (miles de euros)	35.549	34.302	34.315
Inversión en formación por empleado (euros)	375	373	393
Horas de formación impartidas (miles)	3.821	4.082	3.744
España	1.287	1.760	1.639
América	2.534	2.323	2.105
Horas de formación por empleado	39,0	43,1	43,0
España	42	56	53
América	38	38	39

Actividades formativas: horas dedicadas

(Porcentaje)	2006	2005	2004
Servicio al cliente	68	73	70
Habilidades	17	13	17
Idiomas	10	7	7
Tecnología	5	7	6

formación sobre las necesidades de cada unidad. El plan ofrece soluciones integradas, tanto a nivel corporativo como específicas en cada país, e individuales para cada empleado, derivadas del modelo de gestión por competencias y alineadas con el Plan de Desarrollo Individual (PDI) de cada profesional. En el 2006, el Grupo ha invertido más de 35,5 millones de euros en formación de su plantilla, un 3,6 % más que en el 2005, de la que se han beneficiado el 73,0 % de los trabajadores, con un total de 3.800 horas de formación en el 2006.

La formación se canaliza por tres vías: presencial, a distancia y por Internet. En la formación presencial, desempeña un papel clave la Escuela de Negocios de BBVA, que se organiza en cuatro líneas de trabajo: la Escuela de *Management*, para el desarrollo de habilidades directivas, la Escuela de Finanzas, la Escuela de Idiomas y la Escuela de Tecnología.

6. Salud y seguridad laboral

El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales se encarga de gestionar la salud y la seguridad laboral en BBVA. Este servicio lo forman el área técnico-preventiva y la de medicina del trabajo. La participación sindical es un soporte básico del sistema preventivo. En

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

BBVA, la formación sobre salud laboral es clave para la prevención, y afecta a la totalidad de los trabajadores del Grupo, con variaciones en la tipología de los cursos en función del país y de la legislación vigente.

7. Igualdad de oportunidades y conciliación de vida personal y laboral

Como resultado del Acuerdo de Igualdad y Conciliación Vida Familiar y Laboral, firmado en el 2005 con las representaciones sindicales, se ha constituido una Comisión de Igualdad de Oportunidades, con participación paritaria de la representación sindical y orientada a impulsar prácticas favorecedoras de la igualdad, con una especial atención a los problemas de género.

Por otro lado, se está desarrollando un proyecto innovador de alcance corporativo denominado Calidad de Vida en BBVA, que pretende establecer un marco global de aplicación para todo el Grupo mediante la definición de los principios de calidad de vida en torno a los que se podrán desarrollar iniciativas, de alcance tanto general como local, encaminadas a facilitar la conciliación y el equilibrio de la vida laboral y personal, con numerosas medidas concretas ya aprobadas para el 2007.

Contratos por género

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

Distribución funcional por género (media para el Grupo)

(Porcentaje)	2006		2005		2004	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Comité de Dirección y directores corporativos	91,52	8,48	95,27	4,73	95,91	4,09
Directivos	83,39	16,61	84,18	15,82	84,64	15,36
Jefes de equipo y técnicos	60,94	39,06	61,62	38,38	63,12	36,88
Administrativos y servicios generales	46,67	53,33	47,40	52,60	48,16	51,84

Adicionalmente, BBVA ha participado a lo largo del 2006 en distintas iniciativas públicas y privadas para favorecer la igualdad de oportunidades, entre las que se encuentran el Proyecto por la Diversidad Activa, enmarcado dentro de la iniciativa comunitaria EQUAL, o la participación en el Programa Óptima, impulsado por el Instituto de la Mujer.

8. Derechos humanos y libertad sindical

El Código de Conducta de BBVA, en su apartado «Valores éticos», recoge expresamente el compromiso del Grupo con los derechos humanos, que se aplica en todos los países bajo un estricto respeto a los valores éticos y prácticas de no discriminación. Además, el Grupo BBVA ha incluido en el Código de Conducta su compromiso explícito con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con otros convenios y tratados de organismos internacionales, como la Organización Internacional del Trabajo, complementando estos compromisos con un conjunto de mecanismos de supervisión para garantizar su cumplimiento.

En el conjunto del Grupo, las cuestiones más importantes en el ámbito de las relaciones laborales se encuentran recogidas en los diferentes acuerdos y convenios suscritos por cada entidad con las correspondientes representaciones sindicales en cada país. BBVA respeta el papel y la responsabilidad que competen a las representaciones sindicales, de acuerdo con la legalidad vigente, y muy especialmente en cuanto concierne a la negociación colectiva. Impulsa además iniciativas en el plano internacional, entre las que destaca el Comité de Empresa Europeo, en funcionamiento desde el 2004.

9. Voluntariado

Diferentes entidades del Grupo desarrollan programas para fomentar el voluntariado (económico y de actuación) de empleados activos y pasivos y de sus familiares en causas humanitarias. Adicionalmente, en diciembre del 2006 se ha aprobado un Plan de Voluntariado Corporativo, que se empezará a aplicar a lo largo del año 2007 y que define un marco común para este tipo de iniciativas en el conjunto del Grupo.



Rasgos básicos

	2006	2005
Núm. clientes (millones)	42,4	38,4
Núm. oficinas	7.585	7.410
Satisfacción de clientes (mediciones externas propias C. A. C. O.)		
España	7,85	7,63
México	8,74	8,64
Argentina	8,34	8,24
Perú	4,09	4,18
Chile	80,5	77,2
Colombia	3,79	4,22
Total de proyectos analizados según los Principios de Ecuador		
	33	16
Total volumen en fondos ISR (millones de euros)	918,53	905,02

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

- Desarrollo de los proyectos San Jerónimo (México) y *Underserved*, dirigidos a facilitar el acceso al crédito al segmento de bajos ingresos en América Latina. ③
 - Expansión a otros países de la Tarjeta Negocios Bancomer. ②
 - Desarrollo de procedimientos para la aplicación de los Principios de Ecuador. ②
 - Avances en la consideración de factores ambientales en el riesgo crediticio. ②
 - Lanzamiento de nuevos productos y servicios para el segmento inmigrante en Estados Unidos por BBVA Bancomer. ③
- ① Poco significativo, ② Significativo, ③ Muy significativo.

Aspectos considerados más relevantes por los clientes

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

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

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

Principales líneas de trabajo en el 2007

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

1. Calidad, satisfacción y atención al cliente

El Plan de Calidad 2006 en España ha continuado en la evolución iniciada desde el Proyecto Cliente, con la idea de consolidar la calidad de servicio como palanca para mejorar la productividad comercial y avanzar en la generación de confianza. Adicionalmente, y con la finalidad de incrementar la calidad percibida por los clientes en la gestión de sus quejas y reclamaciones, se ha creado el departamento TRATO, lo que ha permitido agilizar las respuestas y mejorar la valoración de los clientes.

