



Informe Anual **2005** Responsabilidad Corporativa



ÍNDICE

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005

2. [CARTA DEL PRESIDENTE]

[I] ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN

- 7. [1] **PERFIL Y MARCA DEL GRUPO BBVA**
7. Perfil • 15. Marca BBVA.
- 18. [2] **LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN BBVA: DEL COMPROMISO A LA PRÁCTICA**
18. La responsabilidad corporativa en BBVA: compromiso con un futuro mejor para las personas • 21. Los grupos de interés de BBVA • 23. Principios básicos • 27. Estructura y sistemas de gestión • 30. Sistema de Gobierno Corporativo • 30. Sistema y función de Cumplimiento • 31. Sistema de gestión de la Reputación Corporativa • 33. Sistema de coordinación de la Responsabilidad Corporativa.
- 36. [3] **CREACIÓN DE VALOR**
36. Introducción • 37. Valor directo tangible • 38. Valor directo intangible • 39. Valor indirecto.

[II] LOS GRUPOS DE INTERÉS DIRECTOS

- 43. [4] **BBVA Y SUS ACCIONISTAS**
44. Crecimiento sostenido del valor • 44. Canales de diálogo.
- 48. [5] **BBVA Y SUS EMPLEADOS**
48. Datos generales de empleados • 50. Derechos Humanos • 51. El modelo de gestión de BBVA: garantía de la igualdad de oportunidades y de la satisfacción de los empleados • 56. Empleo y selección • 58. Formación y gestión del conocimiento • 61. Salud y seguridad laboral • 64. Sistemas de previsión social • 64. Beneficios sociales, otras iniciativas y voluntariado.
- 68. [6] **BBVA Y SUS CLIENTES**
69. Canales de servicio • 69. Calidad, satisfacción y atención al cliente • 74. Productos y servicios con criterios de responsabilidad corporativa (RC) • 86. Gestión del riesgo social, ambiental y ético • 88. Seguridad y protección de datos • 89. Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas • 90. Actividades de Auditoría Interna.
- 91. [7] **BBVA Y SUS PROVEEDORES**
92. Estructura organizativa de Compras • 92. Un modelo de compras eficiente y objetivo con los proveedores • 92. Creación de valor y relación con proveedores • 93. Sistema de homologación de proveedores • 94. Herramientas de gestión de aprovisionamiento • 95. Código Ético de Compras, Inmuebles y Servicios • 95. Proyectos sociales con proveedores.



EL ENTORNO

97. [8] BBVA Y EL MEDIO AMBIENTE

98. Indicadores clave del Sistema de Gestión Ambiental • 98. Política, Sistema de Gestión Ambiental y gobierno ambiental • 103. Impacto ambiental directo: ecoeficiencia en el consumo de recursos naturales • 107. Impacto ambiental indirecto: gestión de riesgos y productos y servicios con carácter ambiental • 108. Formación y sensibilización ambiental • 109. Mecenazgo ambiental.

111. [9] BBVA Y EL APOYO A LA COMUNIDAD

111. Perspectiva general • 114. Las fundaciones del Grupo BBVA • 115. Plan Familias BBVA • 117. Actuaciones fuera de España • 118. Campos temáticos.



IV ANEXOS

131. [10] CRITERIOS DEL INFORME

131. Referencias básicas • 132. Materialidad • 132. Perímetro y alcance • 132. Rigor.

134. [11] ESTUDIOS DE MATERIALIDAD

134. Los análisis realizados • 137. La opinión de los grupos de interés de BBVA según el "Diagnóstico de Materialidad".

138. [12] INFORME DE VERIFICACIÓN

140. [13] INDICADORES GRI

151. [14] PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

152. [15] CÓMO CONTACTAR CON BBVA

CARTA DEL PRESIDENTE

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005

Este cuarto *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa* continúa y consolida el propósito que desde el 2002 viene manteniendo el Grupo BBVA de informar detalladamente de la forma en que entiende y lleva a la práctica su compromiso con todos los colectivos con los que se relaciona. Compromiso que constituye nuestra responsabilidad esencial como empresa: atender lo mejor posible a todos nuestros grupos de interés (accionistas e inversores, empleados, clientes, proveedores, reguladores y opinión pública). Es decir, atenderlos con los mayores niveles de calidad, integridad y transparencia y aportándoles el mayor valor posible. Tratando de dar la mejor respuesta a sus expectativas y respetando escrupulosamente la legalidad y las recomendaciones de los reguladores.

De ahí nuestra apuesta por la denominación de Responsabilidad Corporativa. Queremos insistir con ella en la idea de que nos referimos a nuestra responsabilidad total: actuar de forma correcta, ética y eficiente con todos los sectores con los que, directa o indirectamente, nos relacionamos, tomando en consideración equilibradamente todas las dimensiones de nuestra actividad. La económica, desde luego, pero también la humana, la social y la ambiental.

- **Una forma de entender la actividad empresarial**

Porque para BBVA, la responsabilidad corporativa hace referencia al conjunto de la gestión de la em-

presa. En ello centra su atención la presente memoria, que se ha elaborado en conformidad con la Guía del 2002 de *Global Reporting Initiative* (GRI) y que constituye una presentación equilibrada y razonable del desempeño económico, ambiental y social de nuestra organización.

Es un análisis de la actividad del Grupo BBVA con una perspectiva complementaria a la que recoge el *Informe Anual*, en el que se desarrollan otros aspectos esenciales de nuestra responsabilidad corporativa (como la información financiera y de gestión o una detallada información de nuestro Sistema de Gobierno Corporativo), que no se reiteran aquí para evitar duplicaciones. Este documento refleja, así, toda una forma de entender la actividad empresarial. Una perspectiva crecientemente exigida por sociedades cada día más formadas y conscientes y paulatinamente más valorada por los mercados. Pero que se revela también cada vez más útil para la propia gestión de la empresa: que contribuye a la generación de valor de forma sostenida en el tiempo. Y no podemos olvidar que ésta —la sostenibilidad en su sentido más amplio— es una finalidad esencial para toda empresa. Una perspectiva, además, que en nuestro caso se fundamenta en la convicción, en la coherencia con los valores básicos que conforman nuestra cultura corporativa.

De todo ello es de lo que el presente informe pretende rendir cuentas. De cómo hemos cumplido en la práctica a lo largo del año 2005 con nuestra visión: trabajar por un futuro mejor para todas las



personas con las que nos relacionamos. Éste es el foco central del informe.

Con todo, no estamos ante un documento puramente informativo. En BBVA lo consideramos un elemento básico en el diálogo con nuestros grupos de interés. Una de las muchas piezas de una compleja interlocución, que consideramos una dimensión central de nuestra responsabilidad corporativa.

● **Líneas básicas del informe**

El informe parte de un bloque inicial en el que se examinan los rasgos característicos de nuestra marca y los datos fundamentales de la estructura y de la actividad económica del Grupo. Vienen enmarcados en el 2005 por una fuerte expansión y por cifras de beneficios, de rentabilidad, de eficiencia y de solidez nunca conseguidas en nuestra historia. A continuación, se sintetizan los elementos fundamentales de nuestra política de responsabilidad corporativa: nuestra aproximación al concepto, los principios y compromisos básicos y los sistemas de gestión que nos permiten llevar estos principios y compromisos a la práctica. Cierra el primer bloque un análisis global del valor creado por el Grupo BBVA a lo largo del año, desde la perspectiva integral antes apuntada.

Un segundo bloque pasa revista a los aspectos más relevantes de nuestra relación con los grupos de interés directos, que son también los fundamentales para nuestro desempeño como empresa: nuestros ac-

“Para BBVA, la responsabilidad corporativa hace referencia al conjunto de la gestión de la empresa.”



cionistas, empleados, clientes y proveedores. El informe pretende prestar una atención equilibrada a todos los componentes de esas relaciones, incluyendo por eso aspectos no directamente económicos, pero también básicos desde una perspectiva de calidad integral.

En el tercer bloque, se analiza el cumplimiento del Grupo BBVA con el entorno en que se desenvuelve. En primer lugar, su impacto ambiental, tanto directo como indirecto. En segundo término, las políticas de apoyo a la comunidad que de-

sarrolla. Creemos que la contribución al bienestar y al desarrollo de la sociedad que aporta nuestro Grupo surge fundamentalmente de su actividad habitual. No obstante, la importancia de sus iniciativas de interés social merece una explicación pormenorizada. En ella damos cuenta de nuestras actuaciones en favor del desarrollo general de las sociedades en que estamos presentes y de las más específicamente dirigidas a colectivos desfavorecidos (que integran lo que suele denominarse acción social).

La última parte del informe se dedica a aspectos metodológicos y al reflejo detallado de su adecuación a los criterios de GRI y a los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, con cuyo cumplimiento BBVA se siente plenamente comprometido. Incorpora también información sintética de los estudios que para la elaboración de este informe se han realizado con vistas a conocer la opinión de nuestros grupos de interés sobre la relevancia de sus contenidos, en línea con los criterios de la norma AA1000 Assurance Standard sobre la materialidad de la información.

● **En la senda de la mejora continua**

Este último aspecto constituye una de las innovaciones de mayor relieve de este informe. No es la única. Frente al informe del 2004 —que fue reconocido como el mejor informe de España en esta materia por dos de las evaluaciones más prestigiosas que se realizan en el país—, el presente documento aporta mejoras considerables: un análisis más comprensivo de nuestro Grupo, información cuantitativa mucho más pormenorizada y precisa, indicaciones sobre las fortalezas, aspectos mejorables y líneas de trabajo principales en el 2006 en cada tema analizado, relación de las carencias sugeridas por nuestros grupos de interés y una verificación externa de considerable mayor alcance y profundidad que en el año anterior, que afecta tanto a la información cuantitativa como a la cualitativa. Junto con todo ello, el informe se ha sometido

a un examen externo adicional (llevado a cabo por la Fundación del Español Urgente) para contrastar la pureza del lenguaje utilizado.

Todo ello es parte de un camino de avance continuo en el que nos sentimos plenamente comprometidos. Con la constancia de que tenemos todavía mucho por mejorar, pero con la voluntad de hacerlo tan rápidamente como podamos. Y con el convencimiento de que lo vamos consiguiendo.

Un camino transitable solo gracias al esfuerzo de todas las unidades y todos los profesionales de nuestra organización, que han demostrado a lo largo del 2005, una vez más, su capacidad de integrar la responsabilidad corporativa en su trabajo cotidiano. Su capacidad de hacer cada día mejor lo mucho que tienen que hacer. Por eso, la forma más adecuada de terminar esta carta es dejar constancia de mi reconocimiento a todos ellos.



27 de febrero del 2006
Francisco González Rodríguez

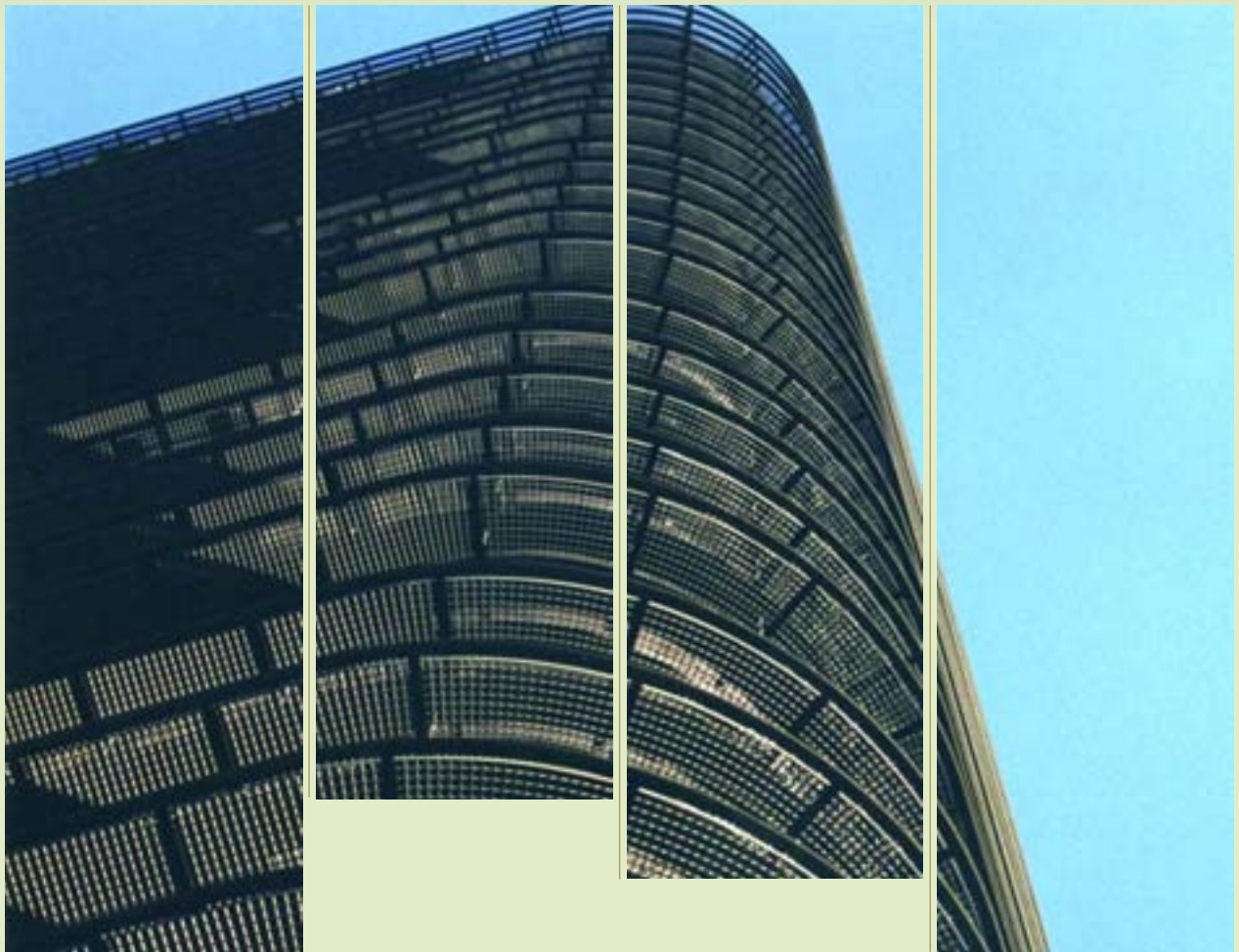
[I] ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005

- 1] PERFIL Y MARCA DEL GRUPO BBVA
- 2] LA POLÍTICA DE RC EN BBVA: DEL COMPROMISO A LA PRÁCTICA
- 3] CREACIÓN DE VALOR



1] PERFIL Y MARCA DEL GRUPO BBVA



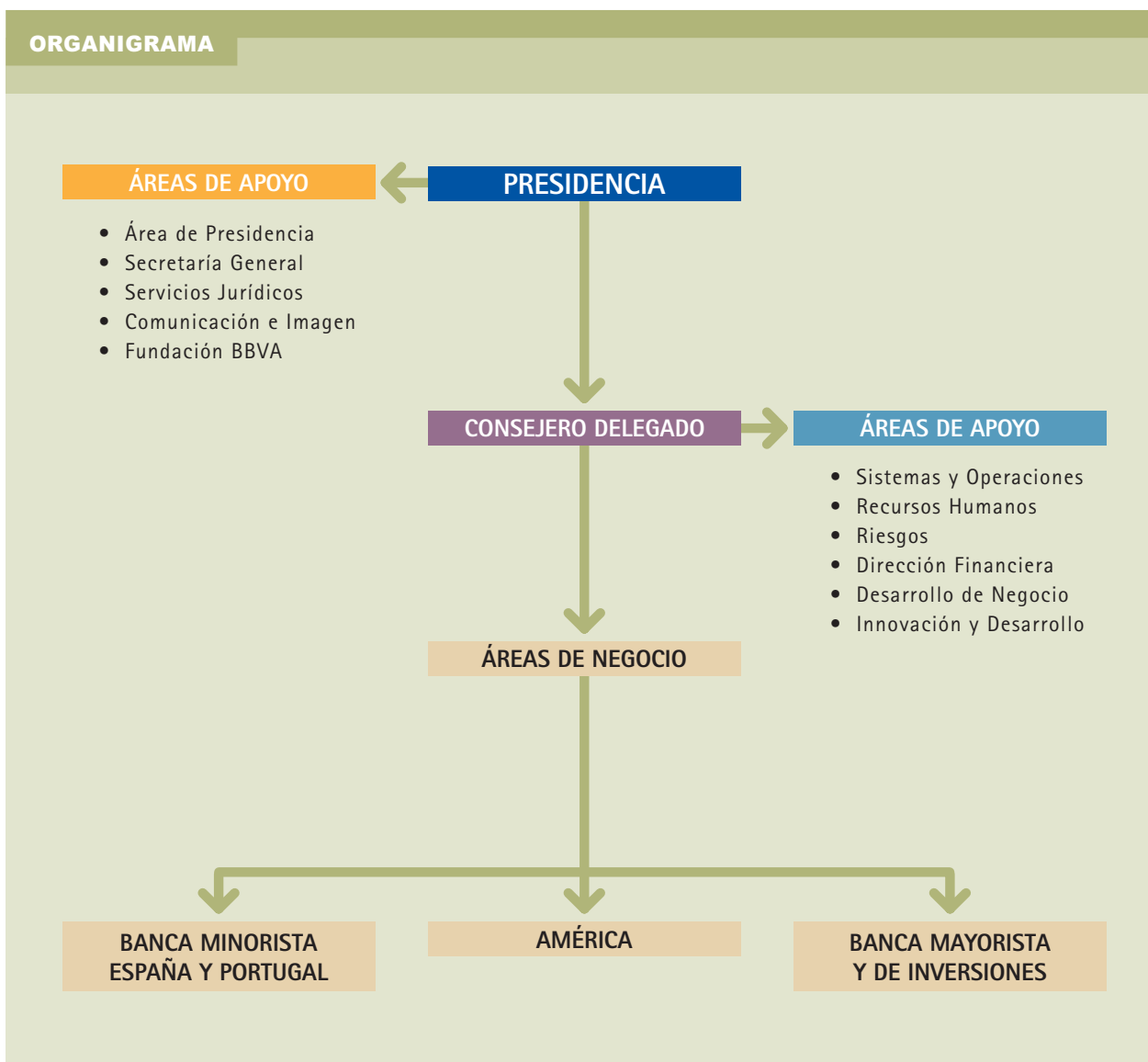
● Perfil

Introducción

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. (en adelante BBVA) es una entidad de derecho privado, constituida como sociedad anónima y sujeta a la normativa y regulaciones de las entidades bancarias presentes en España. Para el desarrollo de su actividad, dispone de sucursales y agencias distribuidas por todo el territorio nacional, así como en el extranjero.

Dispone además de participaciones accionariales en una serie de entidades, tanto en España como en el extranjero, que conforman el Grupo BBVA, un grupo financiero global de gran dimensión y reconocida solvencia, presente en Europa, América y Asia, que opera en los mercados financieros de todo el mundo y que ocupa puestos de liderazgo en sus principales áreas geográficas de actuación: España y América Latina.

Organigrama



Nota: El organigrama que se presenta ha sido el vigente durante el 2005. El 1 de enero del 2006 ha entrado en vigor un nuevo organigrama que comporta una reestructuración sustancial de la organización.

Estructura de negocio: productos y servicios principales

| PRODUCTOS Y SERVICIOS PRINCIPALES | | Beneficio atribuido por área de negocio (Millones de euros) | |
|--|--|--|--|
| Área de negocio | Breve explicación de cada área | 2005 | 2004 |
| | | Banca Minorista España y Portugal | Incluye los negocios minoristas, de gestión de activos y banca privada desarrollados por el Grupo en España y Portugal. Engloba los segmentos de clientes particulares y pequeñas y medianas empresas en el mercado doméstico, el grupo Finanzia/Uno-e, BBVA Portugal, el negocio de Banca Privada, las gestoras de fondos de inversión y pensiones y los resultados vinculados al negocio asegurador. Principales productos y servicios: depósitos, fondos de inversión mobiliarios e inmobiliarios, planes de pensiones, hipotecas, créditos, préstamos, tarjetas, seguros, <i>leasing</i> ... |
| Banca Mayorista y de inversiones | Engloba los negocios que el Grupo realiza con grandes empresas e instituciones a través de la banca corporativa, tanto nacional como internacional, y de la banca de instituciones. Además, también incorpora los negocios de las salas de tesorería, el negocio de distribución y <i>originación</i> de renta variable y la actividad de custodia de valores, así como los negocios de proyectos empresariales e inmobiliarios. Principales productos y servicios: líneas de crédito, gestión de subvenciones, gestión de tributos, participaciones, estructuración de financiaciones, <i>project finance</i> , <i>corporate banking</i> , <i>trade finance</i> ... | 592 | 404 |
| América | Comprende la actividad y resultados de los bancos filiales del Grupo en Latinoamérica y de sus sociedades participadas, incluidas las gestoras de pensiones y las compañías de seguros, así como el negocio de Banca Privada Internacional. Principales productos y servicios: depósitos, fondos de inversión mobiliarios e inmobiliarios, planes de pensiones, tarjetas, líneas de crédito, hipotecas, seguros, participaciones, gestión de tributos, comercio exterior, <i>project finance</i> ... | 1.820 | 1.195 |
| Actividades Corporativas | Recoge las participaciones en grandes corporaciones industriales y en entidades financieras, además de aquellas actividades de las unidades de apoyo, como el Comité de Activos y Pasivos (COAP). Incluye determinadas dotaciones a provisiones correspondientes a jubilaciones y otras de carácter corporativo y los costes de las unidades centrales con una función estrictamente corporativa. | (219) | (102) |
| BENEFICIO ATRIBUIDO GRUPO BBVA | | 3.806 | 2.923 |

| BENEFICIO ATRIBUIDO POR PAÍSES EN AMÉRICA LATINA | | |
|---|-------|------|
| (Millones de euros) | 2005 | 2004 |
| México | 1.350 | 862 |
| Argentina | 119 | 36 |
| Chile | 62 | 35 |
| Colombia | 66 | 28 |
| Estados Unidos ¹ | 27 | 44 |
| Panamá | 19 | 18 |
| Paraguay | 10 | 9 |
| Perú | 59 | 32 |
| Uruguay | -2 | -3 |
| Venezuela | 57 | 85 |
| Otros países ² | 4 | 12 |

¹ Incluye Puerto Rico.

² Bolivia, Ecuador y República Dominicana. En el 2004, también El Salvador.

Perfil del Grupo

DATOS BÁSICOS DEL GRUPO

| Resultados: (Millones de euros) | 2005 | 2004 |
|------------------------------------|---------|-----------|
| Margen ordinario | 13.024 | 11.120 |
| Beneficio antes de impuestos | 5.592 | 4.137 |
| Beneficio atribuido | 3.806 | 2.923 |
| Balance (millones de euros) | | |
| Activos totales | 392.389 | 329.441 |
| Créditos sobre clientes | 222.413 | 176.673 |
| Recursos de clientes | 403.087 | 329.254 |
| Volumen de negocio | 625.500 | 505.927 |
| Actividad | | |
| Nº de países en los que opera | 31 | 32 |
| Nº de accionistas | 984.891 | 1.081.020 |
| Nº de clientes (millones) | 38,4 | 35 |
| Nº de empleados | 94.681 | 87.112 |
| Nº de oficinas | 7.410 | 6.868 |
| Nº de proveedores | 2.564 | 2.039 |

| Resultados: (Millones de euros) | 2005 | 2004 |
|---|--------|--------|
| Otros datos | | |
| Capitalización bursátil (millones de euros) | 51.134 | 44.251 |
| Beneficio por acción | 1,12 | 0,87 |
| P/V (Precio/valor contable; veces) | 3,9 | 4,0 |
| Rentabilidad por dividendo | 3,52 | 3,39 |
| ROE-Rentabilidad sobre recursos propios | 37,0 | 33,2 |
| Ratio de eficiencia con amortizaciones | 46,7 | 48,6 |
| Tasa de morosidad | 0,94 | 1,13 |
| Productividad de empleados | 3,6 | 3,4 |
| Volumen de negocio por empleado (millones de euros) | 6,6 | 5,8 |

Estados Unidos
Empleados 2.066
Oficinas 91

México
Empleados 31.146
Oficinas 1.957

Panamá
Empleados 245
Oficinas 16

Colombia
Empleados 6.849
Oficinas 427

Perú
Empleados 3.377
Oficinas 224

Chile
Empleados 3.630
Oficinas 185

Nueva York

Miami
La Habana

Puerto Rico
Empleados 1.120
Oficinas 44

Venezuela
Empleados 5.653
Oficinas 330

Paraguay
Empleados 99
Oficinas 8

Sao Paulo

Uruguay
Empleados 145
Oficinas 9

Argentina
Empleados 6.851
Oficinas 342

Islas del Canal (Reino Unido)

Empleados 22
Oficinas 1

Londres

París

Portugal

Empleados 891
Oficinas 100

SUCURSALES



Bruselas
Hong Kong
Londres
Miami
Milán
Nueva York
París
Tokio



RANKING DEL GRUPO BBVA EN LOS PRINCIPALES PAÍSES EN LOS QUE OPERA

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

Fuente: elaboración propia.



BANCOS DEL GRUPO

| |
|---|
| España |
| BBVA |
| Banco de Crédito Local |
| Finanzia |
| Uno-e |
| América Latina |
| BBVA Banco Continental (Perú) |
| BBVA Banco Francés (Argentina) |
| BBVA Banco Provincial (Venezuela) |
| BBVA Bancomer (México) |
| BBVA Chile |
| BBVA Colombia |
| Banco Granahorrar |
| BBVA Panamá |
| BBVA Paraguay |
| BBVA Puerto Rico |
| BBVA Uruguay |
| Resto del Grupo |
| Banc Internacional d'Andorra-Banca Mora |
| BBVA Bancomer USA |
| BBVA Portugal |
| BBVA Privanza Bank (Jersey) Ltd (Channel Islands) |
| BBVA Suiza |
| Laredo National Bank (Estados Unidos) |

OFICINAS DE REPRESENTACIÓN

| |
|-----------|
| Francfort |
| Ginebra |
| La Habana |
| Moscú |
| Pekin |
| Sao Paulo |
| Shangái |
| Teherán |

Nota: Los datos que aparecen en el mapa corresponden a los empleados y oficinas del Grupo BBVA consolidado en cada país. Aparecen señalados solo aquellos países en los que el Grupo BBVA cuenta con entidad bancaria. Además, en Ecuador, Bolivia y la República Dominicana se cuenta con entidades gestoras de pensiones. Salvo en México, Perú, Bolivia, Chile y Ecuador, no se supera el 25 % nacional para cada producto o gama de productos.

Principales hechos del Grupo en el 2005

- Adquisición en México de la entidad Hipotecaria Nacional (enero).
- Anuncio de un plan global para la atención de segmentos poco bancarizados en España, América Latina y Estados Unidos (febrero).
- Adaptación a las Normas Internacionales de Información Financiera (febrero).
- Archivo por la Audiencia Nacional de la investigación contra BBVA por supuesto blanqueo de capitales (marzo).
- Lanzamiento de Banco Express, nueva entidad del Grupo en Chile (marzo).
- Apertura de una oficina de representación en Shangái (abril).
- Conclusión de la adquisición de Laredo National Bancshares (LNB) (Texas, EE. UU.) (mayo).
- Celebración de un encuentro en México con representaciones sindicales de las entidades del Grupo en España y América Latina (junio).
- Apertura de una oficina en Tokio (junio).
- Retirada del proyecto de OPA sobre BNL (julio).
- Primer grupo financiero europeo que cotiza en la bolsa mexicana de valores (agosto).
- Inicio de la operativa en Estados Unidos de BBVA Bancomer USA (antiguo Valley Bank) (agosto).
- Lanzamiento del portal “Pasión por las Personas (septiembre).
- Programa de formación sobre prevención del lavado de dinero para toda la red de Banca Minorista en España (septiembre).
- Lanzamiento de las campañas “Cuentas Claras” (mayo) y “Cuentas Claras Internacional” (noviembre) para la transparencia en las comisiones.
- Firma de una acuerdo con COMFIA-CC. OO. y FES-UGT de un acuerdo para impulsar la igualdad y la conciliación de la vida familiar y laboral (noviembre).
- Adquisición en Colombia de la entidad hipotecaria Granahorrar (noviembre).
- Establecimiento de un nuevo esquema organizativo (diciembre).
- Apertura de una nueva oficina en Texas (diciembre).
- Desarrollo del plan de reducción de centros *off-shore*.
- 34 millones de euros invertidos en formación interna (diciembre).
- 50 millones de euros invertidos en innovación y desarrollo.
- 46 millones de euros destinados a políticas de apoyo a la comunidad (diciembre).

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS CONCEDIDOS AL GRUPO BBVA EN EL 2005

| Premios y reconocimientos | Entidad |
|---|--|
| Francisco González, elegido “Banquero del año”. | Revista <i>Retail Banker International</i> . |
| José Ignacio Goirigolzarri, elegido “ Financiero del año”. | Revista <i>Latin Trade</i> . |
| BBVA , premiado con los “Banks Awards 2004/2005”. | Siderúrgica Arcelor. |
| BBVA, mejor entidad asesora sobre gestión del riesgo y operaciones con derivados. | Revista <i>Risk España</i> . |
| Trofeo de Oro a la marca corporativa mejor gestionada. | Centro de la Marca ESADE. |
| Nominación en los Premios Príncipe Felipe a la Excelencia Empresarial en la categoría de “Gestión de la marca renombrada”. | Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. |
| BBVA obtiene el 5.º puesto en el <i>ranking</i> español de reputación y el primero del Sector Financiero. | Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCO). |
| BBVA obtiene el 5.º puesto entre las empresas españolas (avanzando tres puestos con respecto al año anterior) en el <i>ranking</i> de “Las empresas más admiradas”. | <i>Financial Times</i> y PricewaterhouseCoopers. |

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS CONCEDIDOS AL GRUPO BBVA EN EL 2005

| Premios y reconocimientos | Entidad |
|--|--|
| "Visa Infinite" de BBVA, Premio Golden Card a la mejor tarjeta de fidelización. | Congreso Internacional de Tarjetas 2005. |
| Grupo BBVA, mejor banco por Internet en la categoría de Banca Privada y mejor banco por Internet en la categoría de <i>cash management</i> . | Revista <i>Global Finance</i> . |
| Anida, Premio Alpha a la Excelencia en Marketing. | Club de Dirigentes de Marketing. |
| Anida, segundo finalista en la categoría "Mejor campaña de publicidad y comunicación". | Asociación Española de Editores de Prensa Periódica (AEEPP). |
| Anida, premio Daniel Gil de diseño editorial en la categoría "Libro Institucional/ Promocional de Empresas". | Revista Visual. |
| Anida, V Premios Éxitos en la categoría de Actuación en Medio Ambiente. | Grupo Códice. |
| BBVA recibe el Premio Empresa Ejemplar Internacional en Materia de Prevención de Riesgos Laborales y Salud Laboral. | Asociación Internacional de Expertos en Derecho del Trabajo y Seguridad Social "Profesor Alonso Olea". |
| BBVA recibe el Premio Empresa Ejemplar Española en Materia de Prevención de Riesgos Laborales y Salud Laboral. | Asociación Internacional de Expertos en Derecho del Trabajo y Seguridad Social "Profesor Alonso Olea". |
| BBVA, banco líder en España, segundo mejor banco en la zona euro y quinto europeo en relaciones con inversores. | Encuesta "Thomson Extel Survey 2005". |
| Mejor web de relaciones con inversores en España. | Encuesta realizada por MZ Servicios Financieros, JP Morgan, KPMG y Linklaters. |
| XI Premio Empresarial Dinero 2005 a la Dirección de Servicios Financieros Personales de BBVA. | Revista Dinero. |
| BBVA, mejor banco regional para América Latina en el 2005 en operaciones de <i>trade finance</i> . | Revistas <i>Trade Finance</i> y <i>Trade & Forfaiting Review</i> . |
| BBVA, mejor banco por Internet de Europa para particulares (último trimestre del 2005). | AQmetrix. |
| BBVA Colombia, BBVA Banco Continental y BBVA Paraguay premiados como "Banco del Año". | Revista <i>The Banker</i> . |
| BBVA, mejor banco en Perú. | Revista <i>Euromoney</i> . |
| BBVA Banco Continental, Premio Nacional a la Calidad 2005. | Comité de Gestión de la Calidad de la Sociedad Nacional de Industrias del Perú. |
| BBVA Banco Continental, mejor banco por Internet para clientes corporativos e institucionales. | Revista <i>Global Finance</i> . |
| BBVA Banco Provincial, mejor banco por Internet. | Revista <i>Global Finance</i> . |
| BBVA Colombia, mejor gestión de apoyo financiero a las pequeñas empresas. | Banco de Comercio Exterior de Colombia (Bancóldex). |
| Condecoración Orden del Congreso al Presidente de BBVA Colombia. | Congreso de la República. |
| BBVA Colombia, mejor banco por Internet y mejor banco por Internet para clientes corporativos e institucionales. | Revista <i>Global Finance</i> . |
| BBVA, mejor sociedad de valores en México. | Revista <i>Euromoney</i> . |
| BBVA Banco Francés, Premio AMDIA de Plata en la categoría de Acciones de Marketing Relacional y CRM Business to Consumer. | AMDIA (Asociación de Marketing Directo e Interactivo de Argentina). |
| BBVA, mejor banco de Paraguay en el tercer trimestre del 2005, posición que mantiene en todos los trimestres desde el 2002. | Superintendencia de Bancos de Paraguay. |

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

| Premios y reconocimientos | Entidad |
|--|---|
| BBVA, empresa española con mejor informe sobre RSC (para el año 2004). | Fundación Empresa y Sociedad. |
| Premio a la Mejor Memoria de Sostenibilidad de las empresas españolas, 2005 (para el año 2004). | Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE) y Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). |
| X Premios Empresariales e Institucionales Familia (2004) al Plan Familias BBVA. | Grupo Entidades Catalanas de la Familia. |
| Euro de Oro al Mejor Producto Financiero del 2004 al Préstamo Nacimiento. | Revista <i>Ausbanc</i> . |
| BBVA Banco Continental, BBVA Colombia, BBVA Banco Francés y BBVA Bancomer mejores bancos de sus países en Ética, Gobierno Corporativo, Transparencia, Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa. | Management-Excellence y revista <i>Latin Finance</i> . |
| Premio Gonzalo Benaim Pinto en Educación al Proyecto Papagayo de la Fundación BBVA Provincial. | Asociación Israelita de Venezuela y Unión Israelita de Caracas. |
| Premio a la Responsabilidad Social a BBVA Banco Continental. | Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA). |

Indicadores clave de responsabilidad corporativa

El Grupo BBVA ha mantenido durante el 2005 un compromiso con la mejora continua en relación con su responsabilidad corporativa. Los indicadores que se presentan a continuación muestran de forma ordenada las pruebas de ese compromiso y los resultados del desempeño en esta materia,

comparados con los de años anteriores. Las diferencias frente al cuadro similar presentado en el *Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2004* son consecuencia de los esfuerzos en conseguir indicadores sintéticos más significativos. No obstante, todos los reflejados en el 2004 se detallan también en diferentes lugares del presente informe.

RECURSOS DESTINADOS A POLÍTICAS BÁSICAS DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN EL GRUPO BBVA

| (Millones de euros) | 2005 | 2004 |
|-----------------------------------|--------------|--------------|
| Formación interna | 34,3 | 34,3 |
| Apoyo a la comunidad ¹ | 46,5 | 38,3 |
| I+D ² | 50 | 47 |
| TOTAL | 130,8 | 119,6 |

¹ Cifra analizada y desagregada en el capítulo de "BBVA y el apoyo a la comunidad".

² La cifra de I+D se refiere solo a proyectos acometidos en España. Sigue los criterios fijados por la legislación vigente para la contabilización de los gastos afectos a los proyectos de actividades de investigación, desarrollo e innovación tecnológica. En la identificación de los principales proyectos incluidos en los cuatro grandes ejes de I+D, se destacan algunos de los principales: desarrollos criptográficos de descifrado de información con clientes, nuevas herramientas de valoración de riesgos, nueva arquitectura de canales de acceso remoto, desarrollo de sistemas de pagos a proveedores, nuevos canales de contratación electrónica, herramientas de gestión de reclamaciones, correspondencia virtual avanzada, sistemas de autenticación y verificación de firma electrónica, etc. La cifra del 2005 es la mejor estimación disponible a 31 de diciembre con criterios de máxima prudencia.

| INDICADORES CLAVE | | | |
|--|--|---------|---------------|
| Dimensión | Indicador | Valor | |
| | | 2005 | 2004 |
| Económicos | Beneficio por acción (euros) | 1,12 | 0,87 |
| | Capitalización bursátil (millones de euros) | 51.134 | 44.251 |
| | Porcentaje de consejeros | 66,7 | 66,7 |
| | ▶ Valor Económico Añadido (EVA) (millones de euros) | 10.951 | 9.641 |
| | Fondos de inversión socialmente responsable respecto al total de fondos de inversión gestionados | 1,53 % | 1,83 % |
| | Calificación DJSI dimensión económica | 88 | 65 |
| Sociales | N.º medio de días en resolver una reclamación | 15 | 18 |
| | Porcentaje de mujeres en puestos directivos | 20,56 % | 19,45 % |
| | Diversidad hombres y mujeres | 55/45 % | 57/43 % |
| | Rotación no deseada de la plantilla | 3,52 % | 4,54 % |
| | Horas de formación por empleado | 43 | 43 |
| | ▶ Porcentaje de recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio antes de impuestos | 0,83 | 0,93 |
| | Porcentaje de recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio atribuido | 1,22 | 1,31 |
| | Índice de satisfacción de proveedores ⁽¹⁾ | – | 3,7 (Sobre 5) |
| | Índice de satisfacción de clientes ⁽²⁾ | 67,9 % | 67,6 % |
| Índice de satisfacción de empleados ^{(1) (2)} | 61,1 % | – | |
| Calificación DJSI dimensión social | 80 | 65 | |
| Medioambientales | Electricidad consumida por empleado (GJ) | 21,2 | 22,3 |
| | Total CO ₂ emitido por empleado (Tn) | 2,9 | 3,0 |
| | ▶ Consumo de papel por empleado (Tn) | 0,11 | 0,14 |
| | Alcance ISO 14001 sobre total de empleados (%) | 1,84 | 0,27 |
| | Préstamos con beneficios ambientales (millones de euros) | 304,7 | 295,66 |
| | Calificación DJSI dimensión ambiental | 48 | 43 |
| Indicadores generales | ▶ DJSI calificación global | 75 | 60 |
| | Presencia en FTSE4Good (sí/no) | Sí | Sí |

Nota: La clasificación por dimensiones corresponde a los criterios del Dow Jones Sustainability Index (DJSI).

⁽¹⁾La encuesta de satisfacción se realiza cada 2 años.

⁽²⁾Datos de España.

● **Marca BBVA**

El modelo de gestión de marca se integra en *La Experiencia BBVA*, que nace en el año 2003 y que define un modo diferente de gestionar cuyo objetivo es que BBVA transmita, en cada uno de los múltiples contactos con sus grupos de interés, una experiencia positiva y diferenciadora. Una experiencia que cree un vínculo emocional entre ellos y BBVA y que contribuya a la generación de relaciones a largo plazo creadoras de valor.

La imagen de un *iceberg* puede sintetizar su carácter. El 15 % de la superficie es lo que se ve y se siente con BBVA: lo que dice (la comunicación, la publicidad...) y lo que ofrece (los productos y servicios, los comportamientos, las sucursales...). Todo esto configura la marca o “experiencia externa”. La cultura o “experiencia interna” hace posible que ese 15 % pueda existir, sea generador de negocio, de eficiencia y de cohesión interna. Los principios corporativos y los criterios operativos, que configuran la cultura BBVA, determinan que cada empleado, con sus comportamientos, sea un creador de *La Experiencia BBVA*.



Como resultado de lo anterior, y a lo largo del tiempo, la coherencia entre “lo que decimos y vendemos” (experiencia externa) y “lo que somos y cómo nos comportamos” (experiencia interna) construye y refuerza la reputación corporativa.

En este modelo integrado de cultura, marca y reputación, la marca sintetiza la experiencia externa. A continuación se analizan tres aspectos de la marca: su grado de fortaleza, su posicionamiento y su lenguaje o modo de expresarse.

Grado de fortaleza de la marca

BBVA cuenta con un elevado grado de conocimiento y presencia en la mente del consumidor en los principales mercados en que opera. Es una fortaleza significativa por la gran inversión en esfuerzo y presupuesto que requiere tan elevada notoriedad y porque el conocimiento constituye el punto de partida para que una marca sea considerada como una opción por los clientes potenciales.

El nivel de compromiso con la marca es también uno de los mayores (segundo lugar) en sus respectivos mercados, si bien existe un claro margen de mejora.

| FORTALEZA DE LA MARCA | | |
|-------------------------|---------------|---------------|
| | España (2005) | México (2004) |
| Presencia ¹ | 95 % | 86 % |
| Compromiso ² | 17 % | 25 % |

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

¹ Presencia: clientes del banco o conocedores del banco.

² Compromiso: porcentaje de personas que están verdaderamente comprometidas porque asocian al banco los atributos más importantes para el consumidos dentro de la categoría.

CALIFICACIONES DE BBVA EN RESPONSABILIDAD CORPORATIVA SEGÚN AGENCIAS ESPECIALIZADAS

| Entidad | Dimensión | 2005 | | 2004 | |
|------------------|---------------------|------|--------------|------|--------------|
| | | BBVA | Media sector | BBVA | Media sector |
| SAM ^a | Gestión de la marca | 94 | 35 | 35 | 27 |

^a Escala de puntuación: 0 a 100.

El posicionamiento o territorio de la marca

El posicionamiento de la marca se concreta en tres ejes:

- El liderazgo, entendido como reconocimiento, no como magnitud. Significa ir por delante y establecer las reglas del juego. No deriva solo del tamaño, sino también de la capacidad de desarrollar proyectos nuevos y generar confianza.
- La innovación, que implica tener mentes abiertas y capacidad de generar nuevas ideas y de impulsar el desarrollo tecnológico, pero siempre con el objetivo de facilitar la vida a los clientes.
- De personas para personas, que descansa en la convicción de la importancia del factor humano

para BBVA. Las personas de BBVA son su verdadera ventaja competitiva y son quienes establecen relaciones a largo plazo con sus clientes y la sociedad allí donde la institución tiene presencia.

Estos tres ejes definen la forma en que BBVA quiere ser percibido por sus grupos de interés en todos los países en los que opera, si bien cada eje adquiere distinta relevancia en función de la situación de cada mercado geográfico.

BBVA cuenta con una herramienta homogénea de investigación y escucha para seguir su posicionamiento en los principales países en los que está presente.

| POSICIONAMIENTO DEL GRUPO EN SUS PRINCIPALES MERCADOS | | | |
|---|-----------|------------|---------------------------|
| | Liderazgo | Innovación | De personas para personas |
| ESPAÑA (23.10.05) | | | |
| Valor de BBVA (%) | 85 | 67 | 58 |
| Posición de BBVA entre sus principales competidores | 1.º | 2.º | 2.º |
| Mejor valor (%) | 85 | 68 | 76 |
| MÉXICO (21.05.05) | | | |
| Valor de BBVA (%) | 91 | 79 | 82 |
| Posición de BBVA entre sus principales competidores | 2.º | 2.º | 2.º |
| Mejor valor (%) | 94 | 84 | 84 |

Fuente: Tracking de imagen de BBVA.

Las cifras proporcionadas corresponden al porcentaje de personas que asocian los atributos de cada eje a BBVA.

El lenguaje y modo de expresarse de BBVA

La idea creativa de BBVA no es un eslogan publicitario: es una forma sintetizada de expresar la visión de BBVA, que nace del posicionamiento, y se resume en una palabra: **adelante**.

adelante.

- Es un concepto derivado de la visión: “BBVA, trabajamos por un futuro mejor para las personas”.
- Sintetiza el mensaje clave de la empresa a sus principales grupos de interés.
- Significa: “si quieres, puedes”.
- Es un mensaje de confianza, que anima a las personas a perseguir sus sueños y proyectos, en

los que BBVA se implicará para su consecución.

Para permitir que la marca BBVA se exprese reflejando su posicionamiento, como marca innovadora, líder y de personas para personas, BBVA lanzó en el 2005 su manual de identidad corporativa, *Vive la marca*, que está siendo adaptado por cada país para responder a sus peculiaridades. *Vive la marca* es una guía sobre el modo de utilizar el lenguaje, los colores, las tipografías, las ilustraciones, la música, el diseño de las sucursales... con el fin de reforzar la coherencia en la expresión y su alineación con el posicionamiento. Algo que aumenta la eficacia de la comunicación, es decir, el impacto para un mismo nivel de coste.

2 | LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN BBVA: DEL COMPROMISO A LA PRÁCTICA

EL COMPROMISO DE BBVA CON LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

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



RASGOS BÁSICOS

- Atención a las expectativas de los grupos de interés.
- Componente básico de la cultura corporativa.
- Atención a todas las dimensiones de la actividad.
- Carácter integral.
- Integración en la gestión.



FORTALEZAS

- Adhesión a compromisos internacionales.
- Sistema de Gobierno Corporativo.
- Código de Conducta general y códigos éticos y deontológicos funcionales.
- Calificación en los índices de sostenibilidad y en agencias especializadas.
- Reconocimiento del *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa*.
- Modelo de monitorización de la Reputación Corporativa.
- Política de apoyo a la comunidad.



CAMPOS DE MEJORA

- Mejor coordinación con los diferentes bancos del Grupo.
- Mayor formación interna en RC.
- Mayores alcance y profundidad en la verificación externa del *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa*.
- Mayor calidad en el diálogo con los grupos de interés.
- Mayor integración de criterios de RC en las áreas básicas del Grupo.



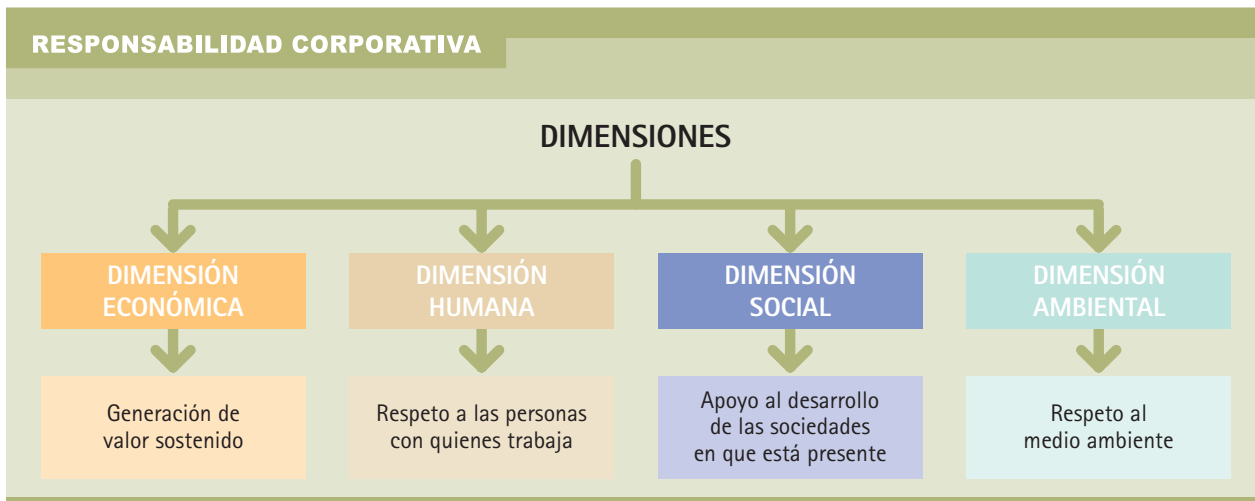
PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO EN EL 2006

- Avances en la coordinación de las estrategias de Responsabilidad Corporativa y Reputación Corporativa.
- Avances en la coordinación y en la gestión de la información.
- Avances en la profundidad y alcance de la verificación externa del *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa*.
- Avances en la atención a las expectativas de los grupos de interés en el contenido del *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa*.
- Avances en la integración de criterios de RC en la gestión de las áreas de RR. HH., Negocio, Riesgos, Cumplimiento, Compras y Medios.
- Desarrollo del modelo de monitorización de la Reputación Corporativa.
- Avances en la formación interna en RC.

• La responsabilidad corporativa en BBVA: compromiso con un futuro mejor para las personas

La sociedad exige cada día más intensamente a las empresas —y muy especialmente a las de gran dimensión— la asunción de comportamientos más responsables en todas sus actividades, que aporten una mayor utilidad a todos los sectores que con ellas se relacionan y que presten una mayor atención a

todas las implicaciones de sus actuaciones: no solo en el ámbito económico-financiero, sino también en todas las restantes dimensiones (humana, social y ambiental) en que inciden. Una exigencia que aumenta con el nivel de desarrollo y formación de la sociedad, que propician adicionalmente las grandes transformaciones sociales, económicas y tecnológicas del presente y que el propio mercado valora cada vez más.



A ello remite el concepto de responsabilidad corporativa. Un concepto por el que el Grupo BBVA ha apostado decididamente, entendiéndolo como un compromiso integral: su compromiso de aportación del máximo valor posible y equilibrado a todos sus grupos de interés directos (accionistas, clientes, em-

pleados, proveedores) y al conjunto de las sociedades en que opera, tratando de dar la mejor respuesta a su alcance a sus expectativas, respetando escrupulosamente la legalidad y las exigencias y recomendaciones de los reguladores y con los niveles más estrictos de integridad y transparencia.

PRESENCIA EN ÍNDICES Y AGENCIAS DE EVALUACIÓN

Calificaciones de BBVA en responsabilidad corporativa según las principales agencias especializadas

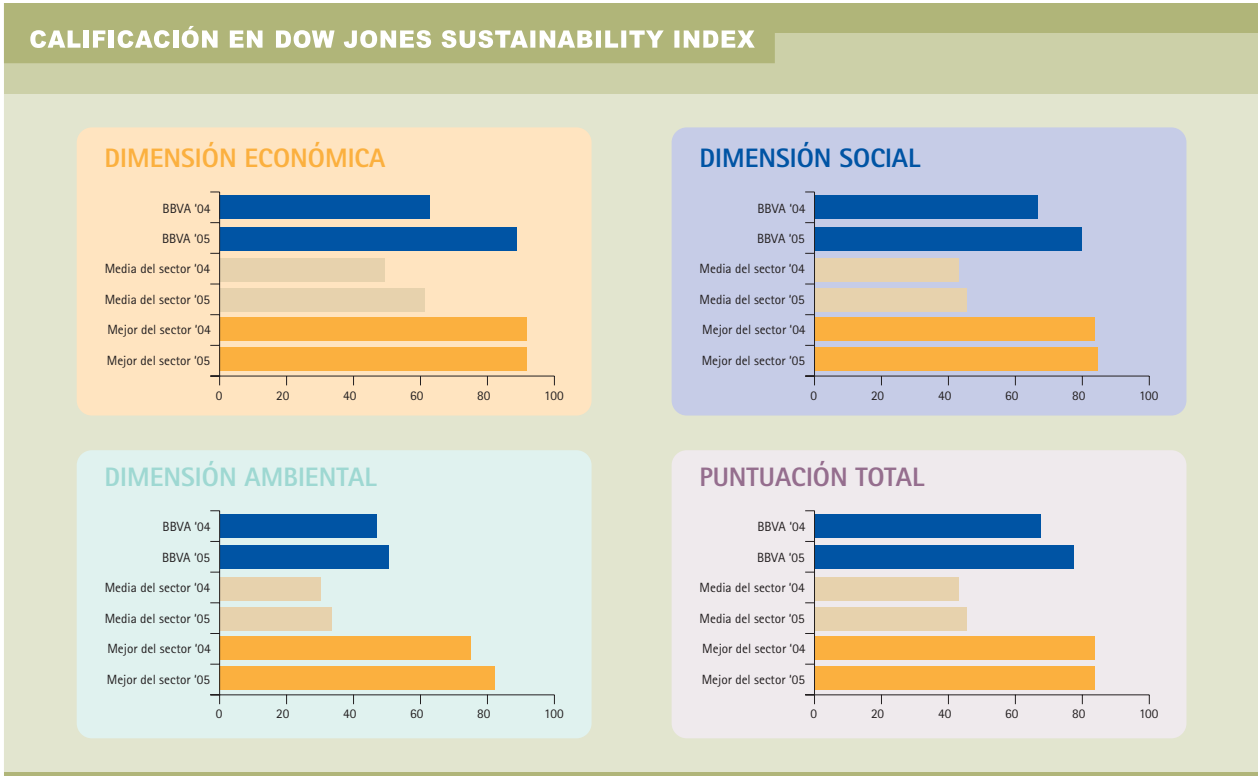
| Entidad | Dimensión | 2005 | | 2004 | | |
|--------------------------|---|------|--------------|------|--------------|--|
| | | BBVA | Media sector | BBVA | Media sector | |
| SAM ^a |  Dimensión económica | 88 | 62 | 65 | 50 | - BBVA está incluido en DJSI World desde el 2001. - BBVA está incluido en DJSI STOXX desde el 2005. |
| | Dimensión ambiental | 48 | 32 | 43 | 28 | |
| | Dimensión social | 80 | 46 | 65 | 43 | |
| | Calificación global | 75 | 48 | 60 | 42 | |
| EIRIS |  Inclusión en el índice | Sí | | Sí | | - BBVA está incluido en FTSE4Good desde el 2003. |
| VIGEO ^{a, b, c} |  Recursos humanos | 44 | = | 58 | + | - BBVA está incluido en ASPI Eurozone. |
| | Medio ambiente | 45 | = | 30 | = | |
| | Clientes y proveedores | 61 | + | 58 | + | |
| | Gobierno Corporativo | 56 | + | 58 | + | |
| | Comunidad | 65 | + | 58 | = | |
| | Derechos humanos | 57 | = | 51 | = | |
| SIRI ^a |  Calificación global | 70,8 | 52,6 | 72,4 | 53,6 | |
| OEKOM ^d |  Dimensión ambiental | C- | - | D+ | - | - BBVA es considerado como "Prime" en la comparación de los mejores bancos mundiales o <i>Best in Class</i> . |
| | Dimensión social | B- | - | C | - | |
| | Calificación global | C+ | - | C- | - | |
| STOREBRAND |  BEST IN CLASS environmental and social performance. Inclusion in the list | Sí | - | Sí | - | - Includido en la lista de los 26 mejores bancos mundiales o <i>Best in Class</i> en prácticas sociales y ambientales. |

^a Escala de puntuación: 0 a 100.

^b Rating respecto a la media del sector: ++ Líder, + Avanzada, = Media, - Bajo media, -- Indiferente.

^c VIGEO efectúa además "Investor Solicited Activity" al estar llevando a cabo auditorías corporativas a petición de las empresas.

^d Escala de la puntuación: A+ a D-.



Un compromiso que se identifica, así, con la aspiración a la mejora continua de la calidad en las relaciones que el Grupo mantiene con todas sus partes interesadas y que no responde a razones cosméticas, sino a la constatación de la mencionada demanda social, así como a la convicción de que con él ayuda a consolidar un modelo de empresa y un estilo de gestión más próximos y aceptados por la sociedad y los diferentes grupos de interés. Un modelo de empresa y un estilo de gestión cimentados en la credibilidad y en la confianza y basados en el establecimiento de relaciones estables, sólidas y mutuamente beneficiosas con todas las partes interesadas, porque de todas ellas obtiene la empresa recursos esenciales para su supervivencia. Basados, en esa medida, en la optimización del beneficio mutuo: de más calidad, más eficientes y más generadores de valor sostenido en el tiempo.

Pero un compromiso, además, que para BBVA es también un elemento inherente a su filosofía, a sus valores, a su voluntad de integridad y a su identidad: un componente nuclear de su cultura corporativa. Así lo constata el documento en que se formaliza esta cultura, denominado *La Experiencia BBVA*, que parte de una visión del Grupo en la que el compromiso integral de responsabilidad corporativa

está claramente presente: *trabajamos por un futuro mejor para las personas*. BBVA quiere trabajar por un futuro mejor de todos los colectivos en los que incide su actividad y de todas las sociedades en que opera.



La aplicación concreta de esta visión se canaliza a través de dos vectores básicos:

- Preocupación por las personas: es el foco esencial de la visión de BBVA, que ha desarrollado a lo largo del 2005 un proyecto dirigido a potenciarlo como eje central de todas sus actividades. Es el proyecto “Pasión por las personas”: un proyecto corporativo de crecimiento plenamente adaptado a la visión de BBVA, concretado en dos de los principios de cultura corporativa: “El cliente como centro de nuestro negocio” y “El equipo como artífice de la creación de valor”. “Pasión por las personas” nace con un claro objetivo: incrementar la satisfacción de clientes y empleados. Superar sus expectativas, a través de acciones concretas y planes de actuación, es el reto ambicioso de este innovador proyecto que se desarrolla en todas las unidades del Grupo en el mundo.
- Innovación: pensar activamente en el futuro implica un esfuerzo de innovación constante para desarrollar las soluciones que posibiliten su mejora. Un criterio de actuación esencial para BBVA, que ha considerado 2005 “año de la innovación”.

Desde esta perspectiva, BBVA asume la responsabilidad corporativa como un compromiso que debe integrarse en todas las actividades, áreas y entidades del Grupo y en todas las sociedades en que trabaja, insertándolo tanto en las prácticas internas y en la gestión de los recursos disponibles como en las actuaciones dirigidas hacia el exterior de la organización.

Esa es también la perspectiva del presente Informe, que presta una atención central a la relación que el Grupo BBVA ha mantenido durante el ejercicio del 2005 con todos sus grupos de interés, a cómo ha cumplido con los compromisos con ellos contraídos y a cómo ha tratado de aportarles utilidad y valor e intentado ayudarlos a afrontar con más recursos su futuro, aspirando a dar una imagen del Grupo lo más completa posible e incluyendo información referente a todos los países y sectores en que tiene una presencia significativa.

Ha cuidado para ello de atender las opiniones de sus partes interesadas acerca de la materialidad y relevancia de los contenidos, observando en su elaboración los requisitos exigidos por los principales estándares internacionales. Pueden verse sobre todo ello los apartados titulados “Criterios del informe” y “Estudios de materialidad”.

● Los grupos de interés de BBVA

BBVA considera como principales grupos de interés a todas aquellas personas, instituciones o colectivos a los que afectan significativamente su actividad y sus decisiones y que, por esa razón, entiende como componentes y partícipes cruciales en la calidad de sus resultados, que dependen decisivamente de la forma en que aquellos lo acepten y lo juzguen. Con todos ellos —que se detallan en el cuadro adjunto— BBVA asume compromisos específicos que entiende como los elementos esenciales de su responsabilidad corporativa.



Para afrontarlos con rigor y, en definitiva, para responder adecuadamente a las necesidades y expectativas que todos ellos mantienen frente a él, considera imprescindible el cumplimiento de tres requisitos básicos:

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

- Accionistas ▶**
- Junta General de Accionistas.
 - Oficina del Accionista.
 - Unidad de Gestión de Grandes Accionistas.
 - Departamento de Relación con Inversores.
 - Analistas y Agencias de *Rating*.
 - Informe Anual.
 - Informes trimestrales de resultados.
 - Revista *Ábaco*.
 - Estudios de materialidad de Responsabilidad Corporativa.

- Clientes ▶**
- Sistema de Atención al Cliente.
 - Defensor de la Clientela.
 - Encuestas de Satisfacción.
 - Canales relacionales específicos en todas las unidades de negocio.
 - Sistema de Monitorización de la Reputación Corporativa.
 - Estudios de materialidad de Responsabilidad Corporativa.

- Empleados ▶**
- Servicio de Atención al Empleado.
 - Portal del Empleado.
 - Gestores de Recursos Humanos personalizados para cada empleado.
 - Encuestas de satisfacción.
 - Departamento de Comunicación Interna.
 - Boletín diario *Buenos Días*.
 - Revista *Adelante*.
 - Boletines y revistas en los diferentes bancos del Grupo.
 - Departamento de Relaciones Laborales, con permanente relación con los representantes sindicales.
 - Comités de Seguridad y Salud.
 - Otros comités con participación sindical.
 - Comités de Empresa.
 - Comité de Empresa Europeo.
 - Plataforma de coordinación con las representaciones sindicales de América Latina.
 - Sistema de monitorización de la Reputación Corporativa.
 - Estudios de materialidad de Responsabilidad Corporativa.

- Proveedores ▶**
- Contacto permanente con proveedores a través del Departamento de Compras.
 - Encuestas de satisfacción.
 - Reuniones periódicas con proveedores.

- Reguladores ▶**
- Seguimiento permanente de la legislación y de las directrices de los reguladores por los Departamentos de Secretaría General, Servicios Jurídicos, Cumplimiento Normativo, Auditoría Interna y Recursos Humanos.
 - Colaboración del área de Riesgos con reguladores nacionales e internacionales.

- Sociedad ▶**
- Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas.
 - Buzón electrónico de RC.
 - Informe anual de RC.
 - Informe anual de Gobierno Corporativo.
 - Estudios de materialidad de Responsabilidad Corporativa con medios de comunicación, sindicatos y organizaciones de la sociedad civil.
 - Coloquios BBVA-ESADE sobre "La empresa en la sociedad".
 - Participación en actos, foros y entidades sobre responsabilidad social empresarial.
 - Encuestas de medición de la imagen y la fortaleza de la marca BBVA.
 - Coordinadores de RC en los bancos y gestoras de seguros y pensiones del Grupo en América Latina.
 - Departamento de Comunicación Corporativa y departamentos de Comunicación en todos los bancos del Grupo.
 - Departamento de Comunicación Institucional.
 - Sistema de monitorización de la Reputación Corporativa.
 - Encuestas de percepción de la imagen y la reputación del Grupo BBVA.
 - Servicios de Estudios Económicos en España y América Latina.
 - Fundaciones del Grupo en España y América Latina.

- **Identificación:** la consolidación de relaciones sostenidas y basadas en la cooperación y la búsqueda del máximo beneficio mutuo requiere la más precisa identificación posible de la composición de los grupos mencionados. Las características esenciales de todos los grupos de interés directos —salvo los reguladores— se examinan en los correspondientes capítulos de este informe. En cuanto a los reguladores, BBVA considera como tales a todas las instituciones públicas internacionales, nacionales, regionales o locales susceptibles de emitir directrices de obligado cumplimiento en los mercados en que opera, condicionando obligatoriamente de esta forma sus actividades. Por lo que respecta al colectivo de “sociedad”, BBVA entiende como tal a las siguientes categorías:
 - El conjunto de personas e instituciones privadas o públicas que, no perteneciendo a alguno de sus grupos de interés directos, se consideran afectadas por su actividad y, por lo tanto, con derecho para emitir juicio sobre ella.
 - La opinión pública general de las sociedades en que BBVA está presente.
 - Las instituciones y agentes sociales más activos en la conformación de la opinión pública, particularmente en lo que se relaciona con el sector financiero: medios de comunicación, investigadores y profesionales especializados, consultores, agencias evaluadoras y entidades de análisis y escrutinio, entidades competidoras, organizaciones sin ánimo de lucro, sindicatos, partidos políticos e instituciones públicas no reguladoras de los mercados en que el Grupo BBVA opera.
- **Transparencia:** un requisito básico para la consolidación de relaciones estables es la generación de información adecuada, accesible, fluida y permanente. Algo necesario en todo tipo de empresas, pero particularmente en las del sector financiero, en las que la solidez depende estrechamente de la confianza y la credibilidad que sepan generar en la sociedad y en el mercado.
- **Diálogo:** para responder adecuadamente a las demandas y necesidades de sus grupos de interés no basta con el suministro de buena información; es preciso también entablar un proceso de comunicación e interlocución bidireccional con todos ellos para conocer sus expectativas y para explicar la forma en que se trata de atenderlas;

un proceso de diálogo que el Grupo BBVA establece desde todas sus líneas de actividad y para el que dispone de un sistema de canales muy desarrollado. Cada uno de ellos consta de múltiples mecanismos de comunicación, que mantienen un seguimiento y una interlocución permanente y en muchos casos personalizada, así como de instancias para la recepción, análisis y respuesta a sugerencias y reclamaciones y de sistemas de evaluación de la satisfacción que cada grupo de interés concreto experimenta en su relación con el Grupo BBVA.

● Principios básicos Principios y políticas fundamentales

BBVA ha materializado el compromiso con todos sus grupos de interés en las bases de su cultura corporativa, como medio para garantizar un comportamiento ético y una actitud responsable. Es un objetivo que desarrolló durante los años 2003 y 2004, mediante un proceso que implicó a numerosos profesionales de todas las áreas y países del Grupo y que se materializó en un documento programático central: *La Experiencia BBVA*. Partiendo de la visión de BBVA ya comentada, en él se establecen los principios de actuación necesarios para concretar la visión y los comportamientos precisos para materializarla en la práctica: en la experiencia cotidiana de cada profesional del Grupo. Todo ello en el marco de una nueva forma de entender la actividad financiera que coloca en el centro de su filosofía el valor de los intangibles y que, en esa medida, considera valores esenciales la integridad, la profesionalidad, la credibilidad y la responsabilidad corporativa. Los elementos esenciales en que se formaliza esta filosofía son:

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

Principios corporativos

Constituyen la concreción de la visión de BBVA en la relación con cada uno de sus grupos de interés y sintetizan sus valores básicos y la forma cómo entiende su carácter y su actividad como empresa. Cada uno implica compromisos y comportamientos específicos y en conjunto constituyen las líneas de la

PRINCIPIOS CORPORATIVOS

1. El cliente como centro del negocio.
2. La creación de valor para los accionistas y el resto de los grupos de interés como resultado de la actividad.
3. El equipo como artífice de la generación de valor.
4. El estilo de gestión como generador de entusiasmos.
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 corporativa como compromiso con el desarrollo.

identidad diferenciada de que BBVA quiere dotarse: una identidad sobre la que se construye su marca y su reputación.