Destacan especialmente en el 2006 los avances de BBVA Banco Continental (Perú), que recibió en el 2005 el Premio Nacional a la Calidad. Ha trabajado intensamente para mejorar el Módulo Corporativo de Atención de Reclamaciones, que permite la gestión integral de la insatisfacción del cliente. También ha destacado en el 2006 BBVA Banco Francés (Argentina), que se ha adherido al Código de Prácticas Bancarias, lo que ha supuesto elevar los niveles de compromiso de respuesta a las reclamaciones y trámites de los clientes.

BBVA Colombia, tras la fusión con el Banco Granahorrar, asumió el reto de homogeneizar el Modelo de Atención al Cliente y reducir al mínimo el impacto en los clientes, con resultados positivos, como demues-

tra la obtención de una valoración superior al promedio del sector en el 67 % de las variables evaluadas. Por otra parte, BBVA Chile ha puesto en marcha ocho proyectos de calidad enmarcados en el Proyecto Mapa de Calidad de Chile, cuyo objetivo es proporcionar una visión integral y continua de las relaciones y procesos críticos de impacto en el cliente.

2. Transparencia, publicidad y etiquetado

Ante la importancia que conceden los clientes a las comisiones por transacciones, BBVA ofrece a sus clientes, mediante el producto Cuentas Claras, el cobro de una única cuota por comisiones, que incluye distintos servicios bancarios e incorpora descuentos por vinculación.

En cuanto a la información y etiquetado de productos, BBVA cumple rigurosamente la normativa y somete las campañas de publicidad a la supervisión de los organismos competentes en cada caso para su autorización. Además, es miembro de organismos de autorregulación, como Autocontrol de la Publicidad (entidad especializada en el arbitraje publicitario y cuyos veredictos son considerados de obligado cumplimiento), así como de las asociaciones de anunciantes de cada país, desde donde se impulsa la transparencia y las mejores prácticas en esta materia.

3. Productos y servicios con criterios de responsabilidad corporativa (RC)

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

Productos y servicios con criterios de RC destinados a particulares, pymes y microempresas

BBVA proporciona productos y servicios adaptados a las necesidades de colectivos especiales –como jóvenes, mayores, familias, personas con discapacidad, personas de bajos ingresos e inmigrantes, entre otros– o a facilitar el acceso a la vivienda por medio del crédito hipotecario. En este sentido, el Grupo ha puesto en

marcha numerosas acciones en función de las necesidades en cada país. Debe destacarse entre ellas la labor de apoyo a los inmigrantes que desarrolla el Grupo en España, principalmente por medio de su filial Dinero Express, totalmente dedicada a este segmento.

BBVA comercializa una amplia gama de productos solidarios, que ceden parte de su rendimiento a organizaciones o causas de interés social, como las tarjetas VISA Cruz Roja y VISA Solidaridad Internacional y los fondos de inversión BBVA Bolsa Biofarma y BBVA Solidaridad. Asimismo, y en el marco del Plan Familias BBVA, ofrece en España los Préstamos Familiares, totalmente gratuitos y orientados a cubrir necesidades familiares básicas de carácter no recurrente, con una especial atención a las familias con bajos niveles de renta.

En América Latina, BBVA ha decidido impulsar la bancarización y el acceso a los servicios financieros a grandes segmentos de la población (incluyendo colectivos de rentas bajas), lo que requiere priorizar la financiación al consumo y desarrollar modalidades de negocio no tradicionales; para ello, se ha creado una unidad regional especializada con la que se pretende cumplir de forma más eficiente con los objetivos de ofrecer crédito al consumo y ayudar a acercar al grueso de la población el sistema bancario.

El Grupo BBVA presta, además, una especial atención a las pequeñas empresas y al microempresariado, con numerosas iniciativas en el campo de las microfinanzas, tanto en España como, muy especialmente, en América Latina.

Debe mencionarse finalmente el respeto al medio ambiente que trata de impulsar el Grupo en su actividad de negocio, con el desarrollo de productos y servicios ambientalmente positivos y la introducción de criterios ambientales en su análisis del riesgo crediticio.

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

La inversión socialmente responsable (ISR) es aquella que añade al análisis tradicional de rentabilidad y riesgo criterios éticos, sociales y ambientales para seleccionar como destino de su inversión a las empresas con mejor comportamiento sostenible a largo plazo, así como aquella que dona parte de sus beneficios a organizaciones y causas de interés social. BBVA desarrolla una notable actividad en este campo, con fondos como BBVA Desarrollo Sostenible, BBVA Extra 5 II Garantizado, BBVA Solidaridad, BBVA Bolsa Biofarma o BBVA Codespa Microfinanzas.

El Observatorio de la Inversión Socialmente Responsable en España ha situado en el 2006 los fondos BBVA Extra 5 II Garantizado y BBVA Desarrollo Sostenible en el primer y segundo puestos del *ranking*, con relación al total de fondos de ISR registrados en España, por patrimonio y número de partícipes.

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

Los planes de pensiones son una actividad particularmente relevante, tanto en España como en América Latina, donde el Grupo lidera el sector. Es una actividad que fomenta el ahorro y la inversión, impulsa la modernización y solidez de los sistemas financieros y genera mecanismos para canalizar el ahorro a largo plazo y la capacidad de desarrollo.

Inversión socialmente responsable (ISR)

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

Grandes empresas y financiación de proyectos: los Principios de Ecuador

En este ámbito, la principal línea de actuación en relación con la responsabilidad corporativa se centra en la evaluación del riesgo social y ambiental de las grandes operaciones de financiación. BBVA integra en el análisis de riesgos de estas operaciones las implicaciones que éstas conllevan desde el punto de vista social y del medio ambiente. Atiende, además, a sus criterios generales de sostenibilidad, con el fin de cumplir con los compromisos específicos que el Grupo ha suscrito, como son, entre otros, el Pacto Mundial, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI) y los Principios de Ecuador, así como los relacionados con el cambio climático y el Protocolo de Kioto.

El año 2006 ha supuesto un avance significativo en la consideración de aspectos sociales y ambientales en la financiación de proyectos. BBVA es el único banco

español firmante de los Principios de Ecuador, conjunto de directrices impulsadas por el Banco Mundial para garantizar criterios sociales y ambientales rigurosos en la financiación de grandes proyectos de inversión. BBVA ha participado activamente en el proceso de revisión de los Principios en el 2006, que ha ratificado, para extender los criterios a todo proyecto de importe igual o superior a diez millones de dólares.