Código de Conducta

El Código de Conducta del Grupo BBVA, aprobado por el Consejo de Administración en diciembre del 2003, concreta el quinto de los principios de la cultura corporativa de BBVA, que indica “el comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad”. El código constituye, además, el documento en que se refleja públicamente el conjunto de los compromisos del Grupo con la sociedad.

El código, que está disponible en su totalidad en la página web de BBVA (www.bbva.com), es de aplicación a todas las entidades del Grupo y vincula a todos sus profesionales, pudiendo extenderse a cualquier otra persona o entidad que se relacione con el Grupo cuando, por la naturaleza de la relación, su forma de actuar pueda afectar a la reputación de BBVA. En este sentido, constituye una guía segura de comportamiento para mantener estándares rigurosos de integridad, ética y honestidad, y supone una pieza clave en la preservación de la integridad corporativa del Grupo. Mediante su cumplimiento se da seguridad y confianza a los accionistas, clientes, empleados, proveedores y a la sociedad en general sobre la voluntad y las capacidades del Grupo para cumplir los compromisos que se derivan de sus actividades.

El código dedica una atención relevante a los valores éticos esenciales en la cultura del Grupo, entre los que cabe destacar:

- Respeto a la dignidad de la persona y a sus derechos inherentes.
- Respeto a la igualdad de las personas y a su diversidad.

- Estricto cumplimiento de la legalidad.
- Objetividad profesional.

El código recoge explícitamente el compromiso del Grupo BBVA con la aplicación del contenido de la Declaración Universal de Derechos Humanos, del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con el de otros convenios y tratados de organismos internacionales, como la OCDE y la Organización Internacional del Trabajo.

Para facilitar el conocimiento del contenido del código, todos los empleados de BBVA han recibido un ejemplar y han asistido a sesiones de trabajo presenciales en las que se han clarificado los elementos clave del mismo. Además, como elementos de apoyo permanentes para su difusión y para la aclaración de dudas al respecto, se ha elaborado un portal específico y un curso de formación en la intranet, que están a disposición de todos los empleados.

BBVA ha elaborado normas específicas que desarrollan algunos de los principios y criterios recogidos en el Código de Conducta. Entre las implantadas en el 2005, merece la pena destacar las siguientes:

- Norma sobre “Aceptación de regalos y compensaciones”: desarrolla el contenido de los apartados 6.9 a 6.11 del código y establece que los regalos de carácter promocional o detalles de cortesía recibidos cuyo valor económico supere los 150 euros serán donados a organizaciones humanitarias. Asimismo, recoge el procedimiento a seguir para materializar dicha donación.
- Norma sobre “Entrega de regalos y organización de eventos”: establece criterios y pautas de actuación que desarrollan los principios genéricos establecidos en los apartados 4.38 y 4.39 del código, en materia de entrega de regalos y liberalidades, así como sobre organización de semina-

LA INTEGRIDAD CORPORATIVA EN EL CÓDIGO DE CONDUCTA DEL GRUPO BBVA

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

rios e invitación de terceros a ellos y a otros tipos de eventos organizados por BBVA para la promoción de sus productos y servicios.

Códigos específicos de áreas funcionales

- **Estatuto del Consejero:** regula los posibles conflictos de intereses entre el Grupo BBVA y cada consejero, sus familiares y las entidades con que esté relacionado, estableciendo los procedimientos a seguir en estos supuestos para evitar que se pudiera producir una conducta contraria a los intereses de la entidad. Son reglas orientadas a que la actuación de los consejeros se ajuste a un estricto comportamiento ético, de acuerdo con la normativa aplicable y conforme a los principios que constituyen los valores esenciales del Grupo BBVA.
- **Código de Conducta en los Mercados de Valores:** contiene normas, pautas de actuación y procedimientos encaminados a garantizar el cumplimiento de la normativa de conducta en los mercados de valores, concretamente en materia de prevención del abuso de información privilegiada y de conductas de manipulación de cotizaciones, así como en materia de prevención y tratamiento

de los conflictos de intereses que pueden suscitarse en este ámbito. Es de aplicación a los consejeros de las sociedades afectadas del Grupo, así como a los directivos y empleados que, bien por su cargo, bien por desempeñar una labor directamente relacionada con los mercados de valores, deban someterse al mismo.

El Código de Conducta en los Mercados de Valores ha sido recientemente actualizado para incorporar los criterios y pautas aplicables del Real Decreto 1333/2005, de 11 de noviembre, sobre abuso de mercado.

En lo relativo al análisis de compañías, BBVA ha adoptado, a medida que se han ido aprobando a nivel nacional e internacional, exigentes estándares de conducta, basados en normas emitidas en EE.UU. (*Rule 2711* sobre conflictos de intereses de los analistas; *Regulation AC*) y, más recientemente, en el Real Decreto sobre abuso de mercado antes citado. En este sentido, los analistas de BBVA tienen prohibido invertir en aquellas compañías sobre las que emiten recomendaciones y se comprometen explícitamente en cada uno de sus informes a que las opiniones expresadas en los mismos reflejen fielmente su

opinión personal, declarando que no han recibido, reciben o recibirán compensación alguna por dar una recomendación en concreto. Asimismo, los informes de análisis revelan aquellos conflictos de intereses que la normativa ha definido como relevantes para su conocimiento por los inversores destinatarios de los informes. El departamento de Cumplimiento Normativo del Banco revisa los informes de análisis, antes de su publicación, verificando la aplicación de las normas y los procedimientos establecidos internamente.

- Código Ético para la Selección de Personal: conjunto de criterios orientado a garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la independencia, la objetividad, la profesionalidad y la confidencialidad en los procesos de selección de personal, así como el derecho de todos los participantes a disponer de información adecuada sobre la evolución de su candidatura.
- Código Ético del Área de Compras, Inmuebles y Servicios Generales: conjunto de valores y principios que rigen la relación del Grupo con sus proveedores, tanto externos como internos, entre los que se incluye el respeto a la política de BBVA, la legalidad, la integridad, la transparencia, la confidencialidad y la responsabilidad social corporativa.
- Principios Básicos de Gestión del Riesgo: conjunto de criterios de independencia, globalidad, objetividad, descentralización, diferenciación y carácter integral y activo en la gestión del riesgo, así como criterios procedimentales e instrumentales, dirigidos todos a preservar la solvencia de la entidad, a desarrollar una política de riesgos alineada con los objetivos estratégicos del Grupo y a contribuir a que las decisiones del área se orienten a la creación de valor para el accionista, en un marco de rentabilidad ajustada al riesgo. Se recogen detalladamente en el *Manual de Políticas de Gestión del Riesgo*.
- Estatuto de Auditoría: conjunto de criterios de objetividad, imparcialidad, independencia, diferenciación de la función, confidencialidad y suficiencia de la información que guían la actuación de los auditores internos de BBVA.
- Norma de relación con personas o entidades de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías: conjunto de reglas de especial rigor

en la aplicación de los principios de legalidad, transparencia y neutralidad en la relación del Grupo con estas personas y entidades, particularmente las de ámbito político, sindical o de comunicación.

Políticas complementarias

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

Acuerdos internacionales suscritos

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas: con su adhesión a nivel de grupo en el 2002, BBVA se compromete a respetar sus principios relativos a los derechos humanos, a las normas laborales, a la protección del medio ambiente y a la lucha contra la corrupción. A lo largo del 2004, cuatro bancos del Grupo en América latina lo consignaron específicamente (BBVA Bancomer, BBVA Banco Francés, BBVA Banco Continental y BBVA Colombia). Además, en ese mismo año BBVA entró a formar parte del Comité Ejecutivo de la Asociación Española del Pacto Mundial (www.pactomundial.org).
- Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de Naciones Unidas para el Medio Am-

biente (UNEP-FI): a la que el Grupo BBVA está adherido desde 1998, es su objetivo movilizar los esfuerzos de las entidades financieras para fomentar la protección del medio ambiente y su colaboración con el desarrollo sostenible, estableciendo los principios básicos para una gestión ambientalmente responsable (www.unepfi.org).

- Principios de Ecuador: impulsados por la Corporación Financiera Internacional (agencia perteneciente al Banco Mundial), tienen por finalidad el establecimiento de criterios ambientales y sociales exigentes en la financiación de proyectos de inversión superiores a 50 millones de dólares (en la modalidad de *project finance*) en países emergentes. BBVA ha sido (en el 2004) el primer banco español en adherirse (www.equator-principles.com).

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

● Estructura y sistemas de gestión

El cumplimiento de los compromisos y la puesta en práctica de los principios descritos no es para BBVA un objetivo diferente al que preside su vocación empresarial. Es un componente indisoluble de su estrategia y de su práctica: una forma de aspirar a la mejora continua en todas sus actividades. Responsabilidad corporativa es para BBVA sinónimo de aspiración a la excelencia en todas las actividades y sinónimo también de sostenibilidad. Una aspiración a la excelencia para la que dispone de un avanzado modelo de gestión, en el que desempeñan un papel fundamental sistemas básicos para su desempeño económico y en el que se integran también sistemas específicamente orientados a aspectos concretos de la responsabilidad corporativa.

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

Los primeros constituyen el objeto central de este informe y radican básicamente en las áreas de atención a accionistas e inversores, las áreas de relación

comercial con clientes y con proveedores, el área de recursos humanos, las áreas de patrocinio y fundaciones y las más directamente comprometidas con el respeto ambiental. De todas ellas dan detallada cuenta los capítulos de las partes II y III de este informe.

En lo que respecta a los sistemas de carácter transversal, son aquellos que afectan a todas o a varias de las áreas de actividad y que tienen una función básica de apoyo, convirtiéndose en piezas fundamentales para el óptimo funcionamiento de los primeros y, por ello, para el mejor cumplimiento posible de los compromisos adquiridos con los grupos de interés. De entre ellos, tienen una especial relevancia los siguientes:

- Auditoría.
- Innovación.
- Calidad.
- Sistemas y Operaciones.
- Eficiencia.
- Gestión del Riesgo.
- Seguridad.
- Comunicación.
- Gobierno Corporativo.
- Cumplimiento.
- Reputación Corporativa.
- Responsabilidad Corporativa.

Auditoría

La función de Auditoría Interna se concibe en el Grupo BBVA —de acuerdo con las directrices del Comité de Basilea— como una actividad permanente, independiente, imparcial y objetiva de consulta y evaluación de los sistemas de control interno y de gestión del riesgo de la organización, con la finalidad de agregar valor, mejorar las operaciones y apoyar al Grupo en la consecución de sus objetivos. Depende de la presidencia y está sometida al control y supervisión de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento del Consejo de Administración. Entre sus funciones, destacan las siguientes:

- Valorar la fiabilidad, integridad y oportunidad de la información financiera y de gestión.
- Supervisar el cumplimiento, idoneidad y efectividad de los sistemas y procedimientos de control interno.
- Revisar la aplicación y efectividad de los métodos de identificación, control, gestión y evaluación de los diferentes riesgos de la actividad del Grupo.

LEY SARBANES OXLEY – SECCIÓN 404

Objetivo: esta Sección de la Ley Sarbanes-Oxley determina la responsabilidad de la Dirección sobre la eficacia de los controles internos y de los procesos de generación de la información financiera y requiere que, a partir del año 2006, la dirección del banco evalúe al final de cada ejercicio económico la efectividad del sistema de control interno sobre la generación de información financiera y que elabore un informe de control interno en el que se detallen los resultados de dicha evaluación.

Este Informe Anual de Control Interno será público, como lo son los estados financieros y, como éstos, deberá ser auditado por una firma de auditores independientes.

Para poder elaborar el referido informe, se deben tener descritos los procedimientos, documentados los controles y evaluada su efectividad.

Actuación: en este sentido, el Grupo BBVA trabaja para cumplimentar los requerimientos de la ley SOX. Es decir, describir los procedimientos, documentar los controles y evaluar su efectividad de una manera homogénea y sistemática, de forma que los resultados pudieran ser agregados con facilidad siguiendo una metodología prefijada. Para ello, el Grupo lanzó a principios del 2004 un proyecto específico denominado Proyecto SOX. Este proyecto rebasa las exigencias de la propia ley y pretende reforzar los niveles y sistemas de control, para consolidar una cultura singular de control interno corporativo.

- Evaluar la idoneidad y efectividad de los sistemas establecidos para asegurar el cumplimiento de la normativa interna y externa aplicable.
- Comprobar la fiabilidad y puntualidad de la información facilitada a los supervisores.
- Determinar y valorar el alcance de las irregularidades, anomalías e incumplimientos detectados.

Innovación

El Departamento de I+D fue creado en el 2004 y a lo largo del 2005 se ha consolidado su actividad, vertebrada en torno a cuatro ejes:

- Innovación tecnológica: orientada a potenciar la utilización de nuevas tecnologías, tanto en las relaciones del Grupo con sus clientes como en el impulso de nuevas oportunidades de negocio que proporcionen crecimiento en nuevos mercados. En el 2005 han tenido lugar jornadas de innovación tecnológica en España y México, y la Comunidad de Innovación Tecnológica ha potenciado su esquema de trabajo.
- Innovación de negocio: cuyo objetivo es desarrollar propuestas que mejoren el crecimiento del Grupo. Sus tres líneas de actuación son: proyectos de innovación, gestión de la calidad y de la atención al cliente y desarrollo de modelos y herramientas de innovación.
- Nuevos modelos de negocio: enfocado a explorar nuevas oportunidades de crecimiento, su actividad se centra en tres ejes: fidelización de clien-

tes, captación y explotación de activos y tecnologías emergentes.

- Dinero Express: red especializada del Grupo BBVA para la gestión del colectivo de inmigrantes, ofreciendo soluciones globales a las necesidades financieras y no financieras del colectivo.

Calidad

Función coordinada por el Departamento de Calidad Corporativa, que tiene por objetivo básico alinear las políticas de calidad del Grupo en torno a un modelo propio basado en los esquemas más avanzados (y muy especialmente, el European Foundation Quality Model —EFQM—), de aplicación en todo el Grupo y sustentado sobre cuatro pilares: calidad de servicio al cliente externo, calidad de servicio al cliente interno, calidad en la gestión de los procesos y calidad en la gestión de las personas. Las funciones básicas del Departamento de Calidad Corporativa son las siguientes: medición de la satisfacción de los clientes externos e internos y de la motivación de los empleados; coordinación de los planes de calidad de las diferentes unidades; investigación de las metodologías y mejores prácticas de calidad utilizadas por otras empresas; y gestionar proyectos corporativos en este terreno (muy especialmente, el modelo de atención al cliente externo, el modelo de indicadores avanzados en calidad y los proyectos Innova). Además, el departamento es responsable del Servicio de Atención al Cliente (SAC), que gestiona la tramitación de las reclamaciones presentadas por los clientes.

Sistemas y Operaciones

Área de apoyo básica para el buen funcionamiento de todas las unidades del Grupo, centra su cometido en la búsqueda de las mejores soluciones organizativas, procedimentales, operativa y tecnológicas para la actividad de cada unidad. Gestiona centralizadamente las infraestructuras tecnológicas del Grupo, siendo una pieza nuclear en su eficiencia y productividad y en su capacidad de mejorar permanentemente la forma en que asume los compromisos contraídos con sus grupos de interés. En este sentido, cabe destacar entre sus numerosas líneas de actuación los programas de fortalecimiento de la infraestructura tecnológica tanto en España como en América, el planteamiento de nuevas metodologías de productividad o el desarrollo de un programa de análisis y mejora general de la organización (Proyecto Twist) orientado al incremento de la eficiencia de todas las unidades, pero también a la profundización en la orientación al cliente (externo o interno) y a la optimización de la relación con él mantenida y del valor que se le aporta. Es muy importante también desde la perspectiva de este informe otra función del área: el desarrollo de un Plan Director de Continuidad de Negocio, enfocado a la planificación y prevención de posibles interrupciones de la actividad por situaciones excepcionales, para cuyo seguimiento se ha creado un Comité de Continuidad Corporativo.

Eficiencia

Función integrada en la Dirección Financiera dentro del Departamento de Eficiencia, cuyo objetivo general es la racionalización del gasto y la aplicación del criterio de eficiencia a todos aquellos proyectos acometidos por el Grupo en su conjunto.

Este departamento es responsable de un Plan de Eficiencia integrado por más de 600 proyectos específicos, cuyo fin último es el de optimizar los recursos económicos empleados, con la maximización de la calidad de los procesos, productos y servicios desarrollados en cada una de las unidades que conforman el Grupo. Para lograr este fin, se toma como elemento de referencia el valor que cada unidad aporta a sus clientes, tanto externos como internos, incluyendo los efectos no inmediatos, indirectos o de carácter general, como impactos ambientales o relacionales, que pueden redundar en un mayor valor añadido para los diferentes grupos de interés de la entidad y para el conjunto de la sociedad.

PLANES DE EFICIENCIA

| | 2005 | 2004 |
|--|------------|------------|
| España y Portugal | 246 | 361 |
| América | 377 | 467 |
| TOTAL NÚMERO DE PROYECTOS | 623 | 828 |
| Ahorro estimado (millones de euros) | 90 | 126 |
| España y Portugal | 61 | 81 |
| América | 29 | 45 |

Gestión del riesgo

Elemento central del proceso productivo de una entidad bancaria, de su funcionamiento depende en buena medida la rentabilidad, la garantía y la solvencia de las operaciones comerciales realizadas y del conjunto de la entidad. Desde esa perspectiva, el Sistema de Gestión del Riesgo del Grupo BBVA tiene como objetivos básicos preservar la solvencia del Grupo (posibilitando el nivel de exposición, el perfil y la cuantía de riesgos óptimos en cada operación, en cada cliente y en cada actividad, de forma que se garantice la más correcta asignación del capital en cada línea de negocio), así como atender las necesidades específicas de los clientes y contribuir a la generación estable de valor para los accionistas. El sistema descansa en el Consejo de Administración, que determina la política de riesgos del Grupo, a través de la Comisión Delegada Permanente y de la Comisión de Riesgos. Está gestionado a nivel corporativo por el área de Riesgos.

El Sistema de Gestión del Riesgo de BBVA se encuentra entre los más avanzados del sector financiero a nivel internacional. Responde a la necesidad de identificar, medir, valorar y seguir de forma consistente y homogénea todas las tipologías de riesgo en que incurre un grupo bancario tan diversificado e internacionalmente activo como BBVA, así como a la paralela necesidad de cumplir rigurosamente con los requerimientos de capital del Nuevo Acuerdo de Capital desarrollado por el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea —conocido como Basilea II—, y siempre atendiendo al principio de la precaución.

En el marco de su responsabilidad corporativa, BBVA quiere hacer compatibles las finalidades esenciales del sistema con una creciente consideración de criterios éticos, sociales y ambientales en esta actividad. Todos los profesionales del área están sometidos

a rigurosas normas deontológicas internas (sistemizadas en los Principios Básicos de Gestión del Riesgo), al tiempo que se está avanzando paulatinamente en la introducción de criterios sociales y ambientales en el análisis del riesgo crediticio (que se explica en los capítulos de “BBVA y sus clientes” y “BBVA y el medio ambiente”). Asimismo, y como una vertiente de la gestión del riesgo operacional, BBVA está desarrollando una avanzada metodología de análisis, medición, seguimiento, control y mitigación del riesgo reputacional, tomando en consideración todos los factores internos y externos que puedan afectarle.

Una explicación muy detallada del sistema y de la política de riesgos del Grupo puede verse en el *Informe Anual 2005* de BBVA.

Seguridad

Tiene por objeto prevenir los riesgos específicos que se plantean en este ámbito, inevitablemente considerables en un grupo de la dimensión y complejidad de BBVA. La actividad se materializa fundamentalmente en medidas orientadas a garantizar la seguridad de procesos, instalaciones, empleados y clientes. De especial relevancia en una entidad financiera es la seguridad en la información facilitada a los clientes, para lo que BBVA dispone de un avanzado sistema de seguridad informática.

Comunicación

El sistema de comunicación del Grupo BBVA está gestionado a nivel corporativo por el área de Comunicación e Imagen, que tiene como objetivo central potenciar la visibilidad y difundir la identidad y la actividad del Grupo, transmitiendo el liderazgo y el prestigio de la marca, reflejando avances y cambios y colaborando en la construcción, fortalecimiento y proyección de su imagen. Todo ello bajo exigentes criterios de transparencia y veracidad de la información. Desempeña un papel central en el diálogo de BBVA con sus grupos de interés.

Los principios que inspiran el sistema de comunicación de BBVA son:

- Transparencia informativa con los medios de comunicación, con los grupos de interés y con la sociedad.
- Compromiso social a través de un programa de mecenazgo que transmite los valores de BBVA.
- Fortalecimiento de la imagen y la reputación de BBVA a través de su compromiso con la educación, la cultura y el arte.

Son compromisos que se aplican tanto a la comunicación externa como a la interna. La primera tiene un carácter global, potenciando la índole local en todos aquellos mercados en los que el Grupo está presente, pero desarrollando la estrategia y las acciones informativas con la visión global que requiere la condición transnacional del Grupo. En lo que respecta a la comunicación interna, garantiza —por medio de múltiples mecanismos y canales de relación— una comunicación nítida, fluida y multidireccional, aspirando a hacer a los empleados protagonistas del proceso de comunicación y potenciando la capacidad multiplicadora que cada uno de ellos puede desplegar en la consolidación de la imagen, la marca y la reputación del Grupo.

● Sistema de Gobierno Corporativo

BBVA asume plenamente la importancia que para las grandes instituciones tiene contar con un sistema de gobierno corporativo que oriente la estructura y funcionamiento de sus órganos sociales en interés de la entidad y de sus accionistas, buscando la complementariedad con los objetivos que frente a la organización tienen los restantes grupos de interés. El Sistema de Gobierno Corporativo es para BBVA, en este sentido, un elemento fundamental de su responsabilidad corporativa. Se explica detalladamente en el *Informe Anual 2005* de BBVA (que publica un pormenorizado capítulo dedicado a este tema) y en la página web corporativa (www.bbva.com), en la que se incluye un informe de Gobierno Corporativo según las exigencias legales. La página cuenta con un apartado especial de acceso directo en el que figura toda la información considerada relevante sobre el Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA.

● 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.

El Código de Conducta del Grupo BBVA (www.bbva.com) define y desarrolla los fundamentos del comportamiento ético y las pautas de actuación necesarias para preservar una de sus principales fuentes de creación de valor, la Integridad Corporativa.

tiva, atribuyendo a la Función de Cumplimiento el objetivo de promover el desarrollo y velar por la efectiva operatividad de las normas y procedimientos necesarios para asegurar:

- El cumplimiento de las disposiciones legales y estándares de comportamiento ético relevantes que afecten a cada uno de los negocios y actividades del Grupo, así como de los criterios y pautas de actuación contenidos en el código.
- La identificación de eventuales incumplimientos y la gestión apropiada de los riesgos que de ellos pudieran derivarse.

Íntimamente vinculado al objetivo de preservar la Integridad Corporativa del Grupo BBVA, lo que se denomina Sistema de Cumplimiento está configurado por el conjunto de elementos empresariales (políticas, procedimientos, controles internos y recursos humanos y materiales), entre los que merece especial atención la Función de Cumplimiento, que BBVA ha asociado a la gestión y control del riesgo de cumplimiento derivado de la forma en que conduce sus relaciones de negocio con terceros y sus actuaciones en los mercados, así como de la efectividad de los mecanismos adoptados para evitar el uso de los productos y servicios de BBVA con fines impropios. En este sentido, siguiendo los criterios del BIS,¹ para BBVA el riesgo de cumplimiento se define como el riesgo normativo y/o reputacional asociado a las cuestiones que configuran su ámbito de actuación, denominadas Cuestiones de Cumplimiento, siendo relativas principalmente a:

- La prevención del lavado de dinero, de la financiación de actividades terroristas y de la corrupción.
- Las normas de conducta en los mercados de valores.
- La protección al consumidor y de los datos de carácter personal.
- La gestión de los conflictos de interés que pueden surgir relacionados con dichas cuestiones.

La Función de Cumplimiento, conforme a los criterios del BIS y respecto de las Cuestiones de Cumplimiento, articula sus actividades en torno a tres ejes:

- Ante cambios en el entorno normativo, promueve la adaptación de políticas y procedimientos, y supervisa su implantación.

- Mediante su participación en los comités de nuevos productos y negocios, asegura que los futuros desarrollos se adecuan a las políticas corporativas e incorporan los elementos necesarios para identificar y evaluar eventuales riesgos de cumplimiento.
- De forma recurrente y con base en el Programa de Cumplimiento elaborado anualmente, desarrolla actividades de monitorización y examen de los procesos críticos, identifica y evalúa los riesgos, proponiendo medidas correctoras, y supervisa y participa tanto en la elaboración de contenidos formativos como en su difusión.

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

● Sistema de gestión de la Reputación Corporativa

Función integrada desde noviembre del 2005 en el Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC), dependiente de la Dirección de Comunicación e Imagen, atiende a las expectativas de los diferentes grupos de interés para integrarlas en la gestión de forma que se pueda responder ante ellas de un modo proactivo, sistemático, equilibrado y adecuado.

Con este objetivo, BBVA ha llegado a un consenso sobre el concepto de reputación corporativa y sobre el mejor modo de gestionarla con el fin último de crear valor para el Grupo. Esta iniciativa se ha concretado en un modelo de medición y gestión de la reputación corporativa adoptado por las empresas que constituyen el Foro de Reputación Corporativa, asociación que en el 2005 ha presidido y coordinado, a través de la Secretaría, BBVA.

El modelo gestiona el concepto de reputación descomponiéndolo en indicadores concretos a monitorizar y sobre los que actuar para mantener y mejorar la reputación del Grupo. Algo que se realiza comparando la situación de la compañía con la de las principales empresas.

¹ El Comité de Supervisión Bancaria del Banco Internacional de Pagos (BIS) emitió, en abril del 2005, el documento titulado "Cumplimiento y la función de cumplimiento en los bancos", en el que desarrolla las mejores prácticas en la gestión del riesgo de cumplimiento.

EL FORO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

Objetivo ► el Foro de Reputación Corporativa (fRC) pretende ser un lugar de encuentro, análisis y divulgación de tendencias, herramientas y modelos de gestión de la reputación corporativa. Fundado en septiembre del 2002, surge del convencimiento de las empresas fundadoras (Telefónica, Aguas de Barcelona, Repsol YPF y BBVA) acerca del impacto que tiene la reputación como elemento generador de valor para las empresas y para sus grupos de interés.

Actuación ► el fRC está constituido por un grupo relativamente reducido de compañías que representan más del 40 % de IBEX 35. Su vocación es trabajar estrecha y eficazmente, aprendiendo unos de otros y desarrollando proyectos conjuntos. Tiene una presidencia y una secretaría rotativas, de tal manera que cada año una de las empresas miembro ejerce esta labor. En el 2005 este papel correspondió a BBVA.
Los miembros del fRC son:



Para más información: www.reputacioncorporativa.org.

El modelo contiene indicadores para veintinueve atributos, agrupados en siete dimensiones: oferta, innovación, trabajo, liderazgo, comportamiento financiero, ciudadanía y gobierno corporativo.

BBVA ha comenzado midiendo las percepciones en la opinión pública (identificando también a los segmentos de sus clientes y no clientes), utilizando un método de investigación llamado *Reptrack*, basado en entrevistas continuas (*tracking*) y ha utilizado el mismo modelo para consultar a sus empleados, en la encuesta de satisfacción de empleados. Este modelo de

medición de la reputación se puede emplear para cualquier otro grupo de interés. Los resultados permitirán diagnosticar hasta qué punto cada uno de ellos otorga pesos diferentes a cada una de las siete dimensiones que construyen la reputación corporativa.

Los países en que se está desarrollando esta investigación son:

- Encuesta a empleados: todo el Grupo, excepto Andorra.
- Encuesta a la opinión pública: España, México, Argentina, Chile y Perú.

DIMENSIONES DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA



- El modelo permite a BBVA:
- Conocer la reputación ante cada uno de los grupos de interés analizados, así como los puntos fuertes y las oportunidades de mejora.
 - Mantener un seguimiento continuo de la reputación de BBVA frente a la opinión pública y entender por tanto cómo impactan en la reputación los cambios en el entorno y las iniciativas propias.
 - Facilitar la involucración de las distintas áreas del Grupo para abordar planes de acción que fortalezcan la reputación.
 - Entender qué aspectos son más importantes para construir reputación ante cada grupo de interés, integrando sus expectativas en la actividad del negocio y mejorando la eficiencia de ese proceso por medio de la focalización en lo más relevante para cada grupo de interés.

ACCIONES, OBJETIVOS Y RESULTADOS

Acción realizada 2005

Diseñar el modelo de medición.
Aplicarlo a dos grupos clave: público (diferenciando entre clientes y no clientes) y empleados.
Identificar una primera batería de indicadores o palancas internas con impacto en los atributos de percepción.

Objetivo 2006

Continuar empleando el modelo para estos grupos de interés y ampliarlo a otros grupos.
Profundizar en el análisis de las palancas internas que más impactan en la reputación.
Crear el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas.

PRINCIPALES RESULTADOS

Para la opinión pública, el modelo *Reprack* muestra que la dimensión que contribuye en mayor medida a construir reputación es la "oferta", que alude a la "experiencia" que se entrega a los clientes en la relación con ellos (la orientación al cliente, la oferta comercial o la relación calidad-precio).

Los resultados a octubre del 2005 en los dos principales países en los que BBVA opera son los siguientes:

Índice de Reputación de BBVA 2005¹

| | ESPAÑA | | | MÉXICO | | |
|----------------------|------------|-----------------------|--------------------|------------|-----------------------|--------------------|
| | Valor BBVA | Valor medio (mediana) | Mejor y peor valor | Valor BBVA | Valor medio (mediana) | Mejor y peor valor |
| Índice de Reputación | 67,8 | 69,0 | 78,7-54,7 | 76,1 | 82,0 | 88,5-65,0 |

Fuente: *Reprack*, octubre del 2005

El punto fuerte de BBVA según la opinión pública española es la consideración de BBVA como un buen lugar para trabajar. Las principales oportunidades de mejora, tanto para BBVA como para el resto de entidades financieras analizadas en el estudio, residen en su orientación al cliente. Si bien se ha comenzado a trabajar muy activamente en este ámbito, todavía existe un amplio margen de mejora en relación a otros sectores como distribución y gran consumo, que en esta dimensión, que es la principal para la reputación, ocupan los primeros lugares del *ranking*.

¹ El índice de reputación es una suma ponderada de las valoraciones que la opinión pública ha otorgado a los atributos de reputación. La ponderación se realiza en función de la importancia de los atributos para el grupo de interés (en este caso, la opinión pública). Las empresas que participan en el *Reprack* son las más visibles en cuanto a su reputación en cada país.

● Sistema de coordinación de la Responsabilidad Corporativa

A cargo del Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC), dependiente de la Dirección de Comunicación e Imagen, cuyo director

informa directamente al presidente. En su formulación actual, el departamento se ha creado en noviembre del 2005, por la integración de los anteriores departamentos de Responsabilidad Social Corporativa e Identidad y Reputación Corporativa.


El Grupo ha desarrollado un sistema descentralizado de gestión de la RC en América que coordina el propio departamento central y que cuenta con una red de responsables específicos en los diez bancos del Grupo en América Latina, en EE. UU. y en el Departamento de Seguros y Pensiones América, que coordina la actividad de las entidades gestoras de seguros y pensiones en América Latina.

Las funciones principales del departamento en la vertiente de la responsabilidad corporativa son:

- Coordinación de la política y actuaciones de RC del Grupo, facilitando su integración a nivel corporativo en una estrategia general.
- Sensibilización, formación y asesoramiento internos en todos los aspectos relacionados con la responsabilidad corporativa del Grupo BBVA.
- Información de RC, que incluye:
 - Procedimientos de solicitud, captación y procesamiento de la información interna, que siguen un proceso estructurado de planificación (basada en el análisis de las demandas externas e internas de información y en las principales recomendaciones internacionales al respecto), implantación, evaluación, comprobación (que incluye la verificación externa) y corrección. A lo largo del 2005 se ha producido un avance considerable en este campo y se ha consolidado un sistema informatizado configurado vía Internet para todo el Grupo que recoge todos los indicadores cuantitativos y cualitativos de GRI y de los principales cuestionarios internacionales especializados.
 - Elaboración de la comunicación interna (portal de RC en la Intranet de BBVA) y externa (medios de comunicación, consultas directas, cuestionarios especializados, página web corporativa e *Informe Anual de Responsabilidad Corporativa*).
- Gestión ambiental, enmarcada dentro de la Política Medioambiental del Grupo y basada en el modelo de mejora continua de la certificación de gestión ambiental ISO 14001. BBVA pretende gestionar a nivel corporativo el conjunto de los impactos ambientales del Grupo, tanto los derivados directamente de su actividad (consumos de recursos naturales, emisiones, tratamiento de residuos...) como los indirectos que generan sus productos y servicios (incluyendo actividades de negocio, análisis de riesgos y relación con proveedores). Incluye:
 - Coordinación del Comité de Política Medioambiental.
 - Proceso de información específico de impactos ambientales directos e indirectos del Grupo.
 - Sugerencia de criterios, iniciativas y políticas relacionadas con los mencionados impactos ambientales directos o indirectos.
- Acción social, orientada a sistematizar e impulsar la política de apoyo a la comunidad del Grupo, con el objetivo de contribuir a la óptima materialización posible de su compromiso con la sociedad. Incluye:
 - Apoyo en la coordinación de la actuación de las diversas unidades y entidades del Grupo que operan en este ámbito (en el que desempeñan un papel particularmente relevante las diferentes fundaciones), canalizando las solicitudes de colaboración recibidas.
 - Asesoramiento en procedimientos, criterios y proyectos de apoyo a la comunidad para las diferentes unidades y entidades del Grupo.
 - Diseño y coordinación del programa de acción social de BBVA dirigido a atender necesidades familiares (Plan Familias).
 - Materialización de iniciativas directas de acción social a través de un programa de patrocinio específico centrado en causas humanitarias y familias necesitadas.
 - Seguimiento de las realizaciones de apoyo a la comunidad del Grupo y análisis de su impacto a través de indicadores.
 - Información interna y externa de las actuaciones del Grupo en este campo.
 - Promoción externa de la RC, organizando y colaborando en múltiples iniciativas dirigidas a la difusión, información, sensibilización y reflexión colectiva en torno a los principios, criterios, formas de actuación y potencialidades de la RC, estimulando así la valoración del papel de la empresa en la sociedad e impulsando la asunción por parte de las empresas de una función social más activa, útil y positiva.
- Representación institucional, participando activamente en múltiples foros, grupos de trabajo, encuentros y actos públicos, tanto a nivel nacional como internacional, así como en medios de comunicación y publicaciones especializadas.

- Diálogo con agentes sociales: agencias evaluadoras especializadas en esta materia, organizaciones de la sociedad civil dedicadas al escrutinio y valoración de las actuaciones empresariales, or-

ganizaciones humanitarias, instituciones académicas, entidades y profesionales dedicados a la investigación en este campo, medios de comunicación, etc.

| CALIFICACIONES DE BBVA EN RESPONSABILIDAD CORPORATIVA SEGÚN AGENCIAS ESPECIALIZADAS | | | | | |
|--|---|------|--------------|------|--------------|
| Entidad | Dimensión | 2005 | | 2004 | |
| | | BBVA | Media sector | BBVA | Media sector |
| SAM ^a |  Diálogo con grupos de interés | 95 | 60 | 84 | 58 |
| | | 98 | 56 | 86 | 50 |
| | Información RC | | | | |

^a Escala de puntuación: 0 a 100.

3] CREACIÓN DE VALOR



● Introducción

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

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

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

- Valor directo tangible: es el valor económico que aporta a cada uno de sus grupos de interés.
- Valor directo intangible: es el valor no inmediatamente económico que aporta a cada uno de sus grupos de interés directos, materializado en la calidad de los servicios y de la atención que les presta.
- Valor indirecto: es el valor inducido que la actividad del Grupo genera en las sociedades en las que opera.

● **Valor directo tangible**

Se sintetizan y cuantifican en este epígrafe las principales vías de generación de valor económico directo de BBVA para cada uno de sus grupos de interés, y se desarrolla a continuación el cálculo del valor económico añadido (EVA en sus siglas inglesas), según la metodología desarrollada en *SPI-Finance*, 2002¹ y aceptada por GRI. En aras de la mayor transparencia posible, se ha pretendido reflejar las dos formas de cálculo de dicho valor: a través del proceso

de generación y de la estructura de distribución de las rentas generadas.

El importe total del valor económico añadido del Grupo ascendía en el 2005 a 10.951 millones de euros, un 13,6 % superior al del año anterior. A efectos solo de referencia de su importancia (y al margen de la incorrección de la comparación en términos macroeconómicos), cabe apuntar que esta cifra representa un 1,2 % del PIB total español del 2005.

| CREACIÓN DE VALOR DIRECTO TANGIBLE: DETALLE POR GRUPOS DE INTERÉS* | | 2005 | 2004 | |
|---|--|--|---------|---------|
| (Millones de euros) | | | | |
| Accionistas | A través del pago de dividendos y de los incrementos en la cotización del valor | Dividendos | 1.801 | 1.499 |
| Empleados | Reciben una contraprestación en forma de sueldos y salarios por su trabajo, además de una serie de beneficios y prestaciones sociales | Gastos de personal | 3.602 | 3.247 |
| Clientes | Considerando únicamente el negocio principal, el Grupo crea valor facilitando la financiación y gestionando los recursos de sus clientes | Créditos sobre clientes (bruto) | 222.413 | 176.673 |
| Proveedores | Reciben pagos como contrapartida a de sus productos y servicios | Otros gastos administrativos** | 2.160 | 1.851 |
| Sociedad | Rentas directas, en forma de impuestos y tributos y a través de los recursos destinados por el Grupo y sus fundaciones al apoyo a la comunidad | Impuesto sobre beneficios | 1.521 | 1.029 |
| | | Recursos destinados por el Grupo y sus fundaciones al apoyo a la comunidad | 46 | 38 |

* Datos obtenidos de las cuentas anuales consolidadas del Grupo.

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

¹ SPI-Finance, *Social Performance Indicators for the Financial Industry*, 2002 (www.spifinance.com).

| VALOR ECONÓMICO AÑADIDO (EVA) (ECONOMIC VALUE ADDED) | | | |
|---|--|----------------------------|-------------|
| Generación de valor | | (Millones de euros) | |
| | | 2005 | 2004 |
| BBVA | | | |
| 1 | Margen de intermediación | 7.208 | 6.160 |
| 2 | Comisiones netas | 3.940 | 3.413 |
| 3 | Actividad de seguros | 487 | 391 |
| 4 | Otros ingresos ordinarios (incluye resultados netos por puesta en equivalencia+resultados de operaciones financieras+ventas netas de servicios no financieros) | 1.514 | 1.283 |
| 5 | Otras ganancias y pérdidas netas | 77 | 355 |
| 6 | TOTAL (por productos y servicios y otros ingresos) = (1+2+3+4+5) | 13.227 | 11.602 |
| 7 | Proveedores y otros gastos de administración (excluidos sueldos y salarios) | 2.275 | 1.961 |
| 8 | VALOR AÑADIDO GENERADO = (5-6) | 10.951 | 9.641 |
| Distribución de valor | | (Millones de euros) | |
| | | 2005 | 2004 |
| BBVA | | | |
| 1 | Dividendos | 1.801 | 1.499 |
| 2 | Reservas | 2.006 | 1.424 |
| 3 | Resultado atribuido al Grupo = (1+2) | 3.806 | 2.923 |
| 4 | Resultado atribuido a la minoría | 264 | 186 |
| 5 | Impuestos | 1.521 | 1.029 |
| 6 | Provisiones y amortizaciones (incluye amortizaciones + saneamiento crediticio y otros saneamientos netos y dotación a provisiones netas) | 1.757 | 2.257 |
| 7 | Gastos de personal | 3.602 | 3.247 |
| 8 | VALOR AÑADIDO DISTRIBUIDO = (3+4+5+6+7) | 10.951 | 9.641 |

● Valor directo intangible

El Grupo BBVA no solo aporta valor económico inmediato a sus grupos de interés: mediante los servicios que les presta aporta también un muy importante valor intangible. Un valor que se canaliza vía la calidad diferencial del servicio y que se sustancia en elementos como la satisfacción de los grupos de interés en su relación con el Grupo o el vínculo racional y emocional que se establece ellos y BBVA: aspectos como el orgullo de pertenencia en empleados, la fidelidad de clientes y de accionistas, el respeto y la admiración por parte de la sociedad, etc.

BBVA, consciente de la importancia de los intangibles como vía de diferenciación y de respuesta a las expectativas de sus grupos de interés, se ha planteado el establecimiento de sistemas que le permitan entender mejor qué aspectos aportan más valor a estos grupos y cómo repercuten en el valor del negocio. En este sentido, viene trabajando desde tiempo atrás en la medición y valoración de sus intangibles, entendiendo que de ellos depende cada día en mayor medida el valor total del Grupo y su capacidad

de generación de valor de forma sostenida. Cuatro son las líneas prioritarias en que centra su trabajo en este campo:

1. El seguimiento, medición y valoración de la reputación corporativa, para lo que BBVA está desarrollando un modelo de monitorización que se explica en el capítulo “La política de Responsabilidad Corporativa en BBVA” de este informe y que funciona como mecanismo de escucha y priorización de los aspectos más relevantes para cada grupo de interés.
2. El seguimiento y medición del capital intelectual, que sintetiza la combinación de las capacidades humanas, organizativas y relacionales del Grupo y que, según una tipología ya ampliamente aceptada, clasifica en tres categorías:
 - Capital Humano: que refleja la aptitud y actitud (formación, competencia, capacidad, motivación, creatividad...) de los recursos humanos.
 - Capital Estructural: que da cuenta de los recursos organizativos de la entidad (sistemas, pa-

tentes, procesos, procedimientos, cultura, calidad de las políticas, disponibilidad de información...).

- Capital Relacional: que mide la calidad y capacidad de relación de la empresa con sus grupos de interés externos.

Puede verse el detalle de los indicadores utilizados en el *Informe Anual 2005*.

3. Un modelo de estimación del impacto que las variables de percepción de satisfacción de empleados y clientes tienen en el negocio y, en último término en la generación de valor. El proyecto, denominado Cuadro de Mando de Indicadores Avanzados, se fundamenta en la medición, en términos monetarios, de las variaciones que experimentan los niveles de satisfacción y motivación de clientes y empleados por medio de análisis estadísticos y econométricos, partiendo de las siguientes hipótesis, que el modelo trata de verificar:

- La satisfacción y la motivación de los empleados se concreta en comportamientos que serán percibidos por los clientes en las relaciones.
- Dichas percepciones se traducirán en unos niveles de satisfacción de los clientes, que afectarán a sus comportamientos futuros con la entidad.
- Estos comportamientos de los clientes afectarán a las variables clave del negocio, como el número de clientes, su nivel de vinculación y los volúmenes de negocio (recursos e inversión).
- Los cambios en las variables de empleados no tienen un impacto inmediato en el negocio, sino que transcurre un periodo de tiempo — que el modelo pretende determinar— entre el momento en que se produce la citada variación, la percepción del cliente y el reajuste de sus pautas de comportamiento.

A lo largo del 2005 se ha definido el modelo y se ha realizado una prueba piloto en España en el área de clientes particulares, utilizando los datos del estudio de satisfacción de empleados que con carácter bienal se viene realizando para todo el Grupo desde 1997, así como las encuestas de satisfacción de cliente externo, con más de 400.000 clientes encuestados al año. Los resultados han sido claramente esperanzadores, permitiendo constatar que las mejores unidades en el nivel de motivación de sus empleados y clientes conseguían resultados financieros superiores. A lo largo del 2006, se

espera culminar el modelo y poderlo aplicar a toda la organización.

4. Un modelo general de valoración de los activos intangibles. Durante el 2005, BBVA ha comenzado a desarrollar un proyecto de carácter experimental que pretende identificar los activos y recursos intangibles del Grupo, partiendo de un enfoque que aúne puntos de vista tradicionalmente enfrentados: el comercial (*marketiniano*) y el financiero-contable. El objetivo último es conocer cuáles son los intangibles que aportan más valor al Grupo y qué parámetros es necesario gestionar para potenciarlos. Se espera disponer de resultados concretos a lo largo del 2006.

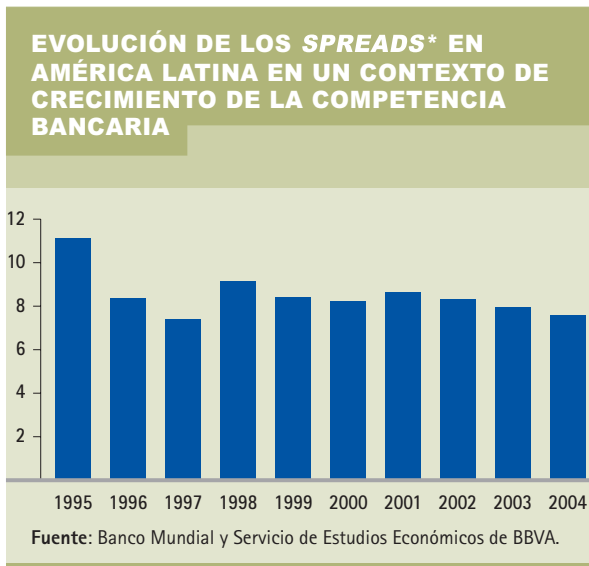
● Valor indirecto

Es el conjunto de efectos inducidos positivos que la actividad del Grupo BBVA desencadena en las sociedades en que está presente. Efectos que van desde la actividad que estimula en los clientes que trabajan con el Grupo en virtud de los servicios y productos que les presta o en los proveedores con los que opera hasta los todavía más indirectos derivados de sus contribuciones más generales a la solidez y dinamismo de los sistemas económicos en los que se encuadra. Son todos efectos de muy difícil cuantificación (solo posible a través de modelos econométricos complejos que no pueden ser objeto de este informe), pero que no por ello dejan de tener una importancia fuera de duda, dada la dimensión del Grupo y el peso que desempeña en la economía de muchos de los países en los que ejerce su actividad.

Se indican a continuación, y con un carácter muy general, algunos de los efectos indirectos de mayor relevancia (extensibles a cualquier banco de tamaño, grado de internacionalización, eficiencia y calidad de gestión similares):

1. Contribución a la configuración de sistemas financieros sólidos, estables y seguros

Es, sin duda, uno de los efectos positivos más importantes de un grupo bancario como BBVA: una contribución que deriva, en esencia, de la extensión al conjunto del sistema financiero de cada país en que opera de la calidad de sus sistemas operativos y, muy especialmente, de sus buenas prácticas en materias como el gobierno corporativo, la gestión de riesgos, el cumplimiento riguroso de la legalidad, la asunción de



* Diferenciales de tipos de interés bancarios.

firmes criterios de responsabilidad corporativa en todas sus actividades o el mantenimiento de estándares exigentes de integridad en campos como la lucha contra el blanqueo de capitales, la corrupción o el fraude, la prevención de la utilización de su estructura operativa para la financiación de actividades delictivas, el esfuerzo continuo por desarrollar comportamientos particularmente cuidadosos en la actividad relacionada con los mercados de valores (para evitar conflictos de interés o informaciones privilegiadas), en la relación con personas o instituciones de especial relevancia pública o en la preservación de la confidencialidad de los datos personales que acumula (ámbitos todos de los que se ha mencionado los criterios de actuación de BBVA en los capítulos de este informe titulados “La política de Responsabilidad Corporativa en BBVA” y “BBVA y sus clientes”).

Se trata de efectos que tienen una incidencia particularmente relevante en países en desarrollo con sistemas financieros insuficientemente maduros, en los que la implantación de bancos como BBVA se traduce en incrementos de la competencia saludables para el conjunto de la economía (con las consiguientes mejora de precios, de reducción general de tipos de interés y de ampliación de la oferta de productos y servicios), en la facilitación de relación con el sector financiero de sectores (pequeñas empresas, colectivos de niveles de renta reducidos...) con tradicionales dificultades de acceso, en la reducción de los niveles de riesgo de las transacciones financieras, en el fomento de la eficiencia y de la productividad del sector y, en general, en la consolidación de siste-

mas financieros con mayores niveles de seguridad, solvencia y confianza.

2. Innovación y desarrollo tecnológico

Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación están incidiendo con particular intensidad en el sector financiero, obligando a las empresas del sector a procesos de innovación tecnológica de una importancia incuestionable. Tanto es así que las entidades financieras más dinámicas, como es el caso del Grupo BBVA, se han convertido en agentes muy efectivos de impulso social de la tecnología, en virtud de la capacidad de expansión, contagio e influencia de sus sistemas y procedimientos. Como ya se ha mencionado en distintos apartados de este informe, BBVA ha hecho de la innovación uno de sus ejes vertebrales, realizando un esfuerzo permanente no solo por adaptar los estándares más avanzados, sino también —especialmente a través de las áreas de I+D y Sistemas y Operaciones— de desarrollo de tecnologías innovadoras propias, que en no pocos casos acaban extendiéndose a los mercados en que trabaja.

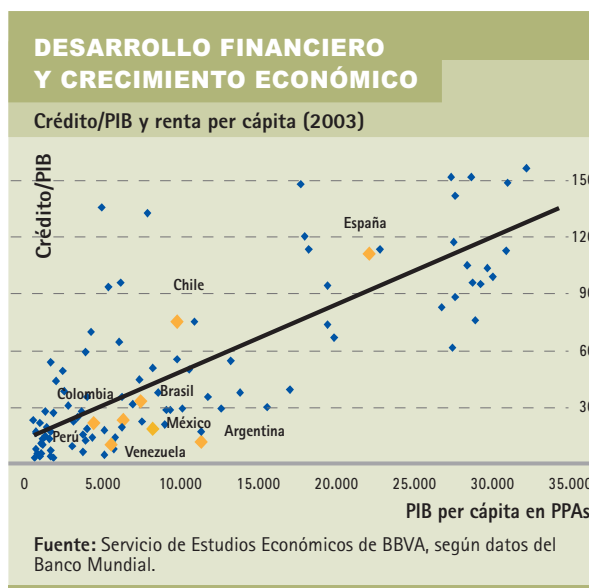
Es un esfuerzo enmarcado en un Plan Estratégico de Innovación, que gira en torno a desarrollos tecnológicos e innovación en el negocio y que pone el énfasis principal en la incorporación de la tecnología como soporte de la estrategia global de innovación. Reflejo de la importancia que este esfuerzo está representando para el Grupo es la cifra que viene dedicando a I+D en España en los últimos años y que ha ascendido a 50 millones de euros en el 2005 (47 millones de euros en el 2004) (sobre el carácter de estas cifras, puede verse la nota al pie del cuadro “Recursos destinados a políticas básicas de responsabilidad corporativa en el Grupo BBVA, en el capítulo “Perfil y marca del Grupo BBVA”).

Una muestra específica de la creatividad del Grupo en este ámbito puede encontrarse en las Jornadas Anuales de Innovación Tecnológica BBVA, iniciadas en el 2002 y que organiza el Centro de Innovación del área de I+D. Unas jornadas que se han consolidado como un reconocido espacio de difusión de nuevas tecnologías aplicadas al sector financiero, con una vocación específica de aportar nuevas soluciones para los clientes actuales y potenciales, pero con una indudable capacidad de extensión al conjunto de la sociedad. En el 2005, se celebraron jornadas en México (abril) y Madrid (julio): ambas contaron con la presencia del presidente y del consejero delegado y un total de 640 participantes.

3. Impulso de la estabilidad macroeconómica y del crecimiento

Como resultado de los efectos anteriores, entidades como las que componen el Grupo BBVA ejercen estímulos difícilmente cuestionables en el ahorro a largo plazo y en la inversión, desplegando así efectos positivos adicionales para la estabilidad macroeconómica y para el crecimiento de los países en que actúan.

Especial relevancia adquieren en esta problemática ámbitos financieros específicos en los que el Grupo BBVA tiene niveles de actividad y cuotas de mercado destacadamente notorios, y particularmente en relación con América Latina: es el caso de las remesas de emigrantes, que se han convertido en canales decisivos de recursos financieros para las economías en desarrollo, o de los sistemas privados de pensiones, cruciales para incrementar la propensión al ahorro a largo plazo y la tasa de inversión en las economías emergentes. Sobre los niveles de actividad en ambos campos del Grupo BBVA puede verse el capítulo de "BBVA y sus clientes" de este informe.



Es algo que la evidencia empírica ha contrastado claramente: la madurez y calidad del sector financiero es un factor de impulso patente del desarrollo económico, siendo no solo un prerrequisito del desarrollo, sino también un predictor seguro de la capacidad de crecimiento económico.

LOS "OBJETIVOS DEL MILENIO" Y BBVA

Objetivo: las Naciones Unidas acordaron en el 2000 una estrategia orientada a posibilitar el avance hacia el desarrollo de los países más desfavorecidos que se concretó en la "Declaración del Milenio", que centraba su atención preferente en una serie de metas específicas. Se trata de los desde entonces denominados "Objetivos del Milenio": un acontecimiento de indudable relevancia y una promesa sin precedentes de los dirigentes mundiales de abordar obstáculos básicos y carencias flagrantes que dificultan el camino del desarrollo, a cuyo logro convocaban no solo a organismos internacionales y administraciones públicas, sino también al sector privado.

Los "objetivos" se centran en ocho aspectos considerados determinantes:

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
2. Lograr la enseñanza primaria universal
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.
4. Reducir la mortalidad infantil.
5. Mejorar la salud materna.
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Actuación: como ya se reflejaba en el *Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa 2004*, BBVA se siente plenamente comprometido con el reto que marcan estos objetivos, a cuya consecución ha querido contribuir tanto desde muchas vertientes de su actividad de negocio como a través de sus políticas de apoyo a la comunidad, desde la convicción de que solo la suma de muchos esfuerzos —públicos y privados— posibilitará alcanzarlos adecuadamente.

Ciertamente, el Grupo BBVA no ha desarrollado líneas de actuación específicas directamente enfocadas a todos los objetivos, pero sí ha puesto en marcha o apoyado iniciativas relacionadas con muchos de ellos o que inciden en aspectos muy próximos. Pueden verse las referencias más relevantes en los capítulos de este Informe "BBVA y sus clientes", "BBVA y el medio ambiente" y "BBVA y el apoyo a la comunidad".

[II] LOS GRUPOS DE INTERÉS DIRECTOS

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005

- 4] BBVA Y SUS ACCIONISTAS
- 5] BBVA Y SUS EMPLEADOS
- 6] BBVA Y SUS CLIENTES
- 7] BBVA Y SUS PROVEEDORES



4] BBVA Y SUS ACCIONISTAS

EL COMPROMISO DE BBVA CON SUS ACCIONISTAS

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



RASGOS BÁSICOS

| ● Base accionarial | |
|----------------------------|----------------------------------|
| | 2005 2004 |
| Accionistas | 984.891 1.081.020 |
| Acciones | 3.390.852.043 3.390.852.043 |
| ● Propiedad acciones | |
| | % s/Capital |
| Particulares | 37,29 |
| <4.500 accs. | 12,79 |
| >4.500 accs. | 24,50 |
| Consejo de Administración | 1,12 |
| Inversores institucionales | 59,09 |
| Nacionales | 9,87 |
| Extranjeras | 49,23 |
| Empleados | 2,50 |
| TOTAL | 100,00 |



FORTALEZAS

- Amplia base de particulares y alta fidelidad de sus accionistas.
- Elevado nivel e intenso crecimiento de la rentabilidad.
- Elevada solvencia.
- Positiva valoración por los analistas.
- Reconocida calidad de la gestión.



CAMPOS DE MEJORA

- Atención al accionista particular.
- Mecanismos de diálogo con incorporación de nuevos canales de comunicación.
- Programas de fidelización.



PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO EN EL 2006

- Progresar en la coordinación de las distintas áreas del Grupo en beneficio de sus accionistas.
- Visibilidad externa de la acción (Portal de inversiones).
- Captación de accionistas no depositantes.
- Avances en los canales de información.
- Incremento del colectivo atendido por la Unidad de Gestión de Grandes Accionistas, mejorando los sistemas de comunicación y potenciando el acceso de los accionistas singulares a los productos y servicios del Grupo.
- Avanzar en el conocimiento de la base inversora, tanto geográficamente como por tipología de inversor, y en la efectividad en la transmisión de la realidad y potencialidad del Grupo a analistas e inversores institucionales.
- Avanzar en el proceso de globalización de la base accionarial del Grupo.

● **Crecimiento sostenido del valor**

La creación de valor sostenido para sus accionistas es el objetivo central del Grupo BBVA. Objetivo que se enmarca en una política presidida por exigentes criterios de ética, transparencia y equidad en el trato a sus accionistas, al amparo del papel nuclear de su sistema de gobierno corporativo. Algo que BBVA se esfuerza en compaginar con la máxima aportación posible de valor a sus restantes grupos de interés, desde la convicción de que solo la óptima articulación de las finalidades y valores de todas sus partes interesadas posibilita asegurar el crecimiento sostenido del beneficio.

PRINCIPALES DATOS DE LA ACCIÓN BBVA

| | 2005 | 2004 |
|---|--------|--------|
| Beneficio por acción (euros) | 1,12 | 0,87 |
| Rentabilidad (dividendo/Precio; %) | 3,52 | 3,39 |
| Precio/Valor contable (veces) | 3,9 | 4,0 |
| PER (Precio/Beneficio; veces) | 13,4 | 15,1 |
| Capitalización bursátil (millones de euros) | 51.134 | 44.251 |

LÍNEAS DE AVANCE EN EL 2005

Entre las diversas iniciativas relacionadas con los accionistas puestas en marcha en el 2005, destacan las siguientes:

- **Nuevo Plan de Reinversión de Dividendos:** una fórmula atractiva y flexible de incrementar la cartera de acciones de BBVA, en la que el accionista elige el período de reinversión y el porcentaje de los dividendos que se reinvierte. Se articula en una cuenta sin gastos y remunerada a tipo especial.
- **Portal Acción BBVA en la intranet del banco:** una nueva herramienta para que los gestores de Banca Minorista puedan atender mejor a los accionistas.
- **Plan Acción Empleados:** componente del proyecto "Pasión por las personas", oferta facilidades especiales para la adquisición de acciones BBVA por los empleados del Grupo.
- Importantes avances en la identificación y atención prestada a los accionistas institucionales.

● **Canales de diálogo**

BBVA fundamenta la relación con sus accionistas, con la comunidad inversora y con los analistas en la transparencia informativa, combinando la relación personal y los medios de comunicación convencionales con las tecnologías más avanzadas. Para ello, cuenta con unidades especializadas en la atención a los diferentes segmentos y con diversos canales de comunicación. Se detallan a continuación los más relevantes.

A partir del segundo trimestre del 2005, se incluye en los informes trimestrales de resultados del Grupo BBVA una relación de las principales actuaciones en materia de responsabilidad corporativa.

Oficina del Accionista

Es un órgano de comunicación permanente entre el Grupo BBVA y sus accionistas. Pionero en el sec-

tor financiero español, se trata de un canal de diálogo bidireccional, en el que se pone a disposición de todos los accionistas información sobre la marcha del Grupo y la evolución y perspectivas de la acción, atendiendo además a todo tipo de consultas, sugerencias y opiniones en aspectos relacionados con la acción y con la relación con los accionistas. A lo largo del 2005, la Oficina ha atendido 42.341 consultas (30.644 son accesos a través del Portal del Accionista).

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

CONSULTAS ATENDIDAS POR LA OFICINA DEL ACCIONISTA

| Número de entradas según canal | 2005 | 2004 | 2003 |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| 902 | 5.199 | 4.353 | 4.131 |
| Campaña reinversión dividendo | 1.745 | - | - |
| Buzón único | 53 | 40 | 29 |
| Carta | 84 | 200 | 200 |
| Club | 18 | 480 | 261 |
| Teléfono | 1.041 | 2.434 | 1.898 |
| Correo electrónico | 785 | 480 | 420 |
| Atención personal | 37 | 150 | 200 |
| Concurso revista <i>Ábaco</i> | 2.735 | 2.600 | 4.800 |
| TOTAL | 11.697 | 10.737 | 11.939 |

CONSULTAS ESPECÍFICAS SOBRE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

| | 2005 | 2004 | 2003 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Peticiones documentación legal | 39 | 28 | 45 |
| Peticiones Informe Anual | - | - | 200 |
| Peticiones acuerdos Junta | 5 | - | 25 |
| Peticiones estatutos | 6 | 12 | 4 |
| No recepción tarjeta | 453 | 410 | 250 |
| Datos erróneos/nº acciones | 205 | 370 | 70 |
| Reclamación obsequio | 496 | 122 | 60 |
| Protesta por no recibir obsequio si no delega | 71 | 120 | 10 |
| Oficina de recogida mal asignada | 102 | 59 | 40 |
| Privanza-BBVA Patrimonios | - | 15 | 20 |
| Retribuciones consejeros | 5 | 30 | 30 |
| Derecho de suscripción preferente | 16 | 50 | 10 |
| Política de dividendos | 36 | 160 | 300 |
| Requisitos para ser consejero | 4 | 6 | 2 |
| Busqueda información web | 30 | 35 | - |
| Voto electrónico | 72 | - | - |
| Seguro de vida | - | - | 3 |
| Inversiones en América Latina | 2 | 10 | 20 |
| Política de prejubilaciones | 3 | - | 25 |
| Otros | 193 | 168 | 168 |
| TOTAL | 1.738 | 1.595 | 1.282 |

CONSULTAS RESUELTAS POR LA OFICINA DEL ACCIONISTA

| | 2005 | 2004 | 2003 |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Dividendo | 814 | 1.015 | 692 |
| Cotización | 817 | 699 | 648 |
| Acción | 788 | 863 | 546 |
| Operativa/valores | 133 | 81 | 88 |
| Reinversión dividendo | 479 | 554 | 624 |
| Campañas/privilegio | 1.978 | 235 | 350 |
| Financiera | 42 | 41 | 38 |
| Reclamación/sugerencia | 38 | 42 | 131 |
| Renta | 56 | 59 | 65 |
| Junta | 1.738 | 1.595 | 1.282 |
| Memorias | 182 | 396 | 366 |
| Información Grupo y productos | 546 | 1.245 | 1.354 |
| Hechos relevantes | 98 | 189 | 22 |
| Peticiones históricas de acciones | 100 | 110 | 100 |
| Actos culturales | 8 | 98 | 60 |
| Revista <i>Ábaco</i> | 1.126 | 915 | 773 |
| Concurso revista <i>Ábaco</i> | 2.735 | 2.600 | 4.800 |
| Seguro accionistas | 19 | 0 | - |
| TOTAL | 11.697 | 10.737 | 11.939 |

ÁBACO

Objetivo: mejorar la atención dispensada a los accionistas de BBVA y fidelizarlos a través de una canal de comunicación exclusivo.

Actuación: *Ábaco* es una revista de periodicidad trimestral, cuyos 236.000 ejemplares se distribuyen gratuitamente entre accionistas particulares de BBVA. Incluye los siguientes contenidos básicos:

- Carta del presidente de BBVA.
- Línea directa con el presidente: consultas respondidas por el presidente.
- Cuaderno del accionista: información relevante sobre el Grupo BBVA.
- Privilegio club de accionistas: ofertas exclusivas o preferentes para accionistas.
- Información sobre productos de BBVA.
- *Magazine*: artículos, entrevistas e información diversa.

Unidad de Gestión de Grandes Accionistas

Su creación en el 2003 constituyó una innovación en el sector financiero español. Está encuadrada en el área de Presidencia del Grupo BBVA. La homogeneización en la gestión del conjunto de accionistas sin-

gulares, así como una mayor coordinación de la actuación de las distintas áreas del Grupo en la cobertura de las necesidades del colectivo de referencia, son objetivos a conseguir mediante la comunicación, a través del contacto personal y una relación directa,

especializada y personalizada con un colectivo cifrado a finales del 2005 en 2.840 personas, propietarias de acciones representativas del 13,16 % del capital del Grupo BBVA en todo el mundo. En un futuro, la unidad se plantea incrementar dichas cifras y mejorar la información facilitada y los sistemas de comunicación. Adicionalmente, busca potenciar el acceso de los accionistas singulares a los productos y servicios del Grupo.

Por lo que se refiere al ejercicio 2005, la unidad se reunió con más de 7.000 personas (más del 50 % potenciales accionistas), en las 57 reuniones que tuvieron lugar en otras tantas ciudades de toda España, en las que se contó con la colaboración de Banca Minorista y Banca Mayorista para que los distintos eventos fueran un éxito, tanto por número de asistentes como por el grado de fidelidad manifestada. Además, en otras 16 reuniones y ante 2.200 personas, intervinieron el presidente y el consejero delegado de BBVA, reflejo de la importancia que conceden a la relación con este grupo de accionistas. Globalmente, las actuaciones realizadas han servido no solo para mejorar el alto grado de compromiso de los accionistas, sino también para incrementar su grado de bancarización con las distintas áreas de negocio del banco.

El 19 de agosto del 2005, la acción BBVA inició la cotización en la Bolsa Valores de México. Este hecho —esperado por los inversores mexicanos— refuerza el compromiso del Grupo BBVA con México y su mercado financiero y favorecerá el crecimiento significativo del colectivo de accionistas singulares en México.

Además, la unidad ha desarrollado a lo largo del año eventos culturales de distinto tipo dirigidos a los accionistas singulares, a los que asistieron 1.167 personas.

Departamento de Relación con inversores, analistas y agencias de *rating*

Diseña y ejecuta la estrategia de comunicación hacia los mercados financieros nacionales e internacionales, manteniendo una interlocución permanente con sus actores básicos. Mediante la comunicación y explicación las principales estrategias de negocio, organizativas y operativas de BBVA a la comunidad inversora, se facilita la formación de expectativas sobre su valor y se contribuye, por lo tanto, a la adecuada fijación del precio de la acción y de otros activos financieros emitidos por BBVA.