Apoyo a exportadores y Fondos de Ayuda al Desarrollo (FAD)

BBVA desarrolla una intensa labor de apoyo a la exportación y a la internacionalización empresarial, tanto de la pymes como de las grandes corporaciones, aportando los recursos financieros, de asesoría, experiencia, relación y mitigación de riesgos más apropiados en cada situación. En el 2006 se han gestionado dos carteras de operaciones vinculadas con países en vías de desarrollo, que ascienden en total a 973 millones de euros. Además, BBVA participa en la gestión de los Fondos de Ayuda al Desarrollo (FAD), que permiten financiaciones en condiciones privilegiadas, por no ser viables económicamente en las condiciones de mercado. La mayoría de estas operaciones tienen un elevado componente social en su destino: infraestructuras básicas para el desarrollo, educación, sanidad, tratamiento de aguas, etc.

Instituciones públicas e instituciones privadas no lucrativas

El Grupo concede una atención especializada a las instituciones públicas y privadas, ámbito en el que ocupa una posición de indiscutible liderazgo en España, con el desarrollo de una intensa actividad de financiación a las Administraciones Públicas en campos como transporte, vivienda, educación, sanidad, medio ambiente, etc. Dentro de su actividad, se incluye la formalización de convenios con condiciones preferentes.

BBVA mantiene convenios y líneas de colaboración con muchas de las principales organizaciones no gubernamentales (ONGs) y entidades sin ánimo de lucro. El Grupo pone a disposición de estos organismos una unidad dotada de especialistas dedicados exclusiva-

mente a desarrollar una banca a medida para este tipo de entidades, con toda una gama de productos y servicios bancarios adaptados a sus necesidades.

4. Centros financieros *off-shore*, prevención del blanqueo de capitales, del fraude y de la financiación de actividades terroristas

En el 2004, el Grupo BBVA hizo expresa su política sobre actividades en establecimientos permanentes domiciliados en centros financieros *off-shore*, junto con un plan de actuación cuya ejecución supondría reducir a tres el número de centros financieros de este tipo desde los que previsiblemente operaría el Grupo BBVA al finalizar el 2006.

Como consecuencia de la ejecución de este plan, el número de entidades del Grupo establecidas en centros financieros *off-shore* se ha visto reducido en 33 al cierre del 2006, cifra a la que se añadirían cuatro entidades en proceso de liquidación y otras siete que, como paso previo al inicio de este proceso, habían cesado su actividad comercial.

En el marco de la política del Grupo de prevenir la utilización de sus productos y servicios con fines delictivos, durante el año 2006 se ha consolidado el modelo de gestión del riesgo de blanqueo de capitales del Grupo BBVA, y se ha afianzado el objetivo de aislar los recursos obtenidos por actividades delictivas y de preservar la integridad corporativa del Grupo.

A lo largo del 2006, se ha consolidado e implantado en todas las unidades del Grupo el Modelo de Gestión del Riesgo de Blanqueo de Capitales, que se ha centrado en la mejora de los sistemas de monitorización, en la formación continua de los empleados (en la que se presta especial atención a la capacitación de

aquellos empleados y directivos que trabajan en áreas de mayor riesgo) y en el incremento, que ha sido de un 4,30 % con respecto al año anterior, de la plantilla de especialistas en actividades de prevención de blanqueo de capitales y financiación de actividades terroristas. En este campo, es fundamental la labor de auditoría interna, por medio de las auditorías de la red de oficinas. Asimismo, en las auditorías financieras de otras unidades se verifica el cumplimiento de los procedimientos de prevención del blanqueo de capitales establecidos por el Grupo.

También es básica la labor de auditoría en la prevención del fraude, centrada en la identificación de debilidades de control y en el desarrollo, seguimiento y análisis de indicadores de fraude potencial, para lo que, en caso necesario, se efectúan investigaciones complementarias mediante procedimientos de auditoría a distancia o mediante auditorías *in situ* de las oficinas o unidades afectadas.

5. Seguridad y protección de datos

Seguendo su Plan Director, el departamento de Continuidad de Negocio ha desarrollado en el 2006 nuevos planes, así como evaluaciones de los ya existentes, con el fin de mantener a la organización preparada ante posibles interrupciones de la actividad motivadas por situaciones excepcionales.

Respecto a la protección de datos personales, las entidades del Grupo BBVA en España cumplen los requerimientos de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), así como del propio Código de Conducta establecido en el Grupo, y se ha proporcionado la formación necesaria para que todos los empleados tengan el conocimiento pertinente en esta materia y puedan resolver las dudas que se planteen al respecto.



Rasgos básicos

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

⁽¹⁾ Alcance: Grupo BBVA.

⁽²⁾ Alcance: BBVA España.

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

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

1 Poco significativo, 2 Significativo, 3 Muy significativo.

Aspectos considerados más relevantes por los proveedores

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

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

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

Principales líneas de trabajo en el 2007

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

1. Relación con proveedores y creación de valor

El Modelo Corporativo de Compras del Grupo BBVA se caracteriza por estar basado en la calidad, la eficiencia y la transparencia, con la aplicación de criterios de objetividad e igualdad de oportunidades en los procesos de selección y en la relación con los proveedores y la implantación entre ellos de principios de ética y de responsabilidad corporativa. Asimismo, siempre que las particularidades de los distintos bienes y servicios lo permiten, las adquisiciones se efectúan por medio de proveedores locales.

Durante los últimos años, el Grupo ha hecho un sensible esfuerzo por planificar, profesionalizar y automatizar sus procesos de compra y aprovisionamiento, de modo que pueda materializarse el compromiso de establecimiento de alianzas para el beneficio mutuo.

El área de Compras de BBVA lleva a cabo cada dos años encuestas para medir el grado de satisfacción de sus proveedores en España, para identificar sus expectativas y necesidades y para poder detectar áreas de mejora. BBVA, además, celebra periódicamente reuniones con sus proveedores estratégicos y establece controles cuando se efectúan de forma ocasional compras a proveedores cuya facturación es superior a una determinada cantidad e implican la subcontratación de productos en países emergentes. En estos casos, se organizan visitas a las instalaciones del subcontratista en el propio país y se controla, por medio del contrato, que no se vulneran los derechos humanos y las leyes vigentes.

2. Sistema de homologación y extensión de los criterios de responsabilidad corporativa a la cadena de suministro

Durante el 2006 se ha llevado a cabo la revisión y aprobación de un nuevo texto que sustituye al antiguo Código Ético del área. Este nuevo código, titulado Principios Aplicables a los Intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento de BBVA, establece con mayor firmeza el compromiso de BBVA con la integridad, la transparencia, la confidencialidad y la responsabilidad corporativa.

Como parte de la política de compras del Grupo, se exige que los proveedores pasen un proceso de homologación para asegurar que cuentan con la capacidad productiva, técnica, financiera, comercial y de calidad global que el Grupo necesita. En los cuestionarios de homologación dirigidos a los proveedores se incluyen preguntas específicas sobre el cumplimiento de los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas relativos a derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Igualmente, se les pide una declaración firmada sobre el cumplimiento de dichos principios y en la que aseguren que la contratación de sus trabajadores se hace respetando la legislación laboral vigente.