Dentro de las funciones del departamento también se encuentra la de mantener puntualmente informado al Comité de Dirección del Grupo acerca de la opinión de los mercados sobre la entidad o sobre cualquier otro asunto que pueda afectar a su cotización.


En el 2005 se ha mantenido un alto nivel de actividad con inversores institucionales y analistas financieros a través de distintas presentaciones y reuniones en las principales plazas financieras:

- Se han celebrado reuniones con inversores y analistas localizados en las plazas financieras más relevantes del mundo en Europa, Estados Unidos y Asia, lo que viene exigido por la globalidad y diversificación de la base accionarial del Grupo.
- Presentación de resultados trimestrales y otros dos eventos similares por medio de sistemas de audio y vídeo en Internet.
- Envíos de información a analistas e inversores previamente registrados.
- Participación en las principales conferencias sectoriales bancarias a nivel mundial.
- Colaboración en varios procesos de verificación (*due diligence*) en emisiones de renta fija y posterior participación en sus presentaciones públicas (*roadshows*).
- Presentaciones institucionales, revisiones de las agencias de evaluación (*rating*) y participación en el proceso de solicitud de delegación de voto para juntas.

DATOS DE ACTIVIDAD EN RELACIÓN CON ANALISTAS E INVERSORES EN EL 2005

| | |
|--|-------|
| Número de inversores contactados | 283 |
| Distribución de comunicados financieros | 2.708 |
| Peticiones informativas atendidas por correo electrónico | 1.015 |
| Comunicaciones con colectivo de analistas | 660 |
| Actuación en Juntas Generales de Accionistas | |
| Envíos de documentación | 315 |
| Peticiones informativas | 108 |
| Consultas varias | 380 |

En reconocimiento a la eficacia en la comunicación con la comunidad inversora, BBVA figuró en el 2005 en cuarta y quinta posición en las clasificacio-

| CALIFICACIÓN SEGÚN DJSI | | | | | |
|--|-------------------------|------|--------------|------|--------------|
| Entidad | Dimensión | 2005 | | 2004 | |
| | | BBVA | Media sector | BBVA | Media sector |
| SAM ^a  | Relación con inversores | 100 | 67 | 49 | 42 |

^a Escala de puntuación: 0 a 100.

nes de los mejores equipos de relación con inversores del sector financiero europeo elaborados por *Institutional Investor* y Extel Survey.

Página web corporativa (www.bbva.com)

Publicada en español e inglés, constituye un instrumento de especial relevancia en la política de comunicación del Grupo BBVA con todos sus grupos de interés y, particularmente, con sus accionistas, con los inversores y con analistas. A lo largo del 2005, aproximadamente la mitad de los archivos descargados por los usuarios correspondieron a temas de interés directo para estos colectivos.

Con una permanente actualización, la página recoge toda la información financiera, estratégica y comercial relevante para accionistas, inversores y analistas. Incluye las herramientas tecnológicas más avanzadas en la información financiera, incorpora sistemas de audio y vídeo a través de Internet (*webcast*) y posibilita así una comunicación interactiva con analistas e inversores.

La página web corporativa mereció en el 2005 el premio “The Best Investor Relations Website of Spain according to investors, analysts and capital market professionals”, concedido por MZ Servicios Financieros, organizador de los IR Global Rankings.

5] BBVA Y SUS EMPLEADOS

EL COMPROMISO DE BBVA CON SUS EMPLEADOS

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



RASGOS BÁSICOS

| | 2005 | 2004 |
|-----------------------|--------|--------|
| ● Total empleados | 94.681 | 87.112 |
| ● Por región (en %) | | |
| España | 32,9 | 35,6 |
| América | 65,1 | 62,1 |
| Resto | 2,0 | 2,3 |
| ● Por género (en %) | | |
| Hombres | 54,9 | 57,2 |
| Mujeres | 45,1 | 42,8 |
| ● Edad media | 38,4 | 38,1 |
| ● Años de experiencia | 13,2 | 13,3 |



FORTALEZAS

- Comunicación del Código de Conducta a todos los empleados.
- Acuerdo con los sindicatos sobre igualdad y conciliación de vida familiar y laboral.
- Formación anual de 43,1 horas por empleado, con un gasto de 34,3 millones de euros.



CAMPOS DE MEJORA

- Verificación externa de los compromisos adoptados en Derechos Humanos.
- Conciliación de vida familiar y laboral.
- Integración de discapacitados.
- Programas de voluntariado.



PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO EN EL 2006

- Impulso de iniciativas para la conciliación de vida familiar y laboral y creación de la Comisión de Igualdad de Oportunidades con representación sindical.
- Integración de discapacitados.
- Programas de voluntariado.
- Nuevo programa de formación en la "Escuela de Management".

● Datos generales de empleados

BBVA entiende que en la relación con sus empleados radica una dimensión básica de su responsabilidad corporativa. Una dimensión presidida por la aspiración de conseguir la máxima generación posible de valor recíproco —para los empleados y para el

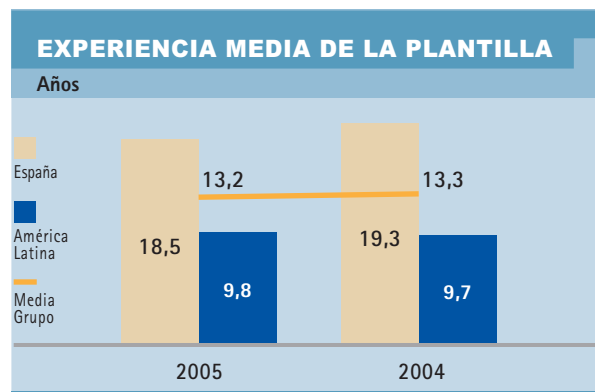
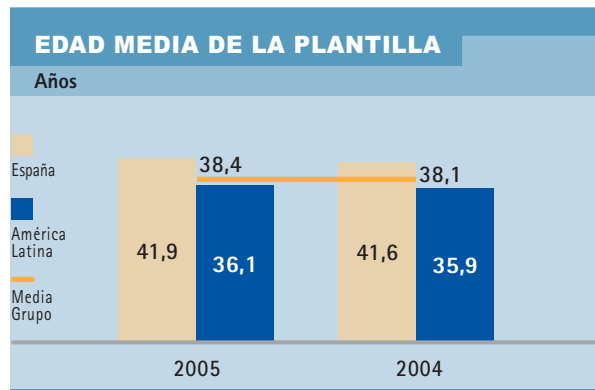
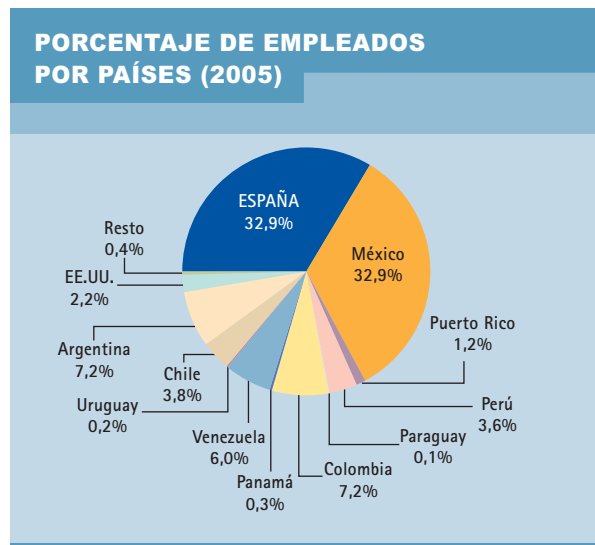
Grupo—. Aspiración que se materializa a través de distintas políticas e iniciativas, con el objetivo de impulsar una mejora continua en los estándares éticos, la igualdad de oportunidades, el desarrollo profesional y personal, el trabajo en equipo, el clima laboral y la satisfacción de los empleados.

Con la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), se consolidan por integración global sociedades que, anteriormente, se integraban por puesta en equivalencia, así como otras sociedades que quedaban fuera del perímetro de consolidación en razón de su actividad. Los datos correspondientes al ejercicio 2004 han sido elaborados con los mismos criterios y, por tanto, difieren de los publicados durante dicho ejercicio.

| EMPLEADOS POR PAÍSES* | | |
|------------------------------|---------------|---------------|
| | 2005 | 2004 |
| ESPAÑA | 31.154 | 31.056 |
| AMÉRICA | 61.604 | 54.074 |
| México | 31.146 | 28.623 |
| Puerto Rico | 1.120 | 1.093 |
| Venezuela | 5.653 | 5.653 |
| Panamá | 245 | 230 |
| Colombia | 6.849 | 4.562 |
| Paraguay | 99 | 97 |
| Perú | 3.377 | 2.853 |
| Uruguay | 145 | 145 |
| Chile | 3.630 | 3.560 |
| Argentina | 6.851 | 6.664 |
| Estados Unidos | 2.066 | 157 |
| Resto de América | 423 | 437 |
| RESTO | 1.923 | 1.982 |
| Portugal | 891 | 902 |
| Andorra | 238 | 233 |
| Suiza | 88 | 93 |
| Otros | 706 | 754 |
| TOTAL GRUPO | 94.681 | 87.112 |

* Plantilla a 31 de diciembre de 2005.


| GASTOS DE PERSONAL | | |
|---|--------------|--------------|
| (Millones de euros) | 2005 | 2004 |
| Sueldos y salarios | 2.744 | 2.460 |
| Seguros sociales | 472 | 437 |
| Dotaciones y aportaciones a fondos de pensiones internos y externos | 125 | 116 |
| Otros gastos | 262 | 234 |
| TOTAL | 3.602 | 3.247 |



PORCENTAJE DE EMPLEADOS POR CATEGORÍAS PROFESIONALES

| | 2005 | 2004 |
|--|-------|-------|
| Directivos niveles 0-3 | 0,29 | 0,31 |
| Directivos niveles 4-5 | 1,58 | 1,68 |
| Jefes de equipo y técnicos | 48,42 | 48,36 |
| Administrativos, servicios generales y otros | 49,71 | 49,66 |

CALIFICACIONES DE BBVA EN RESPONSABILIDAD CORPORATIVA SEGÚN AGENCIAS ESPECIALIZADAS

| Entidad | Dimensión | 2005 | | 2004 | | |
|--------------------------|---|------------------------------------|--------------|------|--------------|----|
| | | BBVA | Media sector | BBVA | Media sector | |
| SAM ^a |  | Indicadores de prácticas laborales | 90 | 62 | 65 | 54 |
| | | Desarrollo de capital humano | 100 | 39 | 85 | 51 |
| | | Atracción y retención del talento | 56 | 44 | 61 | 48 |
| | | Salud y seguridad laboral | 60 | 30 | 28 | 24 |
| VIGEO ^{a, b, c} |  | Recursos humanos | 44 | = | 58 | + |

^a Escala de puntuación: 0 a 100.

^b Rating respecto a la media del sector: ++ Líder, + Avanzada, = Media, - Bajo media, -- Indiferente.

^c VIGEO realiza además *Investor Solicited Activity* al estar efectuando auditorías corporativas a requerimiento de las empresas.

● Derechos Humanos

Además de los aspectos señalados en el epígrafe dedicado al Código de Conducta en el capítulo “La Política de responsabilidad corporativa en BBVA”, los Comités de Gestión de la Integridad Corporativa promueven la adopción de las medidas necesarias para resolver las actuaciones éticamente cuestionables, como sería cualquier transgresión de los Derechos Humanos, a cuyo conocimiento hubiera podido acceder cualquiera de sus miembros, bien como consecuencia del desarrollo de las funciones de las áreas que representan, bien como consecuencia de comunicaciones recibidas.

BBVA es miembro del Comité Ejecutivo de la Asociación Española del Pacto Mundial, a cuya iniciativa se adhirió en el 2002. Posteriormente se han adherido específicamente cuatro bancos del Grupo en América Latina —México, Argentina, Perú y Colombia—. La actividad del sector financiero se caracteriza por ser intensiva en capital humano altamente cualificado, lo que hace improbable que aparezcan problemáticas relacionadas con los Derechos Humanos, como el trabajo infantil y forzoso. En

cualquier caso, el Código de Conducta en su apartado tercero, “Valores éticos”, recoge expresamente el compromiso de BBVA con los Derechos Humanos, actuando en todos los países bajo un estricto respeto a los valores éticos y prácticas de no discriminación. En el caso de los proveedores y contratistas, BBVA solicita a éstos el cumplimiento de los principios sociales y ambientales del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Los empleados cuentan además con formación específica sobre Derechos Humanos en la intranet, a través del curso “Diversidad e Integración”.

Respecto a la formación del personal de seguridad en materia de DD. HH., se han difundido los compromisos suscritos por BBVA para su incorporación a la función de Seguridad en España y América, y se ha incorporado en los manuales de tareas y procedimientos de seguridad —en los que se regula y desarrolla la función del personal de vigilancia y seguridad— un conjunto de normas sobre los principios y fundamentos de comportamiento ético establecidos en el Código de Conducta.

TRATADOS INTERNACIONALES DE DERECHOS HUMANOS A LOS QUE BBVA SE HA ADHERIDO O COMPROMETIDO DE FORMA PÚBLICA

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact)
- Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas
- Organización Internacional del Trabajo (OIT)

- ▶ El Grupo BBVA cumple escrupulosamente con la legislación laboral vigente en cada momento, los convenios internacionales y demás disposiciones legales y reglamentarias de carácter laboral, no teniendo constancia de la existencia de procedimientos judiciales o administrativos relacionados con incumplimientos o infracciones relativas a esta materia durante el 2005.

● El modelo de gestión de BBVA: garantía de la igualdad de oportunidades y de la satisfacción de los empleados

El modelo de gestión de recursos humanos está basado en la gestión por competencias y la comunicación con los empleados, y responde a los principios

y compromisos definidos en la cultura corporativa del Grupo, formalizados en *La Experiencia BBVA*. Los compromisos con los empleados hacen referencia al reconocimiento del mérito, el desarrollo profesional y personal, el trabajo en equipo, la generación de ideas, la diversidad e igualdad de oportunidades y el clima de confianza.

PROYECTO ARISTOS

Objetivo: el proyecto ARISTOS surge con el objetivo de evolucionar los sistemas de recursos humanos del Grupo hacia una serie de herramientas corporativas, que homogeneicen el modo de trabajar en las diferentes unidades del Grupo, utilizando, no solo las mismas políticas y procedimientos, sino además los mismos aplicativos y herramientas.

Actuación: el proyecto ARISTOS engloba las herramientas de administración y gestión de RRHH para los profesionales de Recursos Humanos y aplicativos que permiten al empleado interactuar en los procesos de Recursos Humanos.

Estas herramientas se han implantado en marzo del 2005 para toda la plantilla de España, Portugal y Red Exterior y en el mes de mayo, para el equipo directivo del Grupo en todos los países de América Latina, y se espera una próxima incorporación del resto de la plantilla de todos los países.

La extensión de la intranet corporativa permite poner a disposición de los empleados del Grupo las aplicaciones corporativas de recursos humanos desarrolladas en esta plataforma. Hasta que esta extensión se produzca completamente, se está trabajando para dotar de estas herramientas a las distintas unidades utilizando la plataforma Internet.

Gestión por competencias

Consiste en contrastar las habilidades personales y conocimientos técnicos necesarios para cada puesto —perfiles funcionales— con la valoración de cada profesional del Grupo —valoración de competencias—. Para la valoración, se utilizan distintas técnicas, que incluyen entrevistas y cuestionarios y, en el caso de los directivos, la valoración por sus propios colaboradores. Otra técnica de valoración empleada es la certificación de conocimientos, a través de certificadores externos de reconocido prestigio. El resultado permite aplicar las distintas políticas de gestión de recursos humanos de manera personalizada a cada empleado.

En el 2005, BBVA ha renovado el área de Recursos Humanos mediante una estructura más cercana

al negocio. El nuevo modelo pretende garantizar la integridad corporativa de las prácticas de recursos humanos, adaptando las políticas globales a la realidad de cada país y de cada unidad de negocio.

- **Desarrollo profesional:** está orientado a fomentar la promoción interna y la igualdad de oportunidades. A partir de la valoración de competencias, se establece un plan de formación a medida para cada empleado —Plan de Desarrollo Individual (PDI)—. Los empleados pueden consultar en la intranet el perfil requerido para cada puesto, lo que dota al modelo de transparencia y permite a cada empleado dirigir su desarrollo profesional hacia aquellas funciones más acordes con sus intereses. El modelo se completa con la herramienta “Apunto”, diseñada para que los profesionales del Gru-

- po dejen constancia de sus intereses profesionales y sus destinos preferidos, y la “Guía de Desarrollo”, dirigida al desarrollo personal y profesional.
- **Compensación y remuneración:** se establecen en función del nivel de responsabilidad del puesto y de la evolución profesional de cada empleado, evitando discriminaciones por razón de sexo, raza o cualesquiera otras, y garantizando el cumplimiento de la legislación y los convenios propios del sector. Además, en la retribución variable de cada profesional tienen un peso importante los indicadores de satisfacción del cliente y el comportamiento de acuerdo a los principios de la cultura corporativa, incluyendo el compromiso con la responsabilidad social corporativa.



Comunicación y diálogo con empleados

Las herramientas de comunicación interna que BBVA pone a disposición de sus empleados tienen como objetivo crear un clima de confianza basado en una relación abierta, el respaldo al equipo y la comunicación transparente. La comunicación interna se estructura a través de la línea directiva —mediante entrevistas personales y reuniones periódicas— y a través de los canales corporativos —integrados en la intranet “espacio”—. En el 2005, BBVA ha lanzado el portal específico de “Pasión por

las personas” para reforzar la comunicación del proyecto corporativo, que persigue mejorar la calidad de BBVA como lugar de trabajo para sus empleados y como banco referente para sus clientes en calidad de servicio. Además, también se ha puesto en marcha el portal de Responsabilidad Corporativa (RC), con el objetivo de hacer partícipes a los empleados de las diversas actuaciones desarrolladas por el Grupo en este campo, invitándoles a integrar criterios de RC en su trabajo diario.

| PRINCIPALES CANALES CORPORATIVOS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN BBVA | |
|---|--|
| Buenos Días | Boletín diario con información de interés general y artículos de opinión de empleados y directivos. En el 2005, se han publicado solo en España 251 artículos de opinión. |
| Informe de Actividad | Análisis mensual de las líneas de trabajo principales de cada área. |
| Canal BBVA | Datos económicos, campañas o proyectos relevantes de la organización. |
| Carrusel | Noticias y avisos globales de la organización y propias de las áreas. |
| Portal del Empleado | Facilita la gestión de procesos e informa sobre los sistemas de gestión de Recursos Humanos —nóminas, beneficios sociales, préstamos y otros servicios financieros para empleados—, permitiendo el acceso a cursos de formación y a otros servicios. |
| Servicio de Atención al Empleado (SAE) | A disposición de los empleados activos, prejubilados y pasivos con el objetivo de dar respuesta rápida a las consultas, facilitar el conocimiento de las políticas y procesos de RR.HH y resolver las incidencias. Durante el 2005 se han gestionado en el SAE más de 88.000 consultas (64 % empleados activos, 23 % prejubilados y 13 % jubilados) y 89.000 accesos al Portal del SAE. Los usuarios han valorado el servicio con una calificación de “notable”. |
| Revista adelante | De periodicidad trimestral, en ella se inserta la revista local <i>Crónica</i> , que se distribuye en los hogares de todos los empleados del Grupo BBVA. Los proyectos estratégicos son expuestos con detalle, se repasan los hechos más noticiables de los últimos meses y se describen distintas funciones o áreas. En cada tirada se distribuyen 120.000 ejemplares en todo el Grupo. |

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA EN ESPAÑA

| (Número de comunicaciones anuales) | 2005 | 2004 | 2003 |
|------------------------------------|------|------|------|
| Semanal/diario | 681 | 526 | 361 |
| Mensual/trimestral | 19 | 19 | 15 |
| Otra periodicidad | 43 | 26 | 29 |

Existen otros canales de comunicación y diálogo con empleados, como son el envío de mensajes por correo electrónico o acciones específicas desarrolladas para comunicar proyectos corporativos para los cuales se diseñan planes específicos. Un caso significativo es el proyecto “Pasión por las personas”, que ha combinado reuniones personales, audiovisuales y otras acciones diferenciadoras, como por ejemplo concursos de fotografía y de dibujo celebrados a ni-

vel corporativo. En el de dibujo han participado más de 4.000 hijos de empleados para seleccionar la tarjeta de felicitación navideña, que se ha editado en colaboración con UNICEF.

Otros canales son las encuestas de satisfacción, el diálogo con la representación sindical y las iniciativas para la gestión del conocimiento, que se explican más adelante en este mismo capítulo. Para más información sobre el modelo de Recursos Humanos de BBVA, puede consultarse el *Informe Anual* y la página web www.bbva.com.

Satisfacción

BBVA hace cada dos años encuestas entre sus empleados para conocer el nivel de satisfacción interna y el impacto de las variaciones organizativas y del entorno en las opiniones y actitudes de todos los miembros de la organización.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE EMPLEADOS

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

* Incluye BBVA Portugal.

Representación sindical y resolución de conflictos

En España, el Convenio Colectivo de Banca regula, con carácter sectorial, los aspectos fundamentales para las relaciones de trabajo entre los empleados y las entidades financieras. A nivel del 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.

Además, desde el área de Recursos Humanos se facilita asistencia legal a empleados sobre derechos y deberes derivados de las relaciones de trabajo y frente a terceros, propiciando la resolución de conflictos. Asimismo, se difunde y promueve el conocimiento y el riguroso cumplimiento de la legislación laboral, a fin de evitar eventuales incum-

plimientos de las normas laborales o actuaciones incorrectas, que puedan originar responsabilidades al Grupo BBVA o a sus empleados. También se coordina de forma homogénea y objetiva en el Grupo la facultad disciplinaria, se otorga especial relevancia a su aspecto preventivo, con reconocimiento de los derechos y garantías del trabajador, y se desarrolla al tiempo una política constante de rehabilitación.

BBVA no puede llevar registro de información sobre afiliación sindical, porque es un dato protegido constitucionalmente. En la regulación española, los acuerdos colectivos que se alcanzan no afectan solo a los afiliados, sino a todo el personal.

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. Desde el reconocimiento que la legalidad y la singularidad que cada país otorga a las representaciones sindicales, el Grupo trata siempre de resolver los conflictos de ámbito laboral que puedan surgir desde el diálogo y el consenso con las diferentes representaciones sindicales, con las que se relaciona siempre con el máximo respeto.

En el 2004 se constituyó el Comité de Empresa Europeo —en el marco de la regulación vigente en aquellos países del espacio económico europeo en los que el Grupo está presente—, que viene funcionando con normalidad, con las competencias determinadas en el acuerdo colectivo que le dio origen. Por otra parte, en el 2005 BBVA y las representaciones sindicales del Grupo en España y América Latina celebraron un encuentro en México, en el que, como continuación al Acuerdo de Intenciones firmado en el 2001, las representaciones sindicales expresaron su interés en aportar ideas y propuestas que

contribuyesen a crear un clima de consenso en el marco de las relaciones laborales, con especial atención a los siguientes puntos: procedimiento de resolución de conflictos, formación, igualdad de oportunidades, el empleo y su estructura y salud y seguridad en el trabajo.

Acuerdo de igualdad y conciliación de vida familiar y laboral

En el 2005 BBVA firmó un acuerdo sobre igualdad y conciliación de vida familiar y laboral con la mayoría de la representación sindical del banco, en el que se recoge la no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, adhesión sindical o cualquier otra condición o circunstancia personal o social, y se adoptan medidas que favorecen la igualdad de género y el equilibrio entre vida familiar y laboral. Destacan entre estas:

- Especial protección de la mujer durante el embarazo y cuidado de hijos pequeños.
- Posibilidad de flexibilidad horaria en etapas preescolares.
- Mejoras en cuanto a permisos no retribuidos en situaciones familiares a proteger.
- Mejora en el permiso de paternidad.
- Uso de la vídeo conferencia para reducir los viajes.
- Rechazo a cualquier situación de discriminación sexual o cualquier otro tipo de comportamiento sexista.
- Observatorio de la igualdad para seguimiento del acuerdo, con la participación de las representaciones sindicales.

PROMOCIÓN

| (Porcentaje sobre plantilla total) | 2005 | 2004 |
|------------------------------------|------|------|
| Personas promocionadas | 11,9 | 12,7 |

PRINCIPALES ASPECTOS RECOGIDOS EN EL ACUERDO DE IGUALDAD Y CONCILIACIÓN DE VIDA FAMILIAR Y LABORAL (2005)

- Conciliación de la vida personal, laboral y familiar.
- Protección al embarazo y la maternidad.
- Igualdad de oportunidades.
- Acoso sexual y violencia de género.
- Creación de la Comisión de Igualdad de Oportunidades.

| DISTRIBUCIÓN FUNCIONAL POR GÉNERO | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| (Porcentaje) | 2005 | | 2004 | |
| | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| España | 61,65 | 38,35 | 62,64 | 37,36 |
| Directivos niveles 0-3 | 93,12 | 6,88 | 94,54 | 5,46 |
| Directivos niveles 4-5 | 86,94 | 13,06 | 88,04 | 11,96 |
| Jefes de equipo y técnicos | 64,72 | 35,28 | 66,41 | 33,59 |
| Administrativos y servicios generales | 53,52 | 46,48 | 54,13 | 45,87 |
| América Latina | 51,19 | 48,81 | 52,57 | 47,43 |
| Directivos niveles 0-3 | 100,00 | 0,00 | 98,68 | 1,32 |
| Directivos niveles 4-5 | 78,76 | 21,24 | 78,63 | 21,37 |
| Jefes de equipo y técnicos | 58,85 | 41,15 | 60,15 | 39,85 |
| Administrativos y servicios generales | 45,48 | 54,52 | 46,20 | 53,80 |
| Media para el Grupo | 54,99 | 45,01 | 57,18 | 42,82 |
| Directivos niveles 0-3 | 95,27 | 4,73 | 95,91 | 4,09 |
| Directivos niveles 4-5 | 84,18 | 15,82 | 84,64 | 15,36 |
| Jefes de equipo y técnicos | 61,62 | 38,38 | 63,12 | 36,88 |
| Administrativos y servicios generales | 47,40 | 52,60 | 48,16 | 51,84 |

| CONTRATOS POR TIPOS | | | | | | |
|--|---------|---------|-------|---------|---------|-------|
| (Porcentaje respecto al total de la plantilla) | 2005 | | | 2004 | | |
| | Hombres | Mujeres | Total | Hombres | Mujeres | Total |
| Fijos o indefinidos tiempo completo | 51,66 | 40,21 | 91,88 | 52,48 | 39,36 | 91,85 |
| Fijos o indefinidos tiempo parcial | 0,61 | 0,82 | 1,43 | 0,64 | 0,78 | 1,42 |
| Temporales | 2,30 | 3,20 | 5,50 | 2,30 | 3,03 | 5,33 |
| Otros | 0,42 | 0,77 | 1,19 | 0,46 | 0,94 | 1,40 |

| PORCENTAJE DE MUJERES EN PUESTOS DE RESPONSABILIDAD CON HIJOS A SU CARGO | | |
|---|-------|-------|
| | 2005 | 2004 |
| España | | |
| Directivos niveles 0-3 | 76,92 | 80,00 |
| Directivos niveles 4-5 | 54,01 | 54,47 |
| América Latina | | |
| Directivos niveles 0-3 | 0,00 | 9,09 |
| Directivos niveles 4-5 | 25,00 | 26,55 |
| Media para el Grupo | | |
| Directivos niveles 0-3 | 76,92 | 81,82 |
| Directivos niveles 4-5 | 55,83 | 56,19 |

| PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR UN PROCESO NORMALIZADO DE EVALUACIÓN DE LA ACTUACIÓN | | |
|---|------|------|
| | 2005 | 2004 |
| Directivos niveles 0-3 | 100 | 100 |
| Directivos niveles 4-5 | 100 | 100 |
| Jefes de equipo y técnicos | 100 | 100 |
| Administrativos y servicios generales | 100 | 100 |

PORCENTAJE DE LA COMPENSACIÓN* BASADA EN LA EVALUACIÓN DE LA ACTUACIÓN RESPECTO A LA COMPENSACIÓN TOTAL

| | 2005 | 2004 |
|---------------------------------------|-------|-------|
| Directivos niveles 0-3 | 30,36 | n.d. |
| Directivos niveles 4-5 | 26,00 | 25,00 |
| Jefes de equipo y técnicos | 13,00 | 12,00 |
| Administrativos y servicios generales | 3,00 | 3,00 |

* Excluyendo planes de pensiones y prestaciones sociales.

PORCENTAJE DE LA RETRIBUCIÓN VARIABLE BASADA EN LA ACTUACIÓN DE LA EMPRESA Y/O INDIVIDUAL

| | 2005 | | 2004 | |
|---------------------------------------|---------|------------|---------|------------|
| | Empresa | Individual | Empresa | Individual |
| Directivos niveles 0-3 | 36 | 64 | n.d. | n.d. |
| Directivos niveles 4-5 | 32 | 68 | 26 | 74 |
| Jefes de equipo y técnicos | 31 | 69 | 26 | 74 |
| Administrativos y servicios generales | 40 | 60 | 40 | 60 |

TIPO Y PORCENTAJE DE LA COMPENSACIÓN* RELACIONADA CON LA ACTUACIÓN

| | 2005 | 2004 |
|--|------|------|
| Bonus anual en efectivo | 100 | 100 |
| Acciones/opciones sobre acciones disponibles de forma inmediata | 0 | 0 |
| Acciones/opciones sobre acciones disponibles en un período +2 años | 0 | 0 |
| Otros pagos, disponibles de forma inmediata | 0 | 0 |
| Otros pagos, disponibles en un período +2 años | 0 | 0 |

* Excluyendo planes de pensiones y prestaciones sociales.

ASOCIACIONES SINDICALES

| | 2005 | 2004 |
|--|------|------|
| Nº. de asociaciones sindicales en el Comité de Empresa | 11 | 11 |

● Empleo y selección

Las áreas de selección cuentan con una política global y un código de actuación dirigidos a garantizar la igualdad de oportunidades y la atracción del talento en los procesos de selección. La herramienta “*e-pre-selec*” parte de los perfiles funcionales definidos para cada puesto, con el fin de seleccionar a los mejores candidatos. Selección trabaja además con la máxima independencia y confidencialidad, de modo que todos los candidatos reciban el mismo tratamiento, pasen los mismos procesos para incorporarse al Grupo y se garantice que no existe discriminación por sexo, raza, parentesco familiar u otras distintas de los propios requisitos establecidos para el puesto.

Además, BBVA ha incorporado en el 2005 en la página web corporativa una nueva sección de empleo global; así pueden consultarse en una única pá-

gina todas las ofertas de empleo que el Grupo tiene en diversos países y se posibilita enviar el currículum desde cualquier lugar del mundo. También se permite el envío de currículos espontáneos, por medio de un formulario específico. En los últimos cuatro años, el Grupo BBVA ha gestionado más de 500.000 currículos en todo el mundo y realizado cerca de 6.500 contrataciones anuales. Desde su puesta en funcionamiento, esta sección ha recibido currículos de candidatos de cuarenta y dos nacionalidades diferentes y alrededor de cinco mil visitas diarias.

En BBVA trabajan discapacitados que cumplen sus funciones con plena satisfacción. Adicionalmente, se utilizan algunas medidas alternativas previstas en las disposiciones legales, en especial las relativas al suministro de bienes necesarios para el desarrollo de la actividad de la empresa y la canalización de dona-

ciones y patrocinios hacia el desarrollo de actividades de inserción laboral y de creación de empleo.