Uno de los objetivos propuestos para el 2007 es precisamente la revisión de las preguntas del cuestionario de homologación relacionadas con los principios del Pacto Mundial, así como su extensión a todas las compañías del Grupo.

3. Herramientas de gestión y de aprovisionamiento

El Grupo BBVA dispone de diversas herramientas electrónicas orientadas a conseguir un aprovisionamiento cada vez más eficiente y transparente. En el ámbito interno, estas herramientas permiten gestionar el proceso global de aprovisionamiento o cursar pedidos mediante un catálogo electrónico por usuarios no profesionales. En el ámbito externo, BBVA cuenta con instrumentos de negociación electrónica para tramitar los pedidos de forma automática.

Destaca, además, la conexión electrónica de los sistemas de BBVA con sus proveedores por medio de la plataforma de comercio electrónico Adquira, que facilita, haciéndolas más accesibles, las relaciones comerciales entre empresas por medio del comercio electrónico. Durante el 2006 se ha seguido avanzando también en la implantación de la facturación electrónica, con la que se obtienen ventajas en términos de eficiencia, de contabilización y de simplificación de los procesos.

4. Proyectos sociales con proveedores

El Grupo BBVA colabora con sus proveedores en acciones de interés social, fomentando la contratación de entidades que muestran especial interés hacia los sectores más necesitados y muy especialmente de aquellas que suministran productos o servicios prestados por personas con discapacidad.

*«BBVA valora especialmente a aquellos proveedores que comparten los principios que sustentan este código y que han adoptado para el desarrollo de sus actividades los compromisos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas»
(Código de Conducta del Grupo BBVA).*



Rasgos básicos

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

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

- Continuar certificando sedes de BBVA con la norma ISO 14001:2004. **2**
- Mejorar el sistema de valoración de riesgos ambientales y sociales en grandes proyectos de financiación. **2**
- Ampliar el alcance de los indicadores de ecoeficiencia. **1**
- Establecer objetivos ambientales concretos por áreas y países. **2**

1 Poco significativo, 2 Significativo, 3 Muy significativo.

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

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

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

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

Principales líneas de trabajo en el 2007

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

1. Política Medioambiental y Sistema de Gestión Ambiental

BBVA cuenta con una Política Medioambiental que afecta a todas las entidades y a todas las actividades del Grupo y cuyos elementos fundamentales son la eficiencia en el uso de los recursos naturales, el cumplimiento de la normativa vigente, la inclusión de criterios ambientales en el análisis de riesgos en operaciones financieras, el desarrollo de productos y servicios financieros relacionados con aspectos ambientales y la influencia positiva que el Grupo debe ejercer en el comportamiento ambiental de sus grupos de interés. El principal instrumento para la implementación de la Política Medioambiental de BBVA es el Sistema de Gestión Ambiental (SGA), cuyo fin es la mejora continua del desempeño ambiental del Grupo.

2. Compromisos asumidos por BBVA relacionados con el medio ambiente

- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas.** El Grupo BBVA es firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y asume como propios sus diez principios, tres de los cuales se refieren al medio ambiente (www.unglobalcompact.org).
- **UNEP-FI.** BBVA participa activamente desde 1998 en la Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Su objetivo es promover el respeto ambiental y la sostenibilidad en todos los niveles de las instituciones financieras. BBVA forma parte de los grupos de trabajo de América Latina e Información de Sostenibilidad (www.unepfi.net).
- **Principios de Ecuador.** BBVA es miembro desde el 2004 de este compromiso voluntario en el ámbito de la financiación de grandes proyectos y ha implantado los necesarios procedimientos internos para su adecuado cumplimiento. En el 2006 suscribió los nuevos principios tras su revisión (www.equator-principles.com).
- **AENOR.** BBVA participa desde el 2004 en la revisión de la elaboración de la norma sobre Análisis y Evaluación del Riesgo Ambiental UNE

150008:2000, que impulsa la Asociación Española de Normalización y Certificación.

▪ **CDP.** BBVA participa desde el 2003 en Carbon Disclosure Project, iniciativa de transparencia informativa sobre las implicaciones empresariales del cambio climático (www.cdproject.net).

3. Impacto ambiental directo: ecoeficiencia en el consumo de recursos naturales

Certificaciones ambientales y planes ambientales

Desde el 2004, BBVA ha implantado un total de tres certificaciones ambientales ISO 14001 en España, y en la actualidad, el 7 % de los empleados españoles trabajan en edificios certificados ambientalmente, con lo que se ha superado el objetivo inicial marcado para el 2006 (6 % de

los empleados). Respecto al total del Grupo, en el 2006 el 2,1 % de sus empleados ha estado afectado por una certificación ISO 14001, frente al 1,8 % del 2005.

El Grupo tiene como objetivo para el 2007 la ampliación del alcance de las certificaciones ambientales en al menos tres edificios más en España, además de certificar la sede de BBVA Consolidar Argentina en América Latina.

Ecoeficiencia

La política de BBVA establece la necesidad de medir sus impactos directos para poder gestionarlos adecuadamente. Por medio del control periódico de los consumos de electricidad, agua, combustibles fósiles, residuos gestionados y emisiones generadas, se implantan mecanismos de reducción enmarcados dentro de planes de ecoeficiencia.

Consumo de energía y agua

	2006	2005	2004
Energía (GJ)			
Total energía directa	2.387.785,4	2.049.274,9	1.935.688,8
Energía directa por empleado	24,6	21,9	22,3
Total energía indirecta ⁽¹⁾	5.842.331,0	2.218.509,0	1.995.115,0
Otros consumos indirectos de energía	509.530,9	501.691,4	—
Agua (m³)			
Total agua consumida	2.838.240,8	3.609.674,0	3.736.467,0
Agua consumida por empleado	29,2	38,6	43,5

⁽¹⁾ Cálculo de energía indirecta según *Energy Balance Sheet*, Energy Protocol (GRI).

⁽²⁾ Corresponde al consumo energético derivado de los viajes en avión y de los vehículos que no son propiedad del Grupo.

Consumo de papel

	2006	2005	2004
Papel			
Total papel consumido (t)	12.522,1	10.078,3	12.140,7
Total papel consumido por empleado (t)	0,13	0,11	0,14
Tipo de papel			
Papel ECF consumido (kg)	3.323.300,0	2.566.934,9	2.700.502,8
Papel reciclado consumido (kg)	2.748.763,0	3.175.662,2	228.233,0
Papel reciclado sobre total papel consumido (%)	21,9	31,5	24,1

Nota: El aumento en el consumo de papel en América Latina en el 2005 es debido a un aumento en el alcance de los datos respecto al 2004. Los datos del 2004 no incluyen BBVA Banco Continental, BBVA Puerto Rico y BBVA Panamá.

Gestión de residuos

	2006	2005	2004
Residuos gestionados⁽¹⁾ (kg)			
Papel	1.427.111,9	1.643.329,1	1.237.046,6
Tóneres	80.114,3	58.491,9	15.965,0
Aparatos eléctricos y electrónicos	183.624,2	118.144,6	40.404,0
Residuos donados (núm.)			
Muebles	839	131	582
Móviles	6.631	6.225	310
Aparatos eléctricos y electrónicos	3.562	5.979	619

(1) Se entiende por residuos gestionados aquéllos que son tanto reutilizados como reciclados, revalorizados o eliminados (vertedero o incineración sin valorización energética).

Emisiones atmosféricas

	2006	2005	2004
CO₂			
Total CO ₂ emitido (t)	306.881,2	273.105,2	258.870,0
Total CO ₂ por empleado (t)	3,2	2,9	3,0
SO₂			
Total SO ₂ emitido (t)	6,1	6,1	-
Total SO ₂ por empleado (g)	205,9	298,6	-
NOx			
Total NOx emitido (t)	4,1	4,8	-
Total NOx por empleado (g)	138,7	207,3	-

Nota: El cálculo de estos datos de CO₂ se basa en la metodología GHG Protocol, iniciativa del World Business Council for Sustainable Development WBCSD y el World Resources Institute WRI.

El cálculo de los datos de SO₂ y de NOx se basa en los factores extraídos de la *Guía de inventarios de emisiones de la Agencia Europea del Medio Ambiente*.

4. Impacto ambiental indirecto: gestión de riesgos y productos y servicios con carácter ambiental

Gestión de riesgos ambientales

La evaluación de los impactos ambientales indirectos, derivados básicamente de la financiación de empresas y proyectos de inversión, es una tarea compleja, que requiere del desarrollo de metodologías específicas de análisis de riesgos. BBVA incluye criterios de riesgo ambiental en el análisis del riesgo crediticio y examina con especial precaución las operaciones en las que el impacto ambiental puede ser desfavorable.

A lo largo del 2006, el Grupo ha seguido avanzando en la implantación de los Principios de Ecuador como herramienta de análisis de los riesgos am-

bientales y sociales en la financiación de los grandes proyectos de inversión. En cuanto a los riesgos ambientales de la cartera crediticia, la herramienta Ecorating ha mostrado gran eficacia de análisis para considerar las implicaciones de los aspectos medioambientales en el perfil crediticio de las empresas en España. Ecorating ha analizado una cartera superior a 250.000 empresas en España, distribuidas en 8.628 combinaciones de CNAE (Código Nacional de Actividades Económicas) y de ubicaciones por comunidad autónoma.

Por otra parte, el cambio climático, tal y como lo define el Protocolo de Kioto, está considerado dentro de la organización como un riesgo financiero importante y está gestionado por medio de los procedimientos de gestión del riesgo crediticio.

Evaluación de riesgos ambientales⁽¹⁾

(Porcentaje) Rango de valores de riesgo medioambiental	Exposición	Clientes
Bajo	92,0	96,0
Medio	6,0	3,4
Alto	2,0	0,6

Bajo: Actividades de riesgo medioambiental prácticamente nulo o inocuas y bajo por lo que respecta a sus emisiones.

Medio: Actividades con riesgo medioambiental moderado y alto, respectivamente. En estos rangos se encuentran empresas de cualquier tamaño y solvencia económica. En estos grupos, además, la presión legislativa y la fiscalización del medio ambiente pueden suponer un importante riesgo.

Alto: Actividades con un potencial riesgo medioambiental muy elevado. Destaca de este rango que la mayoría de empresas son grandes empresas y de solvencia económica alta. Son las mejor preparadas para afrontar los cambios o restricciones a los que la legislación obliga para la protección del medio ambiente.

⁽¹⁾ El análisis del riesgo ambiental de la cartera de clientes que se acompaña en este informe se ha realizado siguiendo la metodología elaborada por Wolters Kluwer España, S.A. (Ecoiuris) y AGA-Q, S.L.

Productos y servicios con carácter ambiental

BBVA contribuye a la preservación del medio ambiente no sólo mediante la financiación de proyectos, sino también por medio del desarrollo de productos y servicios positivos para el medio ambiente. Durante el 2006, se ha continuado con algunas de las líneas de actuación del año anterior y se han desarrollado otras nuevas; las principales son:

- Fondos de inversión socialmente responsables (vid. el capítulo «BBVA y sus clientes»).
- Proyectos de inversión y financiación en diferentes ámbitos relacionados con la protección del me-

dio ambiente (inversión en energía solar y placas fotovoltaicas, energía eólica, ahorro energético, forestación sostenible, etc.), en colaboración con distintas organizaciones, tanto públicas como privadas.

5. Formación y sensibilización ambiental

Durante el 2006, el Grupo ha dedicado un total de 840 horas a la formación ambiental de sus empleados. Los Principios de Ecuador y los riesgos ambientales han sido las principales materias en formación ambiental.

En cuanto a la sensibilización ambiental, desde el 2004 el departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas elabora y envía quincenalmente a más de 400 directivos y empleados del Grupo el boletín de información ambiental *Actualidad Ambiental*, con informaciones sobre la forma de integrar adecuadamente la actividad empresarial y el medio ambiente. Por su parte, el Servicio de Estudios Económicos elabora frecuentes informes (que difunde interna y externamente) sobre aspectos económicos de los problemas ambientales.

6. Mecenazgo ambiental

El Grupo BBVA desarrolla una importante labor de mecenazgo ambiental, básicamente canalizada por sus fundaciones de España, México y Perú, pero en la que también participan unidades de negocio (principalmente Anida). Durante el 2006, esta aportación ascendió a ocho millones de euros. Para más información, vid. el capítulo «Apoyo a la comunidad».



Rasgos básicos

	2006	2005
Recursos destinados por el Grupo BBVA y sus fundaciones al apoyo a la comunidad (miles de euros):		
■ Total:	56.425	46.486
España y resto del Grupo	45.298	38.051
América Latina	11.178	8.435
■ Asistencia Social	7.088	4.892
■ Educación	8.218	7.223
■ Cultura	9.065	10.949
■ Salud	5.275	4.883
■ Ciencias sociales	12.251	8.797
■ Medio ambiente	7.958	5.814
■ Promoción de la responsabilidad corporativa	2.052	479
■ Otros campos y gastos de estructura de las fundaciones	4.518	3.449

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

■ Avances en la valoración de los impactos externo e interno de las políticas de apoyo a la comunidad.	2
■ Coordinación y alineación de las políticas de apoyo a la comunidad en América Latina.	3
■ Desarrollo del Programa de Financiación Familiar del Plan Familias BBVA.	2
■ Creación del Centro para la Juventud.	1
■ Desarrollo de una política corporativa de fomento del voluntariado.	3
■ Avances en la coordinación de las relaciones con organizaciones humanitarias.	2

1 Poco significativo, 2 Significativo, 3 Muy significativo.

Aspectos sobre apoyo a la comunidad considerados más relevantes por los grupos de interés

- Proyectos educativos.
- Colaboración en proyectos de sanidad y salud pública.
- Ayuda a países y comunidades menos desarrollados.
- Apoyo a organizaciones benéficas y proyectos de ayuda social.
- Patrocinio de actividades culturales, deportivas y de ocio.