Sensibilizado con los derechos fundamentales de este colectivo y su inserción laboral, BBVA creó en el 2005 un comité de seguimiento en el que participan los departamentos de Recursos Humanos, Compras y Responsabilidad y Reputación Corporativas. Su objetivo es canalizar actuaciones del Grupo que afecten directa o indirectamente a todos los ámbitos en los que se desarrolla la vida de una persona con discapacidad. En el 2005 se han puesto en marcha dos iniciativas: contactar con asociaciones de personas con discapacidad para hacerles llegar oportunidades de empleo y selección en el Grupo BBVA y establecer contactos con centros especiales de empleo para detectar posibilidades de colaboración.

| NÚMERO DE ALTAS DE EMPLEADOS | | |
|-------------------------------------|--------------|--------------|
| | 2005 | 2004 |
| España | 1.741 | 1.758 |
| América Latina | 6.966 | 4.428 |
| Resto del mundo | 148 | 124 |
| TOTAL ALTAS DE EMPLEADOS | 8.855 | 6.310 |

| BAJAS EN EL GRUPO | | |
|--------------------------------|--------------|--------------|
| | 2005 | 2004 |
| España | 1.655 | 2.093 |
| Jubilaciones y prejubilaciones | 710 | 1.426 |
| Bajas incentivadas | 47 | 35 |
| Bajas voluntarias (dimisiones) | 413 | 253 |
| Otras | 485 | 379 |
| América Latina | 4.925 | 5.924 |
| Jubilaciones y prejubilaciones | 94 | 8 |
| Bajas incentivadas | 482 | 445 |
| Bajas voluntarias (dimisiones) | 2.860 | 3.667 |
| Otras | 1.489 | 1.804 |
| Resto del mundo | 195 | 188 |
| Jubilaciones y prejubilaciones | 5 | 6 |
| Bajas incentivadas | 42 | 60 |
| Bajas voluntarias (dimisiones) | 64 | 37 |
| Otras | 84 | 85 |
| Total bajas | 6.775 | 8.205 |
| Jubilaciones y prejubilaciones | 809 | 1.440 |
| Bajas incentivadas | 571 | 540 |
| Bajas voluntarias (dimisiones) | 3.337 | 3.957 |
| Otras | 2.058 | 2.268 |

| ROTACIÓN NO DESEADA DE LA PLANTILLA (TURN-OVER*) | | |
|---|------|------|
| (Porcentaje) | 2005 | 2004 |
| España | 1,33 | 0,81 |
| América Latina | 4,62 | 6,74 |
| Resto del mundo | 3,89 | 2,24 |
| Media para el Grupo | 3,52 | 4,54 |

* Turn-Over = [Bajas voluntarias (excluidas prejubilaciones) / n.º empleados al inicio del periodo] x 100.

| ASUNTOS CONTENCIOSOS | | |
|--|------------|------------|
| | 2005 | 2004 |
| Demandas derivadas de expedientes disciplinarios | 34 | 40 |
| Reclamaciones individuales | 147 | 179 |
| Conflictos colectivos | 2 | 3 |
| Actuaciones de los órganos de la Administración | 123 | 129 |
| TOTAL EXPEDIENTES | 306 | 351 |

| PRESENTACIONES DE LA OFERTA DE EMPLEO BBVA EN ESPAÑA | | |
|---|------|------|
| | 2005 | 2004 |
| Nº. de presentaciones en universidades | 30 | 19 |
| Nº. de presentaciones en escuelas de negocio | 5 | 6 |
| Nº. de foros de empleo | 19 | 11 |

TASA DE ATRACCIÓN/RETENCIÓN DEL TALENTO COMO PORCENTAJE DE LICENCIADOS JÓVENES QUE PERMANECEN EN EL GRUPO DESPUÉS DE DOS AÑOS

| | 2005 | 2004 |
|---------------------|------|------|
| España | 77,9 | 80,5 |
| América Latina | 84,1 | 78,4 |
| Resto del mundo | 78,2 | 79,3 |
| Media para el Grupo | 81,8 | 79,2 |

● Formación y gestión del conocimiento

Formación

La formación en BBVA se lleva a cabo a través de tres canales: presencial, a distancia y por medio de Internet, con un modelo homogéneo para todo el Grupo. En el 2005, BBVA ha reforzado este último canal con la puesta en marcha de una red global de aprendizaje —“Conoce”— orientada a aportar soluciones formativas homogéneas que contribuyan a satisfacer la estrategia del Grupo.

Además, esta nueva plataforma contribuye al aprendizaje organizativo mediante facilidades de trabajo en grupo, como foros, aulas virtuales y tutorías.

El Plan de Formación de BBVA en el 2005 ha ofrecido por primera vez soluciones integradas, tanto a nivel corporativo como específicas para cada país e individuales para cada empleado, derivadas del modelo de gestión por competencias e integradas en el Plan de Desarrollo Individual (PDI) de cada profesional.

“CONOCE”

Objetivo: plataforma corporativa de formación por Internet que permite a los empleados acceder desde su puesto de trabajo a las acciones formativas a distancia, a través de Internet.

Actuación: este proyecto permite extender la formación corporativa a todo el Grupo, al poner un catálogo de acciones formativas a disposición de todas las unidades. La extensión de esta plataforma a las distintas unidades del Grupo se ha realizado en paralelo a la definición e implementación de un catálogo corporativo de acciones formativas y del desarrollo de acciones locales diseñadas por las distintas unidades.

En el 2005 quedó disponible la plataforma corporativa para su utilización desde la Argentina, Colombia, España, México, el Perú, Puerto Rico y Venezuela, y se está avanzando en las pruebas piloto para su utilización en el resto de países.

Los empleados de nueva incorporación cuentan con un Plan de Bienvenida —que incluye información sobre la política de responsabilidad corporativa— y un portal específico en la intranet, que, en el caso de las nuevas incorporaciones de Banca Minorista, se completa con un programa de formación específico denominado “Escuela Comercial”. Este programa tiene por objetivo facilitar y agilizar la incorporación efectiva a las tareas comerciales a través de una formación que combina cursos presenciales y por Internet, utilizando un portal propio de esta escuela. El nuevo profesional adquiere así las competencias y conocimientos necesarios, entre los que se incluye información sobre cumpli-

miento normativo —Código de Conducta, protección de datos personales y prevención del lavado de dinero y financiación de actividades terroristas, entre otros— y principios y compromisos asumidos por BBVA.

En cuanto a formación específica relacionada con la responsabilidad corporativa, además del curso sobre Diversidad e Integración, BBVA cuenta con otros cursos específicos por Internet de Voluntariado y Medio Ambiente, y en el 2005 ha realizado en colaboración con la Universidad de Deusto un curso de formación en responsabilidad corporativa para 42 representantes de las áreas de Recursos Humanos, Banca Minorista y Banca Mayorista.

ESCUELA DE NEGOCIOS BBVA

Objetivo: configurarse como un elemento clave dentro del modelo de gestión de recursos humanos, centrado en el desarrollo del talento.

Actuación: se organiza en tres líneas de trabajo:

- La Escuela de *Management*, en colaboración con destacadas escuelas de negocios, proporciona un conocimiento profundo de la cultura y valores de BBVA y desarrolla habilidades directivas, en especial las relativas al proceso de toma de decisiones. Hasta finales del 2005, 1.720 directivos de todo el Grupo han participado en sus sesiones.
- La Escuela de Finanzas, que da respuesta a necesidades de conocimiento especializado en materia financiera. Directivos y técnicos de riesgos, mercados, coyuntura económica o finanzas en general tienen ocasión de aprender y analizar en la escuela las últimas tendencias, novedades y cambios legislativos en el sector, conducidos por los más prestigiosos especialistas en las materias y con modernas dinámicas de aprendizaje.
- La Escuela de Idiomas, que desarrolla su actividad bajo un sistema de inmersión total, dirigido al desarrollo de la comunicación en el entorno empresarial.

En cuanto a las actividades formativas en materia de prevención del blanqueo de capitales, esta información queda recogida en el capítulo “BBVA y sus clientes”. Por último, cabe señalar que BBVA ha recibido en el 2005 subvenciones para formación provenientes de la Fundación Tripartita (FORCEM) por valor de 2.652.245 euros.

Becarios

BBVA ofrece prácticas formativas para estudiantes y becas para licenciados. Ha firmado convenios con un amplio número de instituciones académicas y otras instituciones. Los becarios reciben formación adaptada a la función que desempeñan y remuneración en concepto de ayuda de estudios. Al término de las becas, se mantiene una reunión con cada becario, en la que se pide su valoración —la nota media de 0 a 10 en el 2005 ha sido de 8,27—. Adicionalmente, en el 2004 se firmó un acuerdo con el Centro de Recursos Educativos de la ONCE para introducir becarios discapacitados.

Gestión del conocimiento

Uno de los principales canales de gestión del conocimiento —adicional a los canales de formación— lo constituyen las comunidades virtuales, integradas por los promotores de calidad designados en cada oficina y dirigidas a fomentar el aprendizaje continuo a través del intercambio de conocimientos, experiencias, opiniones y métodos de trabajo en todo

el Grupo. Otro canal radica en los foros presenciales, habilitados con un triple objetivo: impulsar la cultura corporativa, fomentar la comunicación entre el Comité de Dirección y los empleados e incentivar a las distintas áreas a dar respuesta a las necesidades detectadas por los profesionales del Grupo. Estos foros tienen lugar en la Escuela de *Management* y en desayunos en grupos reducidos con el presidente, el consejero delegado y el director de Recursos Humanos.

El programa Innova es otro canal de comunicación, cuyo objetivo es canalizar las mejores ideas de los empleados y hacerlas realidad para establecer mejoras en el Grupo. Las áreas de innovación propuestas en el 2005 han abarcado, entre otros aspectos, ideas dirigidas a mejorar las relaciones con los clientes, productos y servicios adaptados a las necesidades de los inmigrantes y soluciones financieras sostenibles para pymes.

Entre julio y diciembre, se realizó la III edición de Innova. El 6 % de los participantes desarrolló sus propuestas conjuntamente con otros compañeros. Como novedad, la III edición introdujo tres modalidades de participación, diferenciadas por el nivel de requisitos exigidos.

La experiencia Innova también ha sido un éxito en la Argentina, donde se han recibido 401 propuestas durante el mismo período. Así mismo, México puso en marcha en el 2005 el programa Innova, concentrando en un solo mes 218 propuestas.

| INNOVA III EDICIÓN (ESPAÑA) | | | | | | |
|------------------------------------|---|----------------------|-----------------------------|---------------------------|---------------|--------------------------|
| Modalidad | Áreas temáticas de innovación | Nº. de participantes | Nº. de propuestas recibidas | Calificadas | Implantables* | Alto grado de innovación |
| Express | Innova Express | 192 | 192 | No sujetas a calificación | | |
| Classic | Área genérica de ideas innovadoras | 159 | 151 | 113 | 81 % | 20 % |
| | Innovación en formas de aproximación eficiente al público objetivo | 23 | 23 | 22 | 68 % | 9 % |
| | Nuevos productos y servicios especializados para el segmento inmigrante | 27 | 22 | 20 | 60 % | 15 % |
| | Soluciones financieras sostenibles para PYMES | 6 | 6 | 6 | 67 % | 67 % |
| Beta | Proyecto mercado automoción | 4 | 4 | 4 | 100 % | 25 % |
| | Proyecto domótica | 11 | 11 | 6 | 83 % | 33 % |
| TOTAL | | 422 | 409 | 171 | 77 % | 20 % |

* Los datos de implantabilidad y grado de innovación están tomados sobre el total de propuestas calificadas.

| FORMACIÓN | | |
|---|---------------|---------------|
| | 2005 | 2004 |
| Inversión total en formación (miles de euros) | 34.302 | 34.315 |
| Inversión en formación por empleado (euros) | 373 | 393 |
| Horas de formación impartidas (miles) | 4.082 | 3.744 |
| España | 1.760 | 1.639 |
| América | 2.323 | 2.105 |
| Horas de formación por empleado | 43,1 | 43,0 |
| España | 56 | 53 |
| América | 38 | 39 |
| Actividad formativa mediante <i>e-learning</i> (porcentaje) | 12 | 9 |
| España | 16 | 9 |
| América | 8 | 4 |
| Evaluación de la satisfacción de la formación (sobre 5) | 4,2 | 4,1 |
| Porcentaje de empleados que ha recibido formación en el año | 68,0 | 70,0 |

| ACTIVIDADES FORMATIVAS | | |
|-------------------------------|-----------|------|
| (Porcentaje) | 2005 | 2004 |
| Horas dedicadas | | |
| Servicio al cliente | 73 | 70 |
| Habilidades | 13 | 17 |
| Idiomas | 7 | 7 |
| Tecnología | 7 | 6 |
| Recursos destinados | | |
| Servicio al cliente | 63 | 60 |
| Habilidades | 17 | 22 |
| Idiomas | 15 | 14 |
| Tecnología | 5 | 4 |

CERTIFICACIONES DE CONOCIMIENTOS: NÚMERO DE EMPLEADOS CON CERTIFICACIÓN*

| | 2005 | 2004 |
|---|-------|-------|
| EFPA (<i>European Financial Planning Association</i>) | 2.534 | 1.956 |
| CIA (<i>Certificate Internal Auditors</i>) | 52 | 17 |
| CFA (<i>Chartered Financial Analyst</i>) | 308 | 212 |
| FRM (<i>Financial Risk Management</i>) | 100 | 16 |
| BULATS (<i>Business Language Testing Service</i>)** | 2.025 | 2.025 |

* Cifra acumulada.

** La próxima prueba tendrá lugar en el 2006.

FORMACIÓN: DESGLOSE

| (Porcentaje) | 2005 |
|--|------|
| Horas a necesidades globales | 24 |
| Horas a necesidades específicas negocio-país | 64 |
| Horas a necesidades de desarrollo individual | 12 |

PROGRAMAS DE BECAS PARA UNIVERSITARIOS

| | 2005 |
|--------------------|--------------|
| España | 400 |
| América Latina | 885 |
| Resto del Grupo | 25 |
| TOTAL BECAS | 1.310 |

FORMACIÓN: CANALES

| (Porcentaje) | 2005 | 2004 |
|---|------|------|
| Formación presencial | 60 | 69 |
| Formación a distancia | 28 | 22 |
| Formación a través de <i>e-learning</i> | 12 | 9 |

FOROS VIRTUALES

| | 2005 | 2004 |
|--------------------------------------|------|------|
| Nº foros virtuales en funcionamiento | 796 | 347 |

FOROS DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DE LA CULTURA CORPORATIVA (CDCC)

| | 2005 | | 2004 | |
|------------------------------|-----------|---------------|-----------|---------------|
| | Sesiones | Participantes | Sesiones | Participantes |
| Escuela de <i>Management</i> | 32 | 1.338 | 30 | 734 |
| Desayunos | 22 | 166 | 24 | 144 |
| TOTAL | 54 | 1.504 | 54 | 878 |

● Salud y seguridad laboral

La importancia de esta actividad en BBVA ha dado lugar a la creación de un área específica —Salud Laboral—, dentro de la Dirección de Recursos Humanos, Servicios y Seguridad, en la que se encuadra el Servicio de Prevención de Riesgos Laborales, que consta de dos áreas: la técnico preventiva y la de medicina del trabajo.

La participación sindical es un soporte básico del sistema preventivo del Grupo BBVA. Más allá de los requerimientos legales, la participación de los representantes de los trabajadores se encuentra potenciada mediante un acuerdo suscrito entre la empresa y los sindicatos representados en el Comité de Empresa, por el que se crean delegados de prevención territoriales, Comités de Seguridad y Salud en grandes

centros y un Comité Estatal de Seguridad y Salud, en el que se adoptan todos los acuerdos que estén relacionados con la seguridad y salud de los empleados, cuyo ámbito de aplicación es el 100 % de la plantilla en España.

BBVA realiza evaluaciones de riesgo de todos los centros de trabajo de la entidad respecto a las condi-

ciones de seguridad en el trabajo, higiene ambiental y ergonomía y psicopsicología. Se realizan anualmente en todos los edificios singulares simulacros de evacuación ante situaciones de emergencia, en los que intervienen, además de los empleados de BBVA, todo el personal externo y clientes presentes en ese momento en los mismos.

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

RECONOCIMIENTOS EN SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

- ▶ En el 2005, Medalla de Oro del Consejo General de Relaciones Industriales y Ciencias del Trabajo al responsable del Área Técnica del Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de BBVA.
- ▶ Premio Nacional de Prevención de Riesgos Laborales y Salud Laboral en el 2004 al Responsable del Área Técnica del Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de BBVA, de la Asociación Internacional de Expertos en Derecho del Trabajo y Seguridad Social.
- ▶ Premio Empresa Ejemplar Internacional en Materia de Prevención de Riesgos Laborales y Salud Laboral en el 2003 a BBVA, de la Asociación Internacional de Expertos en Derecho del Trabajo y Seguridad Social.
- ▶ Premio Nacional de Prevención de Riesgos Laborales "Prever 2002" para Instituciones y Empresas, concedido por el Consejo General de Relaciones Industriales, el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, la Agencia Europea de Seguridad y Salud Laboral y las Direcciones Generales de Trabajo de las CC.AA.
- ▶ En el 2002, Medalla de Plata al Mérito Profesional del Consejo General de Colegios Oficiales de Graduados Sociales de España al responsable del Área Técnica de Prevención del Servicio de Prevención de Riesgos Laborales.
- ▶ Premio Nacional de Prevención de Riesgos Laborales "Prever 2000" al responsable del Servicio de Prevención de Riesgos Laborales, concedido por el Consejo General de Relaciones Industriales, el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, la Agencia Europea de Seguridad y Salud Laboral y las Direcciones Generales de Trabajo de las CC.AA.

Los procedimientos de certificación utilizados son los establecidos por el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, y se efectúa por precepto legal una auditoría externa e independiente del Sistema de Prevención de Riesgos Laborales cada cinco años, que se encarga a una consultora externa acreditada por la Autoridad Laboral, según la metodología UNE 81901 EX. La última, pasada satisfactoriamente, se efectuó en el 2004. Además, se realiza anualmente una memoria del Servicio de Prevención de Riesgos Laborales y se participa en el Plan de Bienvenida para nuevos ingresos y en los cursos de acceso a la función de directores y jefes de

Gestión y Atención al Cliente (JGAC). Adicionalmente, BBVA viene colaborando en diversos estudios e investigaciones en sus centros de trabajo sobre el estrés laboral en el sector bancario y sobre la existencia del riesgo de carga mental.

BBVA concede la mayor importancia y apoyo a la formación en esta materia. Para ello cuenta con un Portal de Salud Laboral y formación específica, como el curso básico de Prevención de Riesgo Laboral, que está disponible para toda la plantilla, y el manual sobre riesgos laborales en entidades financieras, también disponible en la intranet. Se han efectuado distintos cursos en materia de emergen-

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

cias, incendios y otras situaciones de riesgo, como la prevención de riesgos psicosociales y situaciones de riesgo personal. Este último curso ha ido enriqueciéndose, pasando de un currículo específico de actuación ante conductas antisociales a ampliar su espectro y establecer pautas de actuación ante cualquier tipo de situación que pueda ser susceptible de encuadrarse no solo en el área de seguridad, sino también en otras situaciones que tienen relación con aspectos meramente preventivos.

A lo largo del 2005, solo en España se han efectuado 2.500 evaluaciones de riesgo en distintas oficinas, tratamientos de legionelosis en 80 torres de refrigeración, simulacros de evacuación ante situaciones de emergencia, en los que han intervenido, además de los empleados de BBVA, todo el personal externo y clientes presentes, bomberos, protección civil y policía local. En el 2005 se han llevado a cabo simulacros en 141 edificios, lo que ha supuesto la movilización de más de 14.092 personas, entre equipos de emergencia (1.028), empleados (9.985), clientes y personal ajenos a la entidad (3.079). En el ámbito formativo, se han impartido 119 cursos preventivos, incluyendo 14 sobre riesgos psicosociales. En total, se ha formado en Prevención de Riesgos Laborales a un colectivo de más de 2.843 empleados.

Con respecto al Área de Medicina del Trabajo, se han efectuado 12.000 reconocimientos médicos conforme a la periodicidad y protocolos específicos establecidos según los riesgos, y más de un centenar de gestiones técnico-preventivas (las más numerosas fueron las relacionadas con la adecuación de necesidades ergonómicas en los puestos de trabajo). Así

mismo, hay que destacar, además de las campañas preventivas habituales, las campañas de mejora de la salud: información y actuación en primeros auxilios, actuación en caso de accidente de trabajo, recomendaciones preventivas y curativas en diferentes temas médicos, etc. Todo ello está incluido en el Portal de Salud Laboral. Es importante también hacer mención del protocolo de actuación e información médica y legislativa para trabajadoras embarazadas. Del mismo modo, debe destacarse la Campaña Empresa Libre de Humos que se está llevando a cabo en BBVA, mediante actuaciones de evaluación, encuesta, conferencias de sensibilización, formación e información a los trabajadores para la deshabituación del tabaquismo, etc.

En cuanto a la actividad asistencial efectuada por los Servicios Médicos propios de la entidad, en BBVA se han efectuado más de 6.000 asistencias médicas y de primeros auxilios y 7.000 actuaciones de enfermería. Asimismo, el personal sanitario ofrece ayuda a los trabajadores en situación de incapacidad transitoria y orientación y gestión en caso de tramitación de incapacidad permanente; asistencia médica y de apoyo ante situaciones de atraco de oficinas; consejos, información sobre vacunación y normas sanitarias para trabajadores que viajan al extranjero y cobertura asistencial en actos organizativos de la entidad. Debe mencionarse también la colaboración con las consejerías de Sanidad autonómicas en España, en las campañas de donación de sangre, realizadas periódicamente y con aceptable acogida por parte de los trabajadores de BBVA, con 658 donaciones en el 2005. Por último, cabe señalar que la preocupación

ABSENTISMO EN ESPAÑA (ANUAL)

| | 2005 | 2004 |
|--|------------|------------|
| Estimación total de horas trabajadas | 50.408.400 | 50.603.900 |
| Accidentabilidad (nº. de horas no trabajadas derivadas de accidente laboral) | 50.408 | 50.604 |
| Nº. de horas no trabajadas derivadas de enfermedad | 1.361.027 | 1.361.245 |
| Proporción de accidentabilidad (nº. de horas no trabajadas derivadas de accidente laboral respecto al total de horas trabajadas) | 0,10 % | 0,10 % |
| Proporción (nº. de horas no trabajadas derivadas de enfermedad respecto al total de horas trabajadas) | 2,70 % | 2,69 % |

existente en Colombia respecto al VIH/SIDA, ha llevado al desarrollo en BBVA Colombia de un programa específico, cuyo objetivo es crear una cultura de prevención en los empleados y su grupo familiar mediante programas educativos y de sensibilidad social. Este programa se lleva a cabo cada dos años: en la última campaña, realizada en el 2004 en Bogotá, ha contado con una participación de 228 personas de un total de 800 potenciales participantes (lo que hace un total de un 28,5 %). En el 2006 se extenderá su cobertura a nivel nacional.

● **Sistemas de previsión social**

En este capítulo se engloban tanto las coberturas de jubilación, fallecimiento e invalidez como los sistemas en los cuales se instrumentan. En España, BBVA fue pionero en la transmisión de titularidad de los derechos económicos a sus trabajadores, mediante

la instrumentación mayoritaria de los compromisos en planes de pensiones de empleo. Igualmente, ha sido aplicado un principio de universalización de compromisos hacia toda la plantilla, por encima de las exigencias del propio convenio.

La existencia de planes de pensiones conlleva la participación de los trabajadores, por medio de sus representantes legales, en los órganos de gestión de dichos planes, como son las comisiones de control.

En el ámbito de inversión socialmente responsable, en el 2005 se ha modificado la política de inversión del plan de pensiones de empleo de BBVA, y se ha incluido la utilización de criterios de responsabilidad social corporativa compatibles con los criterios de seguridad, rentabilidad, diversificación y congruencia de plazos. Asimismo, se pretende ampliar esta inclusión al resto de planes de pensiones de empleo del Grupo en España.

| SISTEMAS DE PREVISIÓN SOCIAL PARA EMPLEADOS | | | | |
|--|--|------------------|--|------------------|
| | 2005 | | 2004 | |
| | Volumen gestionado (millones de euros) | Número afiliados | Volumen gestionado (millones de euros) | Número afiliados |
| España | 8.235 | 66.316 | 8.158 | 65.671 |
| Latinoamérica | 1.450 | 55.000 | 1.420 | 53.000 |

En cuanto al resto de bancos y sociedades del Grupo fuera de España, cabría destacar el área de Latinoamérica, donde existen sistemas de Seguridad Social instrumentados mediante gestión privada y capitalización individual (AFPs), de contribución obligatoria para empresa y trabajador. Las entidades del Grupo complementan de manera voluntaria coberturas de fallecimiento e invalidez, y en algunos casos, de jubilación. Por otro lado, durante el ejercicio 2005 se ha puesto en marcha un nuevo marco de gestión de los sistemas de previsión social a nivel corporativo, para la anticipación en la adecuación de la gestión de los sistemas a los cambios que en estas materias se van a producir en un futuro.

● **Beneficios sociales, otras iniciativas y voluntariado**
Beneficios sociales

El conjunto de beneficios sociales 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. Hasta la fecha, no ha sido posible alcanzar un acuerdo colectivo que dé un tratamiento común a los beneficios sociales.

Toda la plantilla de BBVA dispone de ayuda escolar o familiar por hijos, y existe también una ayuda más elevada para los supuestos de hijos discapacitados, seguros de vida y accidente, obsequios de navidad en metálico o cesta y un amplio abanico de anticipos y préstamos sociales para vivienda y para otras necesidades. Los empleados disponen además de exención de comisiones y gastos en las operaciones más habituales con el banco. Una parte muy mayoritaria y todo el personal que se va incorporando a la entidad dispone de residencias y apartamentos, bolsa complementaria de vacaciones, premios de antigüedad y economatos en las zonas donde se estableció históricamente este concepto. Existen también fondos asistenciales para atender gastos médicos no sufragados por la Seguridad Social.

El tratamiento homogéneo de los beneficios sociales y su posible actualización está sometido en BBVA a un proceso de negociación colectiva, no cerrada a finales del 2005. Por otra parte, se ha planteado dar una mayor flexibilidad a estos conceptos, de manera que se sustituyan algunos conceptos minoritarios o que no son disfrutados por todos por una bolsa que permita su disposición en

varias fórmulas, a criterio del trabajador, según sus necesidades.

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

| BENEFICIOS SOCIALES EN ESPAÑA | | |
|---|--------------------|-------------|
| | 2005 | 2004 |
| Ayudas al estudio (euros) | 5.761.236 | 6.378.842 |
| Préstamos (euros) | 180.990.534 | 189.654.242 |
| Vales (euros) | 9.881.402 | 9.451.018 |
| Ayudas a empleados (euros) | 41.183 | 53.082 |
| Asignación del fondo asistencial (euros) | 998.442 | 946.810 |
| Personas beneficiadas de las residencias de descanso (número) | 13.437 | 13.656 |
| Titulares | 5.670 | 5.548 |
| Familiares | 7.767 | 8.108 |
| Empleados que han disfrutado de apartamentos subvencionados con sus familias (número) | 933 | 953 |

“Pasión por tí” y “Pasión por el equipo”

Como se ha comentado en el capítulo “La política de responsabilidad corporativa en BBVA”, el proyecto “Pasión por las personas” tiene como objetivo incrementar la satisfacción de clientes y empleados en todo

el Grupo. Es un proyecto construido de abajo a arriba, en el que las sugerencias de mejora son elaboradas con las opiniones y conclusiones que tanto clientes como empleados han aportado. Dos de las líneas de actuación de este proyecto se dirigen a empleados:

| PROGRAMAS “PASIÓN POR TÍ” | |
|----------------------------------|--|
| Pensamos en tí | ► Ofrecer productos y servicios no financieros de compañías proveedoras de BBVA en mejores condiciones que las del mercado. |
| Tiempo | ► Ayudar en la planificación del trabajo, en beneficio del tiempo propio, y fomentar el respeto de todos hacia el tiempo de los demás. |
| Desarrollo | ► Facilitar el aprendizaje e impulsar la realización de las aspiraciones profesionales de los empleados. |
| Líder | ► Desarrollar en los jefes un estilo directivo que fomente el crecimiento de las habilidades profesionales de sus colaboradores. |
| Reconocimiento | ► Valorar el compromiso con los principios culturales y reconocer públicamente las aportaciones de los empleados en la mejora del trabajo. |
| Vive la diferencia | ► Respetar las diferencias (edad, sexo, procedencia) como algo enriquecedor y asegurar la igualdad de oportunidades. |
| Comunicación | ► Proporcionar cercanía con la gerencia y dar oportunidad para expresar las inquietudes y sugerencias para la mejora. |
| Vínculo | ► Proporcionar ventajas en el ámbito privado que estimulen el orgullo de pertenencia al Grupo BBVA. |

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

Los primeros programas que se han desarrollado en el 2005 han sido “Pensamos en ti” —que ofrece descuentos a empleados en hoteles para vacaciones, coches de alquiler, servicios inmobiliarios, viajes, cursos de idiomas para hijos de empleados, ordenadores y pantallas planas, entre otras ofertas, así como un servicio gratuito de multiasistencia para el hogar, que incluye servicios de reforma y urgencias y orientación y asistencia legal— y el programa “Desarrollo”, con las iniciativas “Apunto” —para que los empleados puedan dirigir su desarrollo profesional y dejar constancia de sus preferencias y que recibió en el 2005 más de 4.000 solicitudes de diferentes países—, “Conoce” (plataforma global de aprendizaje vía Internet que mejora y homogeneiza

los canales de formación existentes en el Grupo) y “Guía de Desarrollo” —para facilitar el desarrollo profesional y personal de los empleados—.

También en el 2005 se ha lanzado el programa “Vínculo”, cuya primera iniciativa es el Plan de Inversión en Acciones “+acción”, con dos líneas de actuación:

- “Acción Lanzamiento”, que ofrece a los empleados la posibilidad de comprar acciones de BBVA en condiciones ventajosas (10 % de descuento y 100 % de financiación). Esta iniciativa se dirige a que los empleados se afiancen como accionistas de la empresa en la que trabajan, impulsando con ello su vinculación al Grupo.
- “Acción Nómina”, que permite a los empleados invertir en acciones de BBVA con cargo a la nómina, mes a mes, y obteniendo una acción gratis por cada diez.

Además, el Plan de Acción en la Sociedad-Plan Familias BBVA, lanzado en el 2004, incluye entre sus líneas de actuación un programa dirigido al entorno familiar de los empleados centrado, por el momento, en el fomento del voluntariado.

Voluntariado

Los programas de voluntariado promueven la participación de las personas de BBVA en iniciativas sociales y solidarias. Los empleados cuentan además con un curso de voluntariado disponible en la intranet.

| VOLUNTARIADO | | |
|---------------------|---|--|
| País | Iniciativa | Observaciones |
| España | Campaña Euro Solidario. Proyecto de educación en Perú de la Fundación Entreculturas | En el 2005, BBVA puso en marcha la campaña "Euro Solidario", en colaboración con la Fundación Entreculturas –Fe y Alegría–. Más información en el capítulo "BBVA y el apoyo a la comunidad". |
| | Cesión gratuita de ordenadores | A numerosas entidades benéficas. La cesión ha sido posible gracias a la labor voluntaria, fuera del horario de trabajo, de profesionales del área de Sistemas y Operaciones. |
| | Proyecto Residencia Activa | BBVA apoya a la ONG Acción Familiar Vizcaína (AFAVI) en el proyecto "Leyendo Juntos. Residencia Activa", para contribuir a la mejora de la calidad de vida de las personas mayores. Empleados y familiares se sumaron como voluntarios a las labores de lectura activa en residencias, centros de día y clubes de jubilados de Vizcaya. |
| México | Bancomer en la Educación | Proporciona un servicio social voluntario a comunidades de escasos recursos, a través de 24 centros de capacitación integral sostenidos por la Fundación BBVA Bancomer, en los que se forma a más de 3.200 adultos (en cursos de alfabetización, educación básica y formación profesional) y se imparte formación en valores a más de 300 menores de edad. Por otra parte, la Fundación BBVA Bancomer ha impulsado la creación del portal de Internet (www.hacesfalta.org.mx), dirigido a promover la colaboración ciudadana en iniciativas de interés social, con mención especial a sus empleados y familiares. |
| Venezuela | Proyecto Papagayo | Empleados de BBVA Banco Provincial participan voluntariamente en actividades incluidas en este proyecto, que gestiona la Fundación BBVA Provincial y cuyo objetivo es impulsar la creatividad literaria y la educación en valores. |
| Puerto Rico | Nóminas Solidarias con Fondos Unidos | Los empleados aportan directamente de su nómina el importe que desean a Fondos Unidos, agrupación de 154 ONG. |
| | "Adelante es Aprender" | Es un plan de educación financiera en las escuelas elementales con participación de empleados del banco, que enseñan a los niños conocimientos financieros. |
| | Cesión gratuita de ordenadores | A distintas organizaciones humanitarias. Posibilitada gracias a la labor voluntaria de los empleados del área de Informática. |
| Bolivia | Talleres de orientación para personas mayores | Los empleados participan en talleres de orientación dirigidos a personas de edad avanzada sobre aspectos bancarios adaptados a sus necesidades. |
| | Cesión gratuita de ordenadores | A instituciones públicas. Posibilitada gracias a la labor voluntaria de los empleados del área de Informática. |

6] BBVA Y SUS CLIENTES

EL COMPROMISO DE BBVA CON SUS CLIENTES

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



RASGOS BÁSICOS

| | 2005 | 2004 |
|-----------------------|--------|--------|
| • Nº. clientes | 38,4 | 35,0 |
| • Satisfacción media* | 67,9 % | 67,6 % |
| • Nº. oficinas | 7.410 | 6.868 |

* Datos de BBVA España.