Aspectos de la información sobre apoyo a la comunidad considerados más relevantes por los grupos de interés

- Descripción de las acciones de filantropía y mecenazgo.
- Descripción de los procedimientos para desarrollar acciones de filantropía y mecenazgo.
- Impactos sociales y medioambientales directos e indirectos de la actividad financiera.

Principales líneas de trabajo en el 2007

- Puesta en marcha del Plan Marco de Acción Social para América Latina.
- Mejoras en la valoración de los impactos externos e internos en las políticas de apoyo a la comunidad.
- Puesta en marcha del Plan de Voluntariado Corporativo.
- Avances en el Plan Familias BBVA.
 - Nuevos Préstamos Familiares.
 - Creación del Centro para la Juventud.
- Desarrollo de la actividad microfinanciera.

1. Perspectiva general

La colaboración del Grupo BBVA en el desarrollo y mejora de la calidad de vida de las sociedades en que opera se presta, fundamentalmente, por medio de su actividad empresarial habitual, aportando valor a todos sus grupos de interés y generando crecimiento y empleo, así como comercializando productos y servicios con un impacto social particularmente positivo o especialmente adecuados para colectivos necesitados y desfavorecidos. Pero además, el Grupo desarrolla una intensa actividad en favor de las sociedades en que está presente mediante actuaciones sin ánimo de beneficio directo, orientadas a satisfacer necesidades básicas, paliar desequilibrios y promover el desarrollo y el bienestar. Son éstas las actuaciones que conforman la política de apoyo a la comunidad del Grupo BBVA. Una política que constituye una vertiente relevante de su responsabilidad corporativa y que tiene para el Grupo un carácter estratégico y sinérgico: crear valor a medio y largo plazo, tanto para la sociedad como para el propio Grupo, contribuyendo activamente a una mejor aceptación social y a una integración más armónica en las sociedades en que trabaja.

2. Carácter, líneas y programas principales

La política de apoyo a la comunidad de BBVA tiene tres atributos fundamentales. Es una política multinacional (se desarrolla en todos los países en los que el Grupo tie-

ne presencia significativa), multifacética (se aplica a diferentes campos de actuación) y multicanal (se desarrolla por medio de numerosos instrumentos). Los principales instrumentos por medio de los que se canaliza son:

- Acciones de patrocinio y mecenazgo de diferentes unidades del Grupo.
- Actividad de las fundaciones del Grupo.
- Actuaciones por medio de productos y servicios especiales: financieros (préstamos gratuitos y tarjetas y fondos solidarios) y no financieros (Servicio de Estudios Económicos).

- Cesión de activos (material informático y mobiliario).
- Fomento del voluntariado de empleados.
- Fomento de la colaboración de clientes en causas humanitarias.

Los recursos que el Grupo BBVA y sus fundaciones destinan para el apoyo a la comunidad han aumentado intensamente en los últimos años. En el 2006 la cifra fue de 56,43 millones de euros, lo que supone un incremento del 21,38 % respecto al 2005 y un incremento acumulado del 95,09 % desde el 2002.

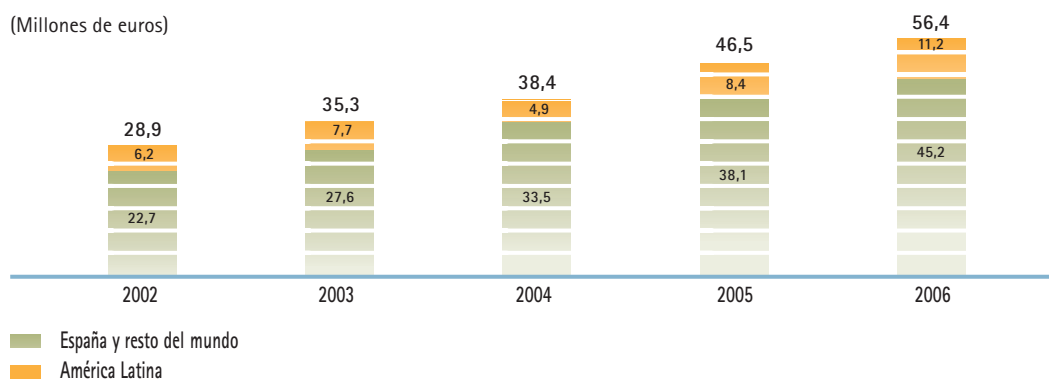
Fundaciones del Grupo BBVA

- Fundación BBVA (España)
(<http://www.fbbva.es>)
- Fundación BBVA Banco Continental (Perú)
(<http://www.bbvabancocontinental.com>)
- Fundación BBVA Banco Francés (Argentina)
(<http://www.fundación@bancofrances.com.ar>)
- Fundación BBVA Bancomer (México)
(<http://www.bancomer.com.mx/fundación/index.asp>)
- Fundación BBVA Banco Provincial (Venezuela)
(http://www.provincial.com/fundación/fp_1.html)

Ejes básicos de actuación

- Ciencias Sociales
- Biomedicina, salud y sistema sanitario
- Ciencias Ambientales
- Educación
- Arte y cultura
- Asistencia social
- Educación
- Asistencia social
- Arte y cultura
- Fomento de la actividad empresarial y la responsabilidad corporativa
- Educación
- Asistencia social
- Arte y cultura
- Medio ambiente
- Educación
- Asistencia social
- Arte y cultura

Apoyo a la comunidad: recursos destinados por el Grupo BBVA y sus fundaciones



Especial importancia ha tenido en el año 2006 la aprobación del Plan Marco de Acción Social del Grupo BBVA para América Latina. Con él se incrementan muy significativamente los recursos destinados, con el compromiso del Grupo de dedicarle al menos el 0,77 % de su beneficio en la región (casi 15 millones de euros en el 2007). Centra su atención prioritaria en la educación de sectores muy desfavorecidos y con un programa estelar en cada uno de los diez países en los que el Grupo tiene presencia bancaria: el Programa Becas BBVA Integración.

Previsión de la inversión total del Grupo BBVA en acción social en América Latina

(Millones de euros)	2007 ⁽¹⁾
Plan Marco de Acción Social	14,9
Programa Becas BBVA Integración	8,2
Otras actividades educativas	3,6
Cultura y Asistencia Social	3,1
Otras actuaciones	0,8
Recursos destinados a América Latina por BBVA España y por la Fundación BBVA	4,7
TOTAL	20,4

(1) Estimación.
Alcance: América Latina.