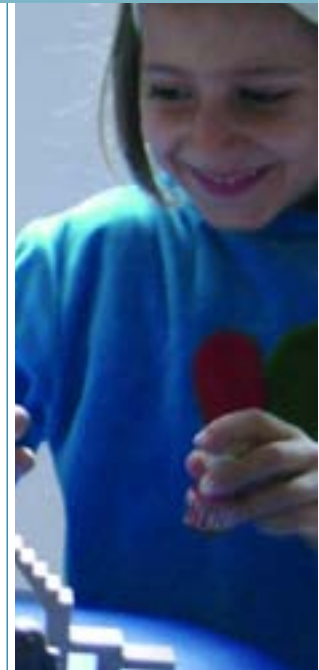
FORTALEZAS

- Servicios de banca por Internet.
- Adaptación a las necesidades de los inmigrantes a través de Dinero Express y BTS.
- Facilidades de acceso a la financiación hipotecaria en América Latina.
- Productos y servicios para instituciones públicas y privadas.
- Criterios sociales y ambientales en los proyectos inmobiliarios.
- Gestión del riesgo operacional (incluyendo el riesgo reputacional).
- Medidas para la prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas.
- Programa de financiación familiar dentro del Plan Familias BBVA.



CAMPOS DE MEJORA



- Desarrollo de nuevas metodologías de análisis del riesgo para evitar la exclusión financiera.
- Mayor bancarización y acceso al crédito de colectivos de bajos ingresos y microempresas.
- Microcréditos y microfinanzas.
- Inversión socialmente responsable.
- Principios de Ecuador.
- Consideración de factores ambientales en el riesgo crediticio.



PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO EN EL 2006

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

CALIFICACIONES DE BBVA EN RESPONSABILIDAD CORPORATIVA SEGÚN AGENCIAS ESPECIALIZADAS

| Entidad | Dimensión | 2005 | | 2004 | |
|--|--|------|--------------|------|--------------|
| | | BBVA | Media sector | BBVA | Media sector |
|  SAM ^a | Gestión del riesgo y las crisis | 94 | 83 | 89 | 76 |
| | Gestión de las relaciones con clientes | 100 | 70 | 95 | 66 |
| | Gestión avanzada de las relaciones con los clientes | 100 | 46 | 72 | 44 |
| | Medidas/Políticas contra el crimen | 82 | 61 | 71 | 62 |
| | Valor social añadido: inclusión financiera | 75 | 34 | 70 | 24 |
| VIGEO ^{a, b, c} |  Clientes y proveedores | 61 | + | 58 | + |

^a Escala de puntuación: 0 a 100.

^b Rating respecto a la media del sector: ++ Líder, + Avanzada, = Media, - Bajo media, -- Indiferente.

^c VIGEO realiza además *Investor Solicited Activity* al estar efectuando auditorías corporativas a requerimiento de las empresas.

● Canales de servicio

Los principales canales de servicio los constituyen la red de oficinas y los autoservicios, además de los servicios de banca telefónica, banca electrónica y banca por Internet, que permiten a los clientes realizar operaciones las 24 horas del día y los 365 días del año.

BBVAnet, BBVAnet Office y BBVAnet Cash son los servicios de banca por Internet, que permiten realizar toda clase de consultas y operaciones desde el ordenador personal, con la máxima seguridad y confidencialidad. Incluyen, entre otros, servicios de correspondencia virtual, consulta y contratación de productos, pago de recibos, impuestos y tributos, los servicios de gestiONa —para ayudar a los clientes a gestionar sus finanzas personales y controlar sus ingresos y gastos— y @sesor —servicio de información y asesoría sobre mercados financieros y bursátiles, con la opinión de los expertos de BBVA—. Los servicios de banca por Internet han obtenido excelentes calificaciones en las evaluaciones realizadas por terceros independientes, como *AQ Metrix* (situándose en todas las categorías entre las tres primeras posiciones) y *Global Finance* (incluyendo los reconocimientos en América Latina de Mejor banco por Internet para particulares, Mejor banco transaccional por Internet para grandes empresas e instituciones, Mejor banco por Internet para particulares en Colombia y Venezuela y Mejor banco por Internet para grandes empresas e instituciones en Colombia y Perú). Además,

BBVA ha introducido el asesoramiento personalizado para los cliente de banca por Internet, lo que supone un avance en la interacción del cliente con el banco y facilita el diálogo financiero con su gestor habitual.

● Calidad, satisfacción y atención al cliente

Durante el 2005, la calidad ha intensificado su papel protagonista y se ha convertido en facilitador de la experiencia de los clientes, de forma que estos estén presentes en todos los proyectos puestos en marcha desde las distintas unidades y bancos del Grupo.

Para conocer y gestionar la experiencia de los clientes, Calidad Corporativa coordina y tutela todos los procesos que miden la satisfacción de los clientes, así como los que evalúan anualmente la cadena proveedor-cliente interno. A estas mediciones se añaden las relacionadas con la motivación y satisfacción de sus empleados, lo que permite integrar la información procedente de estas tres experiencias para analizar e incluso diagnosticar los impactos en los resultados de negocio.

El Plan de Calidad 2005 en España ha continuado la senda desarrollada en los años precedentes con el Proyecto Cliente, y ha dado continuidad a la figura clave en cada oficina del promotor de calidad, encargado también en el 2005 de impulsar y dinamizar a su equipo hacia la consecución de los objetivos de calidad. Durante este año, Banca Minorista

- El Grupo BBVA cumple con la legislación y con la normativa antimonopolio. En el ámbito de los Servicios Jurídicos de Banca Minorista-Distribución se puede certificar que no consta que durante el 2005 Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, SA. haya incurrido en alguna infracción o incumplimiento de la citada legislación declarada en virtud de sentencia judicial firme.

ha estrenado un nuevo cuadro de mando, que integra la Voz del Cliente, conformado en un 80 % por la opinión del cliente de la oficina y en un 20 % por la rapidez en la gestión de las reclamaciones.

El nuevo modelo de Gestión de Calidad de Servicio de las áreas de apoyo que conforman Sistemas y Operaciones tiene como base implantar una cultura permanente de orientación al cliente. El nuevo modelo está estructurado en varios ejes de avance:

- **Metrical:** integra la definición, control y seguimiento de indicadores que permiten evaluar el nivel de calidad que estas áreas ofrecen a sus clientes internos y externos.
- **Acuerdos de Calidad de Servicio y Acuerdos de Prestación de Servicios (APS):** definen ambos el marco de relación, de una parte, entre Sistemas y Operaciones y las áreas de Negocio, y en el caso de los APS, formalizando y evaluando los compromisos de prestación de servicios entre los departamentos que sustentan la cadena cliente-proveedor.
- **Benchmarking, PUIR y AGORA,** conforman otras metodologías y herramientas propias orientadas a la mejora continua.

Respecto a los bancos del Grupo en América, en el ejercicio 2005 se han consolidado todos los planes locales de calidad iniciados durante el ejercicio anterior:

- Extensión del aplicativo de gestión de reclamaciones a todos los países.
- Desarrollo del mapas de calidad y procesos clave en Colombia, la Argentina, el Perú y Venezuela.
- Culminación del proceso de segmentación de clientes y carteras personalizadas asignadas a los gestores, lo que permite encuestar a los clientes de forma que puedan valorar el servicio ofrecido por su gestor personal.

BBVA Bancomer (México)

Las líneas de trabajo en calidad han focalizado su esfuerzo en el acercamiento entre las personas y los procesos, de forma que sean reconocidos y valorados por los clientes. El modelo basado en la identificación de oportunidades de mejora constante y la implementación de soluciones reales en cada negocio ha permitido a BBVA Bancomer ofrecer nuevas garantías de servicio a sus clientes, al establecer un compromiso permanente para atenderlos con rapidez y eficiencia en todo el país. En el 2005, las nuevas garantías ofrecidas tienen como objetivo incrementar la confianza y seguridad de sus clientes con los medios de pago:

- Garantía de entrega de nueva tarjeta de crédito en 7 días hábiles.
- Garantía de reposición de tarjeta de crédito en 5 días hábiles.
- Garantía de atención de pagos domiciliados en caso de robo o extravío de tarjeta de crédito o débito.
- Protección de tarjetas de crédito y débito contra fraude por robo, extravío, clonación o compras por Internet.

BBVA Banco Continental (Perú)

BBVA Banco Continental ha sido galardonado con el Premio Nacional a la Calidad 2005 de este país y además ha recibido la Medalla Empresa Líder en Calidad Categoría Oro. El Premio Nacional reconoce a las empresas más avanzadas en su adaptación al Modelo de Excelencia en la Gestión. Este premio tiene como fin promover la cultura de calidad y el buen desempeño en la sociedad peruana, a fin de elevar su calidad de vida y reconocer los logros de las mejores organizaciones.

BBVA Banco Francés (Argentina)

Durante el 2005, y bajo el marco del proyecto Pasión por las Personas, BBVA Banco Francés ha avanzado en diversas líneas de acción con el objetivo de convertir la calidad de servicio en la principal herramienta estratégica, al asegurar que los momentos de atención a los clientes y la relación con ellos tengan una valoración altamente satisfactoria por su parte. Para ello, se puso en marcha un modelo de servicio para las sucursales de banca minorista y de empresas que integra diversos procesos, como la atención postventa o la atención de reclamaciones. La mejora año a año en los resultados obtenidos en las mediciones de calidad percibida y calidad objetiva confirman el buen camino emprendido.

BBVA Banco Provincial (Venezuela)

Ha consolidado durante el 2005 los planes de calidad orientados a mejorar los indicadores de atención al cliente, con el proyecto ProViAtención, que desarrolla un novedoso sistema para agilizar las gestiones de los clientes de forma personalizada y cuyos resultados se han traducido en una reducción de los tiempos de espera y de gestión y en diversos protocolos de atención personalizada. Durante este año, BBVA Banco Provincial implantó un Programa de Garantías de Respuesta en materia de reclamaciones,

que cumple en un 100 % con el compromiso de calidad y tiempo de respuesta ofrecido a los clientes.

BBVA Colombia

BBVA Colombia ha consolidado los resultados de los planes de calidad diseñados en el 2004 y ha mejorado notablemente los índices de satisfacción de clientes obtenidos en las mediciones sistemáticas, superando la calificación del sector en 30 puntos básicos. De forma interna, se hicieron nuevas encuestas *ad-hoc* para trabajar en la mejora de procesos relacionados con la atención de reclamaciones, créditos y procesos de vinculación de clientes. La aplicación de la metodología Six-Sigma en el proceso de atención a los clientes, así como el lanzamiento de un

protocolo de atención en esta materia, han permitido reducir el tiempo medio de respuesta en reclamaciones y la reducción de casos presentados ante la autoridad bancaria del país.

BBVA Chile

La mejora de los indicadores de satisfacción de clientes —y la evaluación por estos del servicio prestado por su gestor personal— ha sido uno de los avances durante el ejercicio 2005. También lo ha sido la implementación del módulo de reclamaciones, que ha permitido incrementar su resolución en el ámbito interno del banco y, en consecuencia, reducir el número de expedientes presentados ante el órgano supervisor bancario.

| CERTIFICACIÓN ISO | | | | | | |
|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| País | 2005 | | | 2004 | | |
| | ISO 9001 | ISO 14001 | Total | ISO 9001 | ISO 14001 | Total |
| España | 20 | 2 | 22 | 19 | 2 | 21 |
| Portugal | 1 | – | 1 | 1 | – | 1 |
| Andorra | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 |
| México | 4 | – | 4 | 7 | – | 7 |
| Resto del mundo | 28 | – | 28 | 31 | – | 31 |
| TOTAL CERTIFICACIONES ISO | 55 | 4 | 59 | 60 | 4 | 64 |

| NÚMERO DE RECLAMACIONES ANTE LA AUTORIDAD SUPRABANCARIA ^a | | | | |
|--|-------------------|------------------|--|------------|
| País | Total expedientes | | Total expedientes/actividad ^b | |
| | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 |
| España | 248 ^c | 259 ^c | 1,04 | 1,24 |
| México | 159 | 240 | 2,65 | 4,97 |
| Portugal | 15 | 17 | 2,52 | 3,32 |
| Argentina | 55 | – | 11,40 | – |
| Perú | 73 | 93 | 13,87 | 21,27 |
| Colombia | 592 | 599 | 147,21 | 215,18 |
| Chile | 447 | 581 | 49,75 | 77,35 |
| Venezuela | 497 | 343 | 100,73 | 98,50 |
| TOTAL | 2.086 | 2.132 | 329 | 422 |

^a Cada país regula de forma diferente los criterios de admisión de reclamaciones ante la autoridad suprabancaria nacional.

^b Por cada mil millones de euros de actividad (inversión crediticia + recursos gestionados).

^c Fuente interna: reclamaciones trasladadas al Banco de España hasta el 31 de diciembre.

| RECLAMACIONES PRESENTADAS ANTE EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN ESPAÑA* | | |
|--|--------------|--------------|
| | 2005 | 2004 |
| Resueltas totalmente a favor del cliente | 1.721 | 910 |
| Resueltas parcialmente a favor del cliente | 485 | 447 |
| Resueltas a favor del banco | 2.600 | 1.552 |
| Pendientes de respuesta a 31 de diciembre | 231 | 418 |
| Inadmitidas a trámite por causa reglamentaria | 30 | 0 |
| TOTAL | 5.067 | 3.327 |

* El aumento en el número de reclamaciones se debe en gran medida a la aprobación en 2004 del Reglamento para la Defensa del Cliente en España del Grupo BBVA, de modo que toda reclamación formal debe ser atendida por el Servicio de Atención al Cliente en primera instancia.

RECLAMACIONES POR CAUSAS EN ESPAÑA

| (Porcentaje) | 2005 | 2004 |
|---|------------|------------|
| Comisiones y gastos en cuentas y depósitos | 17,21 | 20 |
| Servicios (recibos domiciliados, funcionamiento de cajeros, etc.) | 18,21 | 16 |
| Productos de activo (condiciones, reembolsos,...) | 16,42 | 13 |
| Información y respuesta a clientes | 15,17 | 13 |
| Medios de pago (tarjetas de crédito) | 7,30 | 7 |
| Productos financieros y de previsión (asesoramiento y rentabilidad) | 6,18 | 5 |
| Otros | 19,51 | 27 |
| TOTAL | 100 | 100 |

DEFENSOR DE LA CLIENTELA EN ESPAÑA. CLASIFICACIÓN DE LOS EXPEDIENTES POR LA FORMA DE CONCLUSIÓN*

| | 2005 | 2004 |
|--|--------------|--------------|
| Entradas | 1.297 | 2.443 |
| Inadmitidos por causa reglamentaria | 91 | 216 |
| Concluidos | 1.206 | 2.227 |
| Solución amistosa entre el Grupo y el cliente | 278 | 931 |
| Desestimada (no se accede a las demandas del cliente) | 736 | 1.061 |
| Resolución formal (se da formalmente la razón al reclamante) | 189 | 223 |
| Por falta de contestación (solicitud de documentación adicional) | 3 | 12 |

* La disminución en el número de reclamaciones se debe en gran medida a la aprobación en 2004 del Reglamento para la Defensa del Cliente en España del Grupo BBVA, de modo que toda reclamación formal debe ser atendida por el Servicio de Atención al Cliente en primera instancia.

NÚMERO MEDIO DE DÍAS EN RESOLVER UNA RECLAMACIÓN

| | 2005 | 2004 | 2003 |
|------------------------------|------|------|------|
| Reclamaciones internas (SAC) | 15 | 18 | 26 |
| Defensor de la Clientela | 11 | 18 | 22 |

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES PARTICULARES*

| | España | | | México | | | Argentina | | |
|---|--------|-------------------|--------|--------|--------|------|---------------------|--------|--------|
| | 2005 | 2004 | 2003 | 2005 | 2004 | 2003 | 2005 | 2004 | 2003 |
| Encuesta externa multimarca Fuente: FRS Inmark | 67,9 % | 67,6 % | 70,0 % | 5,76 | 5,78 | 5,59 | 5,77 | 5,61 | 5,58 |
| Mediciones externas propias C.A.C.O. | 7,63 | 7,67 ^a | 7,52 | 8,64 | 8,62 | 8,42 | 8,24 | 7,57 | 7,39 |
| | Perú | | | Chile | | | Colombia | | |
| | 2005 | 2004 | 2003 | 2005 | 2004 | 2003 | 2005 | 2004 | 2003 |
| Encuesta externa multimarca Fuente: FRS Inmark | 5,77 | 5,58 | 5,38 | 5,73 | 5,57 | 5,46 | 85,8 ^b % | 83,1 % | 81,9 % |
| Mediciones externas propias C.A.C.O. | 4,18 | 4,08 | 3,43 | 77,2 % | 76,8 % | 78 % | 4,22 | 3,98 | 3,96 |

^a El cuestionario se ha modificado en el año 2005. Con este nuevo cuestionario el dato del 2004 sería 7,37.

^b Fuente: Tecnología y Gerencia T&G. No utilizan FRS.

* Cifras en base 10, salvo aquellas seguidas del símbolo "%" calculadas en base 100.

Transparencia, publicidad y etiquetado

BBVA ha adquirido, a través de su Código de Conducta, el compromiso de facilitar a sus clientes información oportuna, precisa, comprensible y veraz. Se ha detectado que los servicios transaccionales —gestión de cuentas, medios de pago y utilización de efectivo—, debido a la confusión derivada de sus comisiones y a la complejidad de los libros de tarifas, su-

ponen el principal motivo de reclamaciones y una de las principales oportunidades de mejora según los clientes. Por ese motivo, BBVA ha lanzado los proyectos Cuentas Claras y Cuentas Claras Internacional, este último dirigido al colectivo de inmigrantes, para ofrecer respuesta a sus principales demandas, como el envío de dinero, el acceso a créditos o seguros de repatriación, entre otros productos y servicios.

CUENTAS CLARAS Y CUENTAS CLARAS INTERNACIONAL

Objetivo: personalizar los servicios bancarios y ofrecer una solución global a las necesidades de los clientes, aportando la máxima transparencia.

Actuación: cobro de una única cuota por comisiones, que incluye distintos servicios bancarios e incorpora descuentos por vinculación.

Permite:

- Agrupar todos los servicios bancarios en una única entidad para ahorrar en comisiones —desde un mínimo del 45 % hasta un 85 %, en algunos casos—.
- Posibilidad de contratar los servicios para sí mismo, su pareja o su familia, con importantes ahorros.
- De forma más sencilla, en un único contrato por cliente.
- Y sin letra pequeña: se han establecido mejoras para utilizar un tipo de letra y un lenguaje adecuados, que amplían la información ofrecida a los clientes.

Pretende mejorar la relación con los clientes, al facilitar que conozcan de forma clara y transparente cuánto y por qué se les cobra. Además, se incluyen servicios no financieros, como asistencia en el hogar, urgencias en el hogar, asistencia de bricolaje, asistencia jurídica telefónica y personal y protección jurídica al consumidor.

En cuanto a la información y etiquetado de productos, BBVA cumple rigurosamente las normativas de los países en los que opera. Para ello somete las campañas de publicidad a la supervisión de los organismos competentes en cada caso para su autorización, principalmente el Banco de España y la Comisión Nacional del Mercado de Valores, en España, y las diferentes Superintendencias Bancarias y Previ-

sionales de cada país, en el caso de América Latina. BBVA es miembro de organismos de autorregulación como Autocontrol de la Publicidad, entidad especializada en el arbitraje publicitario cuyos veredictos son considerados de obligado cumplimiento, así como de las asociaciones de anunciantes de cada país, desde donde se impulsan la transparencia y las mejores prácticas en esta materia.

- El Grupo BBVA cumple con la legislación y con la normativa de información y etiquetado de productos, así como con la de mercadotecnia y de publicidad. En el ámbito de los Servicios Jurídicos de Banca Minorista-Distribución se puede certificar que no consta que durante el 2005 Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, SA. haya sido sancionado o multado por haber incurrido en alguna infracción o incumplimiento de la citada legislación.

| ACCIONES INFORMATIVAS EXTERNAS EN EL 2005 | | | | | | | | | | | |
|---|------------|------------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|--------------|
| | ESP | ARG | CHI | COL | MÉX | PAN | PER | P.RI | URU | VEN | TOTAL |
| Ruedas de prensa | 345 | 1 | 14 | 6 | 36 | 10 | 13 | 9 | 7 | 2 | 443 |
| Negocios | 319 | 0 | 13 | 4 | 34 | 4 | 5 | 5 | 0 | 0 | 384 |
| Corporativas, institucionales y socio-culturales | 26 | 1 | 1 | 2 | 2 | 6 | 8 | 4 | 7 | 2 | 59 |
| Conferencias y otros actos informativos (entrevistas, columnas, firmas...) | 94 | 281 | 243 | 75 | 369 | 60 | 85 | 64 | 44 | 122 | 1.437 |
| Notas de prensa | 185 | 58 | 27 | 79 | 94 | 14 | 42 | 22 | 11 | 76 | 608 |
| Negocios | 67 | 25 | 17 | 57 | 41 | 8 | 22 | 51 | 4 | 22 | 314 |
| Corporativas, institucionales y socio-culturales | 118 | 33 | 10 | 22 | 53 | 6 | 20 | 37 | 7 | 54 | 360 |

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

● **Productos y servicios con criterios de responsabilidad corporativa (RC) Particulares, pequeñas y medianas empresas y microempresas**

BBVA entiende como tales aquellos productos y servicios que incluyen criterios sociales, ambientales y éticos con la finalidad de ejercer un impacto positivo (o disminuir un impacto negativo) en la sociedad y el medio ambiente. Por ejemplo, acceso al crédito y otros productos y servicios adaptados a colectivos con necesidades especiales o desfavorecidos —como jóvenes, mayores, inmigrantes, familias y discapacitados, entre otros—, programas de financiación preferente para pequeñas y medianas empresas, inversión socialmente responsable, consideraciones sociales, ambientales y éticas en el análisis del riesgo, promoción inmobiliaria, financiación de proyectos de acuerdo con los Principios de Ecuador e iniciativas dirigidas al sector público e instituciones sin ánimo de lucro y ONGs que satisfacen necesidades sociales básicas. Además, BBVA desarrolla una intensa labor en la financiación para el acceso a la vivienda, con especial atención hacia el mercado de vivienda protegida y con líneas dirigidas a colectivos con necesidades especiales, como jóvenes, inmigrantes y personas de baja capacidad adquisitiva.

Se incluyen además en este capítulo las iniciativas asociadas a la Ley de Reinversión en la Comunidad o *Community Reinvestment Act (CRA)*, la cual afecta a las actividades del Grupo BBVA en Estados

Unidos y Puerto Rico y se ocupa de requerir que las instituciones financieras satisfagan las necesidades crediticias de aquellas comunidades donde están ubicadas sus sucursales, particularmente en áreas de ingresos bajos.

En el 2005, en América Latina se ha replanteado el enfoque comercial y de riesgos, especialmente en la financiación al consumo. Con ello se quiere facilitar el acceso al crédito de una parte importante de la población difícilmente bancarizable a través de mecanismos tradicionales. Esta aproximación a un nuevo modelo de negocio ha sido llevada a cabo en Chile con la denominación Banco Express y se prevé extenderla próximamente a otros países de la región. También se ha planteado un modelo de atención integral a pymes y comercios que tenga en cuenta aspectos tanto de financiación como de transaccionalidad. Un valioso instrumento para lograrlo, entre otros, es la Tarjeta Negocios, originada en BBVA Bancomer y que será lanzada en otros países en el 2006. Con estos proyectos, que buscan la aproximación a personas de bajos ingresos y a pymes y comercios, América da un paso más para completar el proceso de segmentación de sus clientes, iniciado con la creación de una banca VIP, gracias al cual les puede presentar una oferta de valor diferenciada. El Comité de Mejores Prácticas se ha revelado como un medio útil de intercambio de experiencias entre los países de América, pues se adecúa a la idiosincrasia y peculiaridades de cada uno de ellos.

PARTICULARES: ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DE COLECTIVOS ESPECIALES EN ESPAÑA

| Colectivo | Iniciativa | Observaciones |
|----------------|---|--|
| Jóvenes | Programa Blue Joven | ▶ Productos y servicios en condiciones preferentes, ofertas de empleo, programas de formación y ofertas en actividades culturales y de ocio y condiciones especiales en multitud de establecimientos. Incluye préstamos al 0 % de interés dirigidos a la financiación de estudios universitarios. |
| | Préstamos subvencionados | ▶ Dirigidos a estudiantes universitarios, en colaboración con el Ministerio de Educación y Ciencia. |
| | Hipoteca Blue Joven | ▶ Facilita el acceso a la vivienda en condiciones preferentes. |
| Mayores | Multiventajas Nómina Plus | ▶ Incluye condiciones preferentes y servicios gratuitos de asistencia y ayuda a domicilio, asesoramiento legal y médico, descuentos especiales, organización de viajes y actos culturales, entre otros. |
| Familias | Plan de Acción en la Sociedad: Plan Familias BBVA | ▶ Plan de acción social en apoyo a la economía familiar. Incluye el Programa de Financiación Familiar dirigido a cubrir necesidades familiares básicas, principalmente a través de productos y servicios en condiciones de total gratuidad. |
| | Préstamo Nacimiento | ▶ Dentro del Programa de Financiación Familiar, préstamo de hasta 3.000 euros, a un plazo de 3 años, con un tipo de interés 0 y exento de comisiones, del que han podido beneficiarse en España todas las madres —españolas o extranjeras con residencia legalizada y fuera cual fuera su estado civil—, en los 6 meses posteriores al nacimiento o adopción de su hijo. |
| | Préstamo Superación | ▶ Dentro del Programa de Financiación Familiar, es un préstamo de hasta 3.000 euros a 3 años, con un tipo de interés 0 y exento de comisiones, del que han podido beneficiarse en España todas las familias con hijos menores de 29 años con discapacidad física o psíquica —acreditando una discapacidad mínima del 33 %—. |
| | Multiventajas Nómina Familia | ▶ Incluye condiciones preferentes y servicios gratuitos, como seguros de ayuda escolar, hogar y salud. |
| | Plan + Familia | ▶ Condiciones preferentes y servicios especiales para familias numerosas. |
| Discapacitados | Convenio de colaboración con el Grupo Sifu | ▶ Es un Centro Especial de Empleo dedicado a la prestación de servicios que emplea a personal discapacitado. BBVA ofrece al Grupo y a sus empleados productos y servicios financieros en condiciones preferentes y adaptados a sus necesidades. |
| | Acuerdo firmado con la Asociación Empresarial de Centros Especiales de Empleo (AECEMCO) | ▶ Asociación perteneciente a COCEMFE (Coordinadora Estatal de Disminuidos Físicos de España). A través del acuerdo, BBVA ofrece productos y servicios en condiciones preferentes. |
| Bajos ing. | Servicios para colectivos de rentas bajas | ▶ Orientados a facilitar la integración financiera mediante facilidades de pago, congelación y aplazamiento de cuotas. |
| Inmigrantes | Dinero Express | ▶ Cadena de tiendas multiservicio adaptadas a las necesidades de los inmigrantes. Ver cuadro explicativo. |
| | Cuentas Claras Internacional | ▶ Ofrece tarifas personalizadas, transparentes y baratas al colectivo de inmigrantes. Ver cuadro explicativo. |

PARTICULARES: ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DE COLECTIVOS ESPECIALES EN ESPAÑA

CONTINUACIÓN

| Colectivo | Iniciativa | Observaciones |
|------------|--|---|
| Solidarios | Tarjeta VISA Cruz Roja | ▶ BBVA cede el 0,7 % de los pagos realizados por los clientes y parte de la cuota a Cruz Roja. |
| | Tarjeta VISA Solidaridad Internacional | ▶ BBVA cede el 0,7 % de los pagos realizados por los clientes a Solidaridad Internacional. |
| | Medios de pago en colaboración con Iberia, Repsol, Grupo Eroski y Telefónica | ▶ Permiten a los clientes de tarjetas BBVA ceder voluntariamente los puntos acumulados a diversos proyectos de ayuda humanitaria en América Latina. |
| | Fondos de inversión solidarios: BBVA Solidaridad y BBVA Biogen | ▶ Ceden parte de sus comisiones a organizaciones y fines de interés social, a elección del participante. |
| | Colabor@ | ▶ Permite a los clientes realizar donaciones a organizaciones y campañas de emergencia con interés social a través de banca por Internet. |

PARTICULARES: ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DE COLECTIVOS ESPECIALES EN AMÉRICA

| País | Iniciativa | Observaciones |
|-----------|---|--|
| Argentina | Tarjeta Visa Classic Nacional Congelada | ▶ Dirigida al segmento de bajos ingresos. Tiene las mismas características que las tarjetas tradicionales, sin la opción de realizar adelantos en efectivo. |
| | Tarjeta de Crédito | ▶ Tarjeta de crédito con un tipo de interés por debajo del mercado, que permite además la refinanciación de deuda para facilitar el acceso al crédito a sectores de bajos ingresos. |
| Chile | Banco Express | ▶ Modelo de negocio para ofrecer crédito al segmento de bajos ingresos en América Latina. Es la primera iniciativa del proyecto <i>Underserved</i> . |
| | Financiación para mayores a través de Banco Express | ▶ Dirigido a pensionistas. Por primera vez permitirá a personas de hasta 83 años, el acceso a financiación bancaria. |
| Colombia | Tarjeta con la ONG Visión Mundial | ▶ El objetivo es promover que los titulares de esta tarjeta aporten un monto mensual a manera de adopción de un niño para su educación; BBVA Colombia aporta el 5 % de los intereses de financiación de las compras realizadas con dicha tarjeta. |
| EE.UU. | Bancomer Transfer Services (BTS) | ▶ Se dedica a la canalización de remesas de inmigrantes residentes en Estados Unidos y ofrece productos y servicios adaptados a sus necesidades. |
| México | Proyecto San Jerónimo: tarjeta Congelada y tarjeta WallMart (Financia) | ▶ Dirigido a facilitar el acceso al crédito de colectivos de bajos ingresos y a adquirir un historial crediticio que permita el acceso posterior a otros productos y servicios bancarios. |
| | Paquete Escuela Bancomer para instituciones académicas | ▶ En colaboración con la Secretaría de Economía, ofrece productos y servicios en condiciones preferentes a la comunidad escolar —instituciones educativas, maestros, familias y alumnos—, que incluyen financiación para la adquisición de nuevos equipamientos. |
| | Productos de apoyo para los clientes afectados por los huracanes Stan y Wilma | ▶ Amplían el plazo para el pago y ofrecen tasas de interés a precio de coste y ayudas directas. Se calcula el número de clientes afectados en más de 80.000. |

| PARTICULARES: ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DE COLECTIVOS ESPECIALES EN AMÉRICA LATINA | | | CONTINUACIÓN |
|---|---|--|--------------|
| País | Iniciativa | Observaciones | |
| Panamá | Préstamos personales para educadores y préstamos personales para jubilados | ▶ Productos y servicios en condiciones preferentes. | |
| | Préstamos Agrarios BBVA | ▶ Ofrecen financiación subvencionada a los productores bajo la Ley de Intereses Preferenciales. | |
| Perú | Convenios con el sector público | ▶ Productos y servicios en condiciones preferentes. | |
| Puerto Rico | Cuenta de Ahorro y Desarrollo Individual (CADI) | ▶ En colaboración con el Gobierno para promover el ahorro de las personas que viven en las zonas residenciales públicas de Puerto Rico en condiciones preferentes (CRA). | |
| | Tarjeta Asociación de Hospitales | ▶ Los clientes registrados reciben como beneficio un porcentaje de la cuota anual de miembro. | |
| Venezuela | Tarjeta de crédito Orquesta Sinfónica Municipal de Caracas (Grupos de Afinidad) | ▶ Acuerdo comercial constituido con la Orquesta Sinfónica Municipal de Caracas, que comenzó en junio del 2005 un programa de emisión de tarjetas de crédito, bajo la modalidad de Grupos de Afinidad. Mediante esta alianza estratégica, BBVA Banco Provincial ofrece beneficios tangibles y relevantes para apoyar las actividades y programas que desarrolla la orquesta sinfónica, considerada valuarte del patrimonio cultural venezolano. | |
| | Financiación para la modernización tecnológica del sector comercial (Convenio Consecomerio – BBVA Banco Provincial) | ▶ Este convenio permite a los gremios y a las empresas afiliadas a Consecomerio acceder a créditos en condiciones preferenciales para la adquisición de ordenadores y cajas registradoras. | |
| | Fideicomisos de administración (Banca Institucional) | ▶ Como aporte a organismos de corte social, de beneficencia o educativos, BBVA Banco Provincial aplica una política especial en la administración de fideicomisos para el manejo de fondos correspondientes a programas que lleven a cabo los mismos y que de alguna manera están orientados a fines sociales y/o educativos. Esta contribución se realiza a través de la aplicación de tarifas especiales de remuneración fiduciaria, muchas de ellas simbólicas, logrando exonerar la mayor parte de los costos que normalmente se aplican por la prestación de estos servicios. | |

DINERO EXPRESS E INMIGRANTES (ESPAÑA)

Objetivo: desarrollar vías de actividad para respaldar la integración social y económica de la población inmigrante.