3. Principales campos temáticos

Asistencia social: 7,09 millones de euros en el 2006

Proyectos más destacados

España:

- Plan Familias BBVA.
- Proyecto Euro Solidario, en colaboración con los empleados adheridos, a favor de la Fundación Entreculturas Fe y Alegría.
- Ayudas directas a organizaciones humanitarias.
- Proyecto Pro-Kids (identificación genética de niños desaparecidos), en colaboración con la Universidad de Granada.
- Proyecto de protocolo de actuación automática para campañas especiales ante situaciones de emergencia humanitaria.
- Servicio Colabor@, implantado en BBVANet, que permite a los clientes realizar aportaciones a organizaciones humanitarias.
- Cesión gratuita de material informático y mobiliario a organizaciones humanitarias.

América Latina:

- Apoyo a la Fundación Quiera para ayudar a los niños de la calle, por BBVA Bancomer (México).
- Apoyo a FUNDADES-Asociación de Hogares Nuevo Perú por BBVA Banco Continental (Perú).
- Programa ConsoliDAR de ayuda contra la pobreza de la AFPJ Consolidar (Argentina).
- Donación de juguetes para niños de colectivos desfavorecidos, por BBVA Banco Provincial (Venezuela).
- Asistencia a niños de recursos escasos, por BBVA Paraguay.
- Apoyo al Club del Pensionista, por AFP BBVA Horizonte (Perú).

Educación: 8,22 millones de euros en el 2006

Proyectos más destacados

España:

- Ruta Quetzal BBVA.
- Préstamo Joven, en el marco de los Prestamos Familiares del Plan Familias BBVA.
- Premios Francisco Giner de los Ríos a la Mejora de la Calidad Educativa, en colaboración con el Ministerio de Educación y Ciencia.
- Premios a la Acción Magistral, en colaboración con la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) y la UNESCO.
- Premio Blue Joven Emprendedores de Andalucía, en colaboración con la Junta de Andalucía.
- Actividades de formación y difusión del conocimiento para funcionarios locales.

América Latina:

- Programa Becas BBVA Bancomer Integración («Por los que se quedan») y Programa BBVA Bancomer en la Educación (México).
- Programa educativo Proyecto Papagayo de la Fundación BBVA Banco Provincial y Programa de Formación de Microempresarios de BBVA Banco Provincial (Venezuela).
- Programa Becas BBVA Panamá Integración («Escuelas Ranchos por Escuelas Dignas»), apoyado por la Presidencia de la República.
- Proyectos Aprendo y Leer es estar Adelante de BBVA Banco Continental (Perú).

Cultura: 9,07 millones de euros en el 2006

Proyectos más destacados

España:

- Programa de Actividades Culturales (artes plásticas, conservación y restauración del patrimonio y fomento de la música).
- Patrocinio de iniciativas culturales de las administraciones públicas, de centros académicos y de medios de comunicación.
- Colaboración con el Ministerio de Defensa en investigación y restauración de fondos históricos y en ediciones singulares.
- Patrocinio de publicaciones culturales distribuidas en bibliotecas populares, a través del Instituto Cervantes e Instituciones Penitenciarias.
- Archivo y Museo Histórico BBVA.

América Latina:

- Fondo de Apoyo a las Artes de BBVA Bancomer (México).
- Salón de Arte BBVA de BBVA Colombia.
- Colección Libero Badí y Museo Casa Alsina, por BBVA Banco Francés (Argentina).
- Premio Nacional de Novela de AFP Previsión (Bolivia).
- Programa de exposiciones propias y patrocinio del Museo de Arte Precolombino de Cuzco, por la Fundación BBVA Banco Continental (Perú).
- Programa de exposiciones propias de la Fundación BBVA Banco Provincial (Venezuela).

Salud: 5,28 millones de euros en el 2006

Proyectos más destacados

España:

- Programa de la Fundación BBVA en Biomedicina, salud y sistema sanitario.
- Patrocinio de la Fundación Pro CNIC (Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares).
- Ciclo de conferencias médicas, en colaboración con la Fundación Abril Martorell.
- Becas y ayudas a investigadores, en colaboración con la Fundación Pi i Sunyer.

América Latina:

- Asistencia oftalmológica y de nutrición para niños de colectivos desfavorecidos de BBVA Paraguay, en colaboración con la Cooperadora para la Nutrición Infantil (CONIN).
- Colaboración con el Hospital Infantil Pereira Rosell, con apoyo material y voluntariado de empleados de BBVA Uruguay.
- Programa educativo contra las adicciones de BBVA Bancomer (México).
- Apoyo a centros sanitarios y patrocinio del programa de formación sanitaria y prevención de accidentes en escuelas «Mejor es prevenir» de BBVA Banco Francés (Argentina).
- Sosténimiento del Hospital de Caldas, por BBVA Colombia.
- Prevención de drogodependencias, en colaboración con la Universidad Central de Venezuela, de BBVA Banco Provincial.
- Ayuda a la Asociación de Distrofia Muscular, por BBVA Puerto Rico.

Ciencias Sociales: 12,25 millones de euros en el 2006

Proyectos más destacados

España:

- Programa de la Fundación BBVA en Ciencias Sociales (socioeconomía, demografía, valores, opinión pública, sociedad del conocimiento y tecnologías de la información).
- Actividades de interés social del Servicio de Estudios Económicos.
- Patrocinios de Anida de cursos, seminarios y jornadas sobre urbanismo y sobre el sector inmobiliario.

América Latina:

- Actividades de interés social del Servicio de Estudios Económicos en América Latina.
- Ayudas a diversas universidades, instituciones y foros económicos en diversos países.
- Patrocinio de la Cátedra sobre Seguridad Social en la Universidad de Chile, por BBVA Chile.
- Colaboración con la Universidad de los Andes, por BBVA Colombia.
- Patrocinio de actividades de la Fundación CEGA (Centro de Estudios Agrícolas y Ganaderos), por BBVA Colombia.
- Patrocinio del seminario «Principios del Derecho del Trabajador» organizado por la Asociación Dominicana de Derechos del Trabajo y la Seguridad Social, por AFP Crecer (República Dominicana).

Medio Ambiente: 7,96 millones de euros en el 2006

Proyectos más destacados

España:

- Programa de la Fundación BBVA en Medio ambiente, centrado especialmente en Biología de la Conservación.
- Programa de Mecenazgo Ambiental de Anida, con asesoramiento de WWF/Adena:
 - Protección del oso ibérico, con el Fondo Asturiano para la Protección de Animales Salvajes (FAPAS).
 - Conservación del lince ibérico y recuperación de salinas en el Parque Natural de Doñana, con la Fundación Doñana.
 - Colaboración con Cruz Roja para la concienciación sobre el consumo responsable de agua y energía y la segregación de recursos.

América Latina:

- Conservación y educación ambiental Ajusto Medio (México) de Fundación BBVA Bancomer (México).
- Colaboración con la Fundación Pro Islas (Perú) de la Fundación BBVA Banco Continental (Perú).
- Ayuda al desarrollo urbanístico de Bogotá, por BBVA Colombia.

**Promoción de la responsabilidad corporativa:
2,05 millones de euros en el 2006**

Proyectos más destacados

España:

- Numerosas iniciativas de promoción de la RC y colaboración con un amplio número de instituciones, entre las que destacan: ESADE, EOI, UNED, Cruz Roja, Economistas sin Fronteras, Fundación Carolina, Fundación Codespa, Fundación Entorno e Iberdrola.
- Miembro de organizaciones dedicadas a impulsar la RC: Foro de Reputación Corporativa, Fundación Empresa y Sociedad, Fundación Carolina, Fundación + Familia, Fundación Codespa, AECA y Center for Business and Public Sector Ethics.
- Firmante de acuerdos internacionales sobre RC: Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Asociación Española del Pacto Mundial (a cuyo Comité Ejecutivo pertenece BBVA), Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI) y Principios de Ecuador.

América Latina:

- BBVA Banco Francés (Argentina), BBVA Bancomer (México), BBVA Banco Continental (Perú) y BBVA Colombia han suscrito el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- Promoción del Foro Ecuménico y Social y colaboración en los premios al Emprendedor Solidario y al Emprendedor Agropecuario.
- Colaboración con el Centro Mexicano para la Filantropía de BBVA Bancomer (México).



A. Criterios del informe

Perfil, alcance, relevancia, materialidad y cobertura

El presente resumen ejecutivo sintetiza el contenido del *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006* de BBVA, en el que se presenta toda la información relevante sobre la responsabilidad corporativa del Grupo BBVA, que incluye información sobre todos los países y sectores en que el Grupo tiene una presencia significativa y que aporta además datos referentes a los años 2004 y 2005, para permitir una evaluación más objetiva de su evolución (excepto en los indicadores de medio ambiente, por razones de espacio).

La información presentada en ambos informes se complementa con el *Informe Anual 2006* de BBVA, en el que, junto con otras informaciones relevantes, se integra información detallada relativa al sistema de Gobierno Corporativo.

Para la selección del contenido del *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006* y, por tanto, de este resumen ejecutivo, se ha perseguido un adecuado equilibrio entre una información consistente y suficiente y una extensión que no sobrepasara los límites razonables. En la determinación de la relevancia y materialidad de los asuntos incluidos, se ha tratado de conceder una atención muy especial a la opinión de los grupos de interés más significativos del Grupo BBVA. Para ello, se ha profundizado en el proceso de consulta a los grupos de interés iniciado el año anterior, según las recomendaciones de la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* (versión 3 del 2006) de la Global Reporting Initiative (GRI) y de la norma AA1000 de Accountability. Para más información puede consultarse el capítulo «Los grupos de interés de BBVA: sistema de diálogo y gestión», así como la versión completa del mencionado informe.

Referencias básicas y estándares internacionales

El *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006* responde fielmente a los principios y recomendaciones –generales y específicos para el sector financiero– que establece la GRI en su *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* (versión 3 del 2006). En el 2006, BBVA ha seguido el protocolo establecido por GRI y ha sometido a verificación por parte de Deloitte su autocalificación que ha sido finalmente corroborada por la firma auditora como A+. Posteriormente todo el proceso ha sido revisado por el propio GRI que ha concedido al informe la máxima nota posible que se puede otorgar a este tipo de informes: A+.

Asimismo, el *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006* y este resumen ejecutivo han pretendido reflejar en su contenido el cumplimiento de BBVA con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, así como el compromiso de la entidad con los Objetivos del Milenio de las Naciones Unidas. Por otra parte, ambos documentos han tomado en consideración, con diferentes grados de intensidad, diversos estándares y recomendaciones acerca de la información sobre responsabilidad corporativa.

Rigor y verificación

BBVA dispone de diversos instrumentos para garantizar la calidad, integridad y veracidad de la información proporcionada en el *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006* y en este resumen ejecutivo. Tanto la información captada y recogida como el propio sistema de información utilizado han sido verificados por Deloitte como firma auditora independiente, de lo que se da cuenta expresa en un apartado específico del *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006*, que acredita la veracidad de toda la información contenida y los procedimientos y sistemas para su captación y procesamiento, así como su adecuación a los criterios de la versión del 2006 de la GRI y de la norma AA1000.

B. Pacto Mundial y Objetivos del Milenio de Naciones Unidas

En el 2002, el Grupo BBVA se comprometió a cumplir los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Desde entonces, ha trabajado activamente para cumplir los diez principios del Pacto dentro de la organización; además, es miembro del Comité Ejecutivo de la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM) desde su constitución en el 2004. En el 2006, el Grupo

ha cumplimentado un informe de progreso en el que se detallan las políticas y acciones específicas que el Grupo desarrolla en cada uno de los principios. El informe está disponible para su consulta en www.pactomundial.org.

Por otra parte, en el año 2000, la ONU, por medio de la Declaración del Milenio, estableció el año 2015 como horizonte de los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio, cuyo logro debería conseguirse no sólo con la participación de los organismos internacionales

y los gobiernos, sino también con la implicación del sector privado. El Grupo BBVA se siente plenamente comprometido con el reto que establece Naciones Unidas y contribuye al cumplimiento de los Objetivos por medio de sus actividades de negocio, de campañas de difusión sobre esta iniciativa en las que el Grupo colabora y de su política de apoyo a la comunidad.



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

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

Para cualquier tipo de opinión, duda o sugerencia sobre la información de este informe, se ruega contactar con:

Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas
Paseo de la Castellana 81, 28046 Madrid
rrc@grupobbva.com
Tel.: +34 91 374 6000 ó +34 91 537 7000

www.bbva.com

Este informe cuenta con la garantía de haber sido revisado lingüísticamente
por la Fundación del Español Urgente
(www.fundeu.es).



Este informe ha sido elaborado en papel ecológico libre de cloro
y proveniente de gestión forestal sostenible certificada.



Diseño: Eugenio G. Cabanillas

Fotografía: Banco de imagen BBVA
Concurso fotográfico “Empleados BBVA”

Fotografía del Presidente: Chema Conesa

Edición: Grupo ELBA, S.A.

Impresión: Gráficas Enar, S.A.

1866 1872 1996 1914 1943 1929 1934
1867 1941 2003 1861 1904 1957 1916
1990 1879 2006 1883 1887 1857 1958
1992 1942 1925 1868 1948 1946 1863
1911 1915 1882 1880 1945 1955 1917
1889 1903 1939 1907 1861
1897 1918 1980 1954 1860 1886 1987
1933 1888 1896 1928 1874 1926
1993 1881 1979 1956 1936 1944 1997 1893
1932 1884 1875 1899
1947