Actuación: en el 2002, BBVA lanzó la marca Dinero Express como canal de envío de remesas de inmigrantes, abriendo diez tiendas. Pronto aprecia la urgencia de desarrollar nuevas soluciones para las crecientes necesidades de los inmigrantes y a comienzos del 2005 se produce un replanteamiento de Dinero Express, con un plan de intensa expansión, que integra a empleados inmigrantes y se transforma en una innovadora red de tiendas multiservicios, tanto financieros (remesas, cuentas, tarjetas, créditos, seguros, avales, hipotecas...) como no financieros (locutorio, asesoramiento jurídico y laboral, ayuda para la búsqueda de empleo y vivienda, viajes, envío de documentación y paquetería, etc.).

A finales del 2005, Dinero Express, disponía de 40 tiendas operativas, y esperaba completar su plan de expansión con un total de 100 tiendas en el 2006.

En el proceso de selección de empleados, se prima a personas de países de fuerte emigración a España y en situación legal, valorándose la formación universitaria, así como la aptitud relacional y la experiencia comercial. Los contratos laborales son indefinidos. A finales del 2005, la plantilla estaba formada por 177 personas, mayoritariamente de procedencia latinoamericana. Se están ampliando los criterios de selección a personas procedentes de Europa del este y norte de África.

| VIVIENDA Y ACCESO AL CRÉDITO HIPOTECARIO | | |
|---|--|---|
| País | Iniciativa | Observaciones |
| España | Hipoteca Fácil | ▶ Permite durante los tres primeros años el pago solo de intereses y aplazar hasta un 30 % de la cuota final. Esta innovación reduce de forma sustancial el esfuerzo de acceso a la financiación al principio del préstamo y facilita el acceso a la vivienda. |
| | Facilitador Hipotecario | ▶ BBVA ha introducido en toda su red de oficinas un Facilitador Hipotecario, que consiste en un modelo de asesoramiento que permite a los gestores en las oficinas ofrecer la mejor recomendación en el proceso de elección de una hipoteca, mediante el uso de simuladores y documentación que ayudan a ofrecer a cada cliente la solución hipotecaria que mejor se ajusta a sus demandas. |
| | Viviendas de Protección Oficial (VPO) | ▶ Atención preferente hacia la financiación de VPO subvencionadas por las administraciones públicas. Mantiene una cuota en España del 20 % y cerca de 17.000 viviendas financiadas. |
| | Fondo inmobiliario BBVA Propiedad | ▶ Se dirige prioritariamente a la inversión en viviendas con destino al alquiler. Está especializado en el arrendamiento de viviendas nuevas, a precios asequibles y en localizaciones céntricas y con buenas comunicaciones. |
| Chile | Crédito Hipotecario Cien | ▶ Destinado a facilitar el acceso de primera vivienda a colectivos con insuficiente ahorro previo, cubriendo el 100 % del coste de la vivienda. |
| Colombia | Granahorrar | ▶ BBVA se ha convertido en el líder del mercado hipotecario en Colombia con la compra de Granahorrar, dentro de la estrategia de BBVA para impulsar el crédito en América Latina. |
| México | Hipotecaria Nacional | ▶ Con la compra de Hipotecaria Nacional, BBVA ha reforzado su compromiso con el acceso a la financiación y se ha consolidado como líder del mercado hipotecario privado en México. BBVA atiende a los mexicanos residentes en EE. UU. que quieren financiar la compra de una vivienda en su país de origen. |
| | Vivienda social | ▶ BBVA Bancomer cuenta con un programa para reactivar la financiación hipotecaria en colaboración con el Instituto Nacional del Fondo para la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT) con la finalidad de desarrollar préstamos hipotecarios para viviendas de interés social a precios asequibles. |
| Panamá | Préstamos hipotecarios bajo la Ley de Intereses Preferenciales | ▶ Consiste en ofrecer una tasa de interés de subsidio para préstamos hipotecarios para viviendas de nueva construcción, que sean residencia principal del prestatario. BBVA se compromete con la sociedad promoviendo la adquisición de las viviendas con la mejor tasa de interés en el mercado y buenas condiciones. |
| Perú | Préstamo hipotecario con remesas del exterior | ▶ Producto para facilitar a los inmigrantes peruanos en España financiación para compra de vivienda en su país mediante el envío de remesas. Dinero Express facilita los envíos en condiciones ventajosas –50 % de la comisión estándar– y la iniciativa cuenta con el apoyo del Gobierno de Perú. |
| | Préstamo hipotecario a tasa fija | ▶ Representa una alternativa de crédito hipotecario que minimiza el riesgo de los clientes del banco en la adquisición de una vivienda con un estándar superior al que ofrecen otros bancos y financieras. Consiste en un tipo fijo a 10 años en moneda nacional (inferior al del mercado), que permite que el cliente no se arriesgue a sufrir una variación brusca en el tipo de cambio de una moneda extranjera. |
| Portugal | Rehabilitación de viviendas | ▶ BBVA Portugal ofrece créditos en condiciones preferentes para la compra y rehabilitación de viviendas en Oporto. Esta iniciativa es el resultado de un acuerdo entre el Ayuntamiento de Oporto y la Fundación para el Desarrollo de la Zona Histórica de Oporto. |

ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) Y MICROEMPRESAS: MICROCRÉDITOS Y MICROFINANZAS

| País | Iniciativa | Observaciones |
|-----------|---|---|
| España | Líneas del Instituto de Crédito Oficial (ICO) | ▶ Líneas públicas de financiación preferente dirigidas principalmente a pymes, para favorecer el crecimiento económico compatible con una mayor cohesión social, y en las que BBVA mantiene una alta cuota de participación. |
| | Oficina de Apoyo para la Sociedad de la Información (www.oficinadeapoyo.org) | ▶ En colaboración con HP, Telefónica y Microsoft. Se dirige a informar, asesorar y aportar soluciones tecnológicas y financieras a pymes en nuevas tecnologías de la información. |
| | Convenio de Colaboración Línea Agraria | ▶ Ofrece productos y servicios financieros en condiciones preferentes y servicios especiales adaptados a las necesidades de los pequeños agricultores. |
| | Acuerdo con CEPYME | ▶ Para facilitar el acceso de las pymes a las nuevas tecnologías. |
| | Acuerdos con SOGARPO y con la Confederación de Empresarios de Andalucía y Crediaval | ▶ Ofrece productos y servicios financieros en condiciones preferentes y servicios especiales adaptados a las necesidades de las pymes. |
| | Convenio con Iberaval | ▶ Para desarrollar un programa de financiación especial dirigido a las inversiones de las pymes en Castilla y León. Cuenta con el apoyo de la Agencia de Desarrollo Económico de la Junta de Castilla y León y con tipos de interés que varían entre el 0 % y el euribor hipotecario, sin comisiones. |
| | Acuerdo Dinero Express-Economistas sin Fronteras | ▶ Proyecto con Dinero Express para la concesión de microcréditos para pequeños emprendedores inmigrantes latinoamericanos en España que se desarrollará en el 2006. Los proyectos serán seleccionados por EsF, que desarrollará un seguimiento y asesoramiento integrales durante el primer año de vida de la microempresa. |
| Argentina | Convenio con la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa | ▶ Para la financiación de pymes y microempresas en condiciones preferentes. |
| Colombia | Crédito Ecológico | ▶ Facilitando financiación específica a proyectos con un impacto ambiental positivo. Más información en el capítulo "BBVA y el medio ambiente". |
| | Acceso al crédito | ▶ Línea especial para empresas no declarantes de impuestos y línea especial adicional avalada por el Fondo Nacional de Garantías. |
| | Líneas de financiación especial, formación y asesoramiento a pymes | ▶ Con especial atención a los sectores agrario e industrial y a la actividad exportadora. |
| EE.UU. | Fondo de inversión Palladium Equity Partners III | ▶ Para canalizar inversiones a empresas hispanas de mediana dimensión en Estados Unidos. |
| México | Convenio con la Secretaría de Economía y la Fundación para el Desarrollo Sostenible | ▶ Para la financiación de pymes y microempresas. |
| | Tarjeta Negocios Bancomer | ▶ Ver cuadro explicativo más adelante. |

ADAPTACIÓN A LAS NECESIDADES DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) Y MICROEMPRESAS: MICROCRÉDITOS Y MICROFINANZAS

CONTINUACIÓN

| País | Iniciativa | Observaciones |
|-------------|---|---|
| Paraguay | Acceso al crédito | ▶ Con condiciones especiales para cooperativas agrícolas. |
| Perú | Entidades microfinancieras | ▶ Financiación para entidades microfinancieras. |
| Puerto Rico | Desarrollo de la Pequeña Empresa | ▶ En colaboración con el Gobierno y dirigido a cubrir las necesidades de crédito de pequeños comerciantes con unos términos y condiciones más flexibles (CRA). |
| | Cuenta Empresarial (PYMES) Sucursales | ▶ Cuenta que incluye módulo de inversión y línea de crédito comercial, además de ofertas especiales y condiciones preferentes (CRA). |
| Venezuela | Acceso a créditos | ▶ Con condiciones especiales para empresas de hasta 10 trabajadores. |
| | Programa de Formación para Microempresarios | ▶ Ver cuadro explicativo más adelante. |
| | Convenio Consecomercio: financiación para la modernización tecnológica del sector comercial | ▶ Permite a los gremios y a las empresas afiliadas a Consecomercio acceder a créditos en condiciones preferenciales para la modernización del sector comercial. |

TARJETA NEGOCIOS BANCOMER (MÉXICO)

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

Actuación: es un programa de crédito iniciado en el 2003, en colaboración con la Secretaría de Economía —que ha dotado un fondo de garantía con el fin de que puedan ser ofrecidos en condiciones preferentes— y la entidad Nacional Financiera. La adaptación al segmento ha requerido el diseño de modelos de riesgo específicos para negocios muy pequeños, en colaboración con la Secretaría de Economía, y se ha distribuido en todo el país, lo que ha permitido la masificación del acceso al crédito a través de toda la red de sucursales. En julio del 2005 se ha reforzado y ampliado el proyecto con la firma de una nueva alianza con la Secretaría de Economía y Nacional Financiera, que se desarrolla a través del Programa Nacional de Garantías.

A lo largo de sus dos años de existencia, este proyecto ha facilitado crédito a casi 30.000 pequeños negocios, con un importe superior a los 7.000 millones de pesos.

PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA MICROEMPRESAS (VENEZUELA)

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

Actuación: este programa comenzó en el 2004 con un convenio suscrito entre BBVA Banco Provincial y la Universidad Metropolitana (UNIMET) en Caracas, fundamentado en la celebración de talleres de iniciación empresarial y cursos para microempresarios, orientados a preparar al aspirante a microcréditos en cuanto a la concepción y desarrollo de su visión de negocios y fortalecimiento de capacidades de gestión. Dada la gran importancia de este sector en el desarrollo económico y social del país, en el 2005 se amplió el proyecto con la firma de convenios con la Universidad Tecnológica del Centro (UNITEC) y la Universidad de Los Andes (ULA), extendiendo esta importante iniciativa al Estado de Carabobo y a la región andina.

En el 2005, se ha formado en UNIMET y UNITEC a cerca de 1.800 y 960 microempresarios, respectivamente, y se calcula formar en ULA a más de 800 en el 2006.

Inversión socialmente responsable y previsión social (seguros y planes de pensiones)

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

Aunque aún no existe una política de ISR formalmente desarrollada, BBVA está utilizando las valoraciones de una agencia de calificación especializada en analizar aspectos económicos, ambientales y sociales en el proceso de preselección de sus instrumentos de inversión tradicionales. Las compañías con la calificación más baja según dicha agencia, son excluidas del proceso de inversión, por considerar que su nivel de riesgo es muy elevado; las restantes son ponderadas en el fondo en función de su valoración. A finales del 2005, este proceso cubría el 40 % de los fondos de inversión de renta variable y el 10 % del total de los fondos de inversión gestionados.

Según el *Observatorio de la Inversión Socialmente Responsable en España 2004*, estudio realizado por el Instituto Persona, Empresa y Sociedad (IPES) de ESADE, del total de fondos de ISR registrados en España, los fondos BBVA Extra 5 II Garantizado y BBVA Desarrollo Sostenible representan conjuntamente más del 90 % de patrimonio gestionado y casi el 95 % del número de partícipes, y copan el

primero y segundo puestos del *ranking*, respectivamente. Según el *ranking* ISR elaborado por la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva (INVERCO) a 30 de noviembre del 2005, estos mismos fondos representaban conjuntamente más del 75 % del patrimonio gestionado y más del 80 % del número de partícipes, y copan el primer y tercer puesto del *ranking*, respectivamente. El Grupo BBVA también comercializa fondos de ISR externos, como CS Global Sustainability, ING Invest Sustainable Growth, UBS ECO Performance, UBS Global Innovators y Morgan Stanley Fondo Ético.

Respecto a la previsión social, principalmente seguros y planes de pensiones, es una actividad particularmente relevante en América Latina, en la que el Grupo ocupa una posición de claro liderazgo. Está presente en casi todos los países que han privatizado total o parcialmente sus sistemas de pensiones y ocupa posiciones destacadas en Chile, México, la Argentina, Colombia, el Perú, Bolivia, Panamá, el Ecuador y la República Dominicana. El caso más relevante es el de Chile, en el que BBVA es responsable de atender al pago del 70 % del total de las pensiones existentes en el país, a través del acuerdo firmado con el Instituto Nacional Previsional de Chile (INP). En este sentido, BBVA ha manifestado su compromiso con el desarrollo de los fondos de pensiones como herramienta al servicio de la creación de riqueza, que fomenta el ahorro y la inversión e impulsa la modernización y solidez de los sistemas financieros, generando mecanismos para canalizar el ahorro a largo plazo y la capacidad de desarrollo de los países en los que el Grupo opera.

| | 2005 | | 2004 | |
|----------------|--|--------------------------------|--|--------------------------------|
| | Volumen gestionado (Millones de euros) | Número de afiliados/partícipes | Volumen gestionado (Millones de euros) | Número de afiliados/partícipes |
| España | 15.091 | 1,9 | 13.501 | 1,8 |
| América Latina | 38.541 | 12,4 | 27.747 | 11,6 |

BBVA ha desarrollado seguros adaptados a las necesidades de colectivos especiales, como los ya comentados asociados a las iniciativas de Multiventajas Nómina Plus y Familia, para mayores y familias, o los seguros para inmigrantes de Cuentas Claras Internacional y Dinero Express, como, por ejemplo, seguros de repatriación. Además, BBVA tiene un papel protagonista en los comple-

mentos empresariales de previsión colectiva (complementos a pensionistas, prejubilados y ahorro de empresas para sus empleados), puesto que gestiona, solo en España, cerca de 5.500 millones de euros. Estos seguros tienen un importante contenido social, ya que complementan el sistema público de pensiones y mantienen los niveles de renta de los asegurados.

INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE (ISR)

| | 2005 | | 2004 | |
|--|----------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| | Número de partícipes | Volumen (Millones de euros) | Número de partícipes | Volumen (Millones de euros) |
| TOTAL FONDOS ISR | 45.563 | 905,02 | 50.206 | 932,6 |
| | | | | |
| | | 2005 | | 2004 |
| Fondos ISR/Fondos de inversión (porcentaje) | | 1,53 | | 1,83 |
| Fondos ISR/Otros recursos de clientes (porcentaje) | | 0,63 | | 0,77 |

FONDOS SOLIDARIOS

Realizan una donación a entidades de interés social —con cargo a los ingresos de la gestora— consistente en un porcentaje anual sobre el patrimonio gestionado, calculado de forma similar a la comisión de gestión.

| Nombre del fondo | Vocación | Fines de utilidad pública a los que se dedica | 2005 | | 2004 | |
|------------------|------------------------------|--|----------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| | | | Número de partícipes | Volumen (Millones de euros) | Número de partícipes | Volumen (Millones de euros) |
| BBVA Biogen | Renta variable internacional | Donación del 0,45 % a la Fundación para la Investigación Médica Aplicada | 483 | 3,75 | 529 | 3,2 |
| BBVA Solidaridad | Renta fija mixta | Donación del 0,55 % entre las ONGs asociadas, a elección del partícipe | 724 | 17,87 | 485 | 11,2 |

FONDOS CON CRITERIOS RC

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

| Nombre del fondo | Vocación | Fines de utilidad pública a los que se dedica | 2005 | | 2004 | |
|-----------------------------|-------------------------------|--|----------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|
| | | | Número de partícipes | Volumen (Millones de euros) | Número de partícipes | Volumen (Millones de euros) |
| BBVA Extra 5 II Garantizado | Garantizado de renta variable | Las empresas seleccionadas forman parte del índice FTSE4Good, que incluye criterios RC en la selección | 30.067 | 814,00 | 30.958 | 842,0 |
| BBVA Desarrollo Sostenible | Renta variable internacional | Las empresas seleccionadas son aquellas con mejor calificación según análisis externo* | 14.289 | 69,40 | 18.234 | 76,2 |

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

Grandes empresas y financiación de proyectos

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 estas conllevan desde el punto de vista social (desplazamiento de personas, cambio en el uso del terreno, etc.) y del medio am-

biente (impactos sobre la biodiversidad, zonas de especial protección, etc.). Atiende, además, a sus criterios generales de sostenibilidad con el fin de cumplir con los compromisos específicos que el Grupo ha suscrito, como son, entre otros, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Principios de Ecuador, así como los relacionados con el cambio climático y el Protocolo de Kioto. Para más información, puede consultarse el capítulo “BBVA y el medio ambiente”.

**PRINCIPALES PROYECTOS DE BANCA CORPORATIVA GLOBAL Y DE INVERSIONES
CON CRITERIOS AMBIENTALES Y SOCIALES EN EL 2005**

| Proyecto | Importe operación | Importe BBVA | País |
|---|-------------------|----------------|----------|
| Construcción de un tren de licuefacción de gas en Omán | 688.000.000 \$ | 48.000.000 \$ | Omán |
| Construcción de línea ferroviaria de alta velocidad entre Figueras y Perpiñán | 532.000.000 € | 36.700.000 € | España |
| Construcción de una planta de licuefacción de gas en Egipto | 600.000.000 \$ | 70.000.000 \$ | Egipto |
| Construcción de 8 parques eólicos y 3 minicentrales hidráulicas. | 257.400.000 € | 63.000.000 € | España |
| Financiación de un parque eólico con una potencia de 389MW | 36.000.000 € | 10.800.000 € | Italia |
| Construcción, puesta en marcha y explotación de un parque eólico en Aragón | 36.566.000 € | 36.566.000 € | España |
| Construcción de un tren de licuefacción de gas en Omán | 1.150.000.000 \$ | 48.000.000 \$ | Omán |
| Construcción de una línea eléctrica de 811 km en Brasil | 234.000.000 \$ | 234.000.000 \$ | Brasil |
| Diseño y construcción de un centro de Justicia en Santiago de Chile | 75.000.000 \$ | 37.500.000 \$ | Chile |
| Construcción del Canal Secundario Segarra-Garrigues | 884.506.052 € | 221.126.000 € | España |
| Construcción de 11 parques eólicos en Castellón | 387.200.000 € | 33.100.000 € | España |
| Construcción de 2 parques eólicos en Cataluña | 76.874.762 € | 38.437.381 € | España |
| Explotación de una autopista en Chicago | 150.000.000 \$ | 21.400.000 \$ | EE.UU. |
| Construcción de una nueva terminal en el aeropuerto internacional de la Ciudad de México | 400.000.000 \$ | 100.000.000 \$ | México |
| Financiación de parques eólicos que se ejecutarán en 5 tramos, con una potencia total de 446,5 MW. En el 2005 se ha cerrado la financiación de los tres primeros tramos, con una potencia total de 275 MW | 249.000.000 \$ | 83.000.000 \$ | Portugal |
| Construcción de 7 parques eólicos en Murcia y refinanciación de otros 3 | 156.000.000 € | 28.000.000 € | España |
| Construcción de 1 parque eólico, con una potencia de 40 MW | 51.000.000 € | 17.000.000 € | España |
| Financiación de construcción de una planta de regasificación en Mugaros (Galicia) | 435.500.000 € | 128.875.000 € | España |
| Construcción del nuevo acceso del aeropuerto de Ibiza (autopista peaje en sombra) | 57.416.870 € | 57.416.870 € | España |

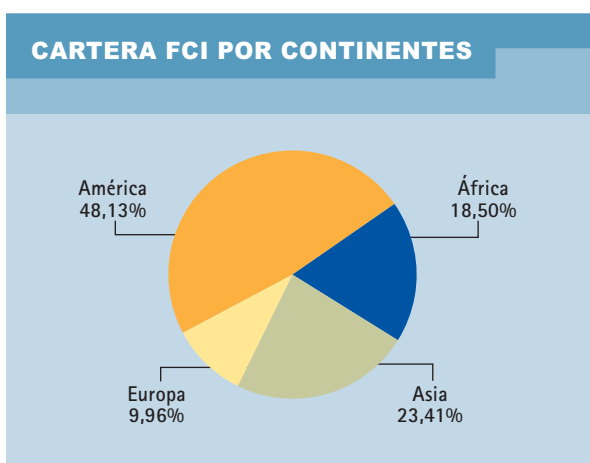
Apoyo a exportadores y FAD

El Grupo BBVA gestiona dos carteras vinculadas con países en vías de desarrollo: Financiación de Comercio Internacional (FCI) —para la financiación de exportaciones y que ascendía a finales del 2005 a 1.145 millones de euros— y Crédito Oficial a la Exportación (COE) —en el que se gestionan aquellas posiciones de deuda que han sido refinanciadas en el marco de acuerdos internacionales (Club de París) y cuyo saldo a finales del 2005 ascendía a 68,1 millones de euros—. Además, BBVA participa en la gestión de los Fondos de Ayuda al Desarrollo (FAD), que permiten financiaciones en condiciones privilegiadas por no ser viables económicamente en condiciones de mercado. La mayoría de estas operaciones tienen un ele-

vado componente social en su destino: infraestructuras básicas para el desarrollo, educación, sanidad, tratamiento de aguas, etc.

Además de las actividades señaladas, destacan las operaciones de *trade finance* (financiación de exportaciones), ligadas al diseño, estructuración y gestión de proyectos internacionales, entre las que BBVA financia algunas con marcado componente social. La aprobación de estas operaciones exige, por una parte, el certificado anticorrupción de la OCDE y, por otra, certificado de análisis del impacto ambiental para las operaciones que puedan tener un efecto negativo en el medio ambiente. En el 2005 se ha completado la ejecución de tres proyectos de sanidad en Vietnam y una planta para potabilizar agua en Filipinas.

| OPERACIONES FAD EN EL 2005 | | |
|-----------------------------------|---|--------------------------------|
| País | Proyecto | Importe crédito (Euros) |
| China | Suministro de equipos, instalación y asistencia técnica para la Universidad de Jilin. | 12.714.812 |
| Rusia | Planta y equipos de tratamientos de residuos sólidos urbanos. | 2.310.000 |
| Afganistán | Escuela técnica en la provincia de Parwan (100 % FAD). | 3.613.000 |
| Ecuador | Proyecto de suministro de material educativo para la Conferencia Episcopal Ecuatoriana (50 % FAD, 50 % ICO). | 25.600.000 |
| Bolivia | Suministro de equipamiento y material educativo (100 % FAD). | 998.500 |
| Brasil | Proyecto Energía Norte: reestructuración de la deuda bajo criterios sostenibles; permite la generación de electricidad en 78 comunidades rurales del interior del Amazonas. | 16.350.000 |



Destacan además, entre otras iniciativas, el acuerdo entre BBVA y el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) para ofrecer financiación, productos y servicios financieros en condiciones preferentes a las 4.000 empresas asociadas al Programa de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE), además de servicios de asesoramiento para impulsar el desarrollo de la actividad de las empresas participantes. Este programa, impulsado por el ICEX en colaboración con las comunidades autónomas y las cámaras de comercio, pretende iniciar a la exportación a nuevas empresas, ayudándolas a consolidarse como empresas exportadoras estables.

Merece así mismo mención el acuerdo con la certificadora Applus+ para ofrecer a las empresas que realizan operaciones de comercio exterior servicios

de control y certificación de calidad. El acuerdo incluye la actuación de la entidad de certificación de forma independiente para controlar y garantizar el cumplimiento de las condiciones acordadas entre comprador y vendedor, y cuenta con un servicio de homologación de proveedores.

Instituciones públicas

A través de su área de Banca de Instituciones, en la que se integra el Banco de Crédito Local (BCL), BBVA presta servicios a instituciones públicas y privadas. Es un ámbito de actuación en el que el Grupo ocupa una posición de indiscutible liderazgo en España, al desarrollar una intensa actividad de financiación a las administraciones públicas en campos como transporte, vivienda, educación, sanidad, medio ambiente, etc. Dentro de su actividad, se incluye la formalización de convenios con condiciones preferentes (en muchas ocasiones, con la intervención de organismos internacionales). Se contribuye así decisivamente a la mejora de los servicios prestados, a la calidad de vida de los ciudadanos, a la eficiencia tecnológica, a la optimización en el consumo de recursos naturales y a la preservación y cuidado del medio ambiente.

Banca de Instituciones lleva a cabo además una importante labor de asesoramiento, difusión y formación en el terreno de las “mejores prácticas” de cada sector, a través de la organización y patrocinio de foros, cursos, jornadas, publicaciones, soluciones informáticas y múltiples actuaciones de diferente carácter.

INSTITUCIONES PÚBLICAS

| Iniciativa | Observaciones |
|--|---|
| Plan Fidels (Financiación para el Desarrollo Local Sostenible) | ► El objetivo del Plan es proporcionar a las corporaciones locales un conjunto de soluciones de carácter modular dirigidas a impulsar el compromiso y la realización de proyectos medioambientales por parte de las administraciones territoriales. Las soluciones que componen el Plan Fidels buscan apoyar a los ayuntamientos en la implantación de la Agenda Local 21 de Desarrollo Local Sostenible, mediante asesoramiento y financiación de proyectos ambientales, y han sido diseñadas para dar respuesta a las necesidades municipales en materia de preservación y desarrollo sostenible del medio ambiente, con independencia del grado de desarrollo de la política ambiental en el municipio. Para más información ver el capítulo "BBVA y el medio ambiente". |
| Gobernalia Global Net | ► Es una sociedad del Grupo BBVA especializada en la implantación de soluciones informáticas basadas en <i>software</i> libre y destinadas a satisfacer las necesidades de administraciones públicas e instituciones privadas. Gobernalia colabora permanentemente en diferentes proyectos de "código abierto" y contribuye a la expansión y mejora de algunas de estas herramientas. Asimismo, dispone de un portal especializado dirigido a los profesionales de las administraciones locales denominado www.municipia.com y desarrolla actividades de formación a distancia a través de una plataforma electrónica (<i>e-learning</i>). |
| Formalización anual de líneas de financiación preferente (ICO-IDAE) | ► Banca de Instituciones formaliza estas líneas para facilitar financiación preferente a proyectos de infraestructura que guardan relación con el desarrollo sostenible. La línea del 2005 se ha estructurado en tres grandes apartados: línea solar (financiación de proyectos de inversión en energía solar térmica, fotovoltaica, de concentración e instalaciones mixtas eólico-fotovoltaicas), línea de energías renovables y eficiencia energética (proyectos de energías alternativas no incluidos en la línea solar) y línea de innovación, demostración y entes locales (para cualquiera de las tipologías que presenten estas características). |
| Formalización de préstamos con el Banco Europeo de Inversiones (BEI) | ► Fondos destinados a financiar inversiones que fomenten el ahorro energético y la protección del medio ambiente, infraestructuras relacionadas con el transporte, la educación, la sanidad y proyectos de rehabilitación urbana. |
| Manual del Alcalde y otras publicaciones, ponencias y seminarios | ► Orientadas a contribuir a la información y la formación de los directivos de las administraciones territoriales. |

BANCA DE INSTITUCIONES

| Operaciones de largo plazo (Millones de euros) | 2005 | 2004 |
|---|--------------|--------------|
| Medio ambiente | 7 | 77 |
| Infraestructuras | 314 | 479 |
| Modernización - Nuevas tecnologías | 0 | 1 |
| Ahorro energético | 5 | 4 |
| Obras y servicios municipales | 353 | 348 |
| Equipamiento - Mobiliario urbano | 10 | 2 |
| Sanidad | 6 | 35 |
| Equipamientos socioculturales | 6 | 42 |
| Educación | 41 | 14 |
| Programas sociales | 2 | 57 |
| Refinanciación | 166 | 565 |
| Otros programas | 2.372 | 586 |
| TOTAL OPERACIONES | 3.281 | 2.210 |

Instituciones privadas no lucrativas

BBVA ha formalizado convenios y líneas de colaboración con algunas de las principales organizaciones no gubernamentales (ONGs) y sin ánimo de lucro (AFL), como Cruz Roja, Cáritas, UNICEF, Manos Unidas, Intermón-Oxfam, Ayuda en Acción, Acción Contra el Hambre, Asociación Española Contra el Cáncer, Fundación Víctimas del Terrorismo, Fundación Ayuda contra la Drogadicción, Economistas sin Fronteras, Médicos sin Fronteras, Anesvad, Entreculturas y un largo etcétera.

El Grupo BBVA pone a disposición de estos organismos una unidad dotada de especialistas dedicados exclusivamente a desarrollar una banca a medida para las ONGs y AFL, con toda una gama de productos y servicios bancarios adaptados a sus necesidades, entre los que cabe destacar la búsqueda de fuen-

tes de financiación nacional e internacional, el anticipo de subvenciones oficiales o la canalización de flujos procedentes de ayudas de la Unión Europea.

Por otra parte, BBVA apoya la difusión de la labor de muchas de estas entidades a través de un programa de encartes (que en el 2005 tuvo una periodicidad mensual, con 4.800.000 encartes) en la correspondencia bancaria hacia sus clientes, con información de sus actividades, llamamientos de emergencia o campañas de captación de socios.

Participaciones empresariales e inmobiliarias

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

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

Proyectos inmobiliarios: Anida

Anida —filial inmobiliaria del Grupo— integra decididamente criterios ambientales y de responsabilidad

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

Para más información, pueden consultarse los capítulos “BBVA y sus proveedores” y “BBVA y el medio ambiente”.

● Gestión del riesgo social, ambiental y ético

La supervisión máxima de la gestión del riesgo en el Grupo corresponde al Consejo de Administración, para lo que cuenta con la Comisión Delegada Permanente —en la que delega la aprobación de la estrategia y las políticas de riesgo del Grupo— y con la Comisión de Riesgos —que lleva a cabo el análisis y seguimiento periódicos—.

BBVA está avanzando progresivamente en la gestión de los retos y oportunidades derivados de los riesgos sociales, ambientales y éticos (SAE). Destaca en este sentido la gestión del riesgo operacional, según la definición del Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, en la que BBVA ha desarrollado una avanzada metodología para la detección, evaluación y seguimiento de determinados riesgos asociados con estos aspectos.

Además, BBVA está desarrollando un ambicioso proyecto para cumplir los requerimientos de la

CLASES DE RIESGO OPERACIONAL

| | |
|-------------------------------------|--|
| Procesos | Fallos humanos, errores operativos. |
| Fraude y actividades no autorizadas | Hechos de carácter delictivo. Actividades internas no autorizadas. |
| Tecnología | Fallos tecnológicos en ordenadores, aplicaciones o comunicaciones. |
| Recursos humanos | Fallos en la política de recursos humanos, en la seguridad e higiene laboral, etc. |
| Prácticas comerciales | Defectos de productos y malas prácticas de venta. |
| Desastres | Eventos (naturales, accidentales o provocados). |
| Proveedores | Incumplimiento de servicios contratados. |

ley Sarbanes-Oxley (SOX) —encaminada a que la dirección de las entidades disponga de información relevante sobre los riesgos y el grado de eficiencia del control interno—, que abarca no solo el cumplimiento de los requerimientos legales de la SOX, sino que aumenta su alcance e incluye riesgos SAE. Este proyecto cubre 107 empresas del Grupo en 22 países, en las que se están documentando y evaluando los sistemas de control interno, encontrándose a final del 2005 en un elevado grado de avance.

Para más información, puede consultarse el capítulo correspondiente a gestión del riesgo incluido en el *Informe Anual 2005*, así como el *Informe de Gobierno Corporativo*, disponible en www.bbva.com.

Riesgo reputacional

Una línea específica del riesgo operacional es el reputacional. Para su evaluación, BBVA ha diseñado una herramienta de gestión denominada Rep-Tool, cuyo objetivo es identificar factores de riesgo reputacional con el fin de mitigarlos. BBVA define el riesgo reputacional como la exposición a la incertidumbre de resultados consecuencia de eventos que pueden afectar negativamente a la percepción que los grupos de interés tienen del Grupo, lo que ocasionaría un impacto negativo en los resultados o en el valor del negocio.

Durante el 2005, se ha implantado Rep-Tool en algunas de las principales unidades globales de Banca Corporativa, Mercados y Servicios Transaccionales, y se ha comenzado su implantación en la unidad de Gestión de Activos y Banca Privada.

Riesgo ambiental

BBVA incluye criterios de riesgo ambiental en el análisis del riesgo crediticio, examinando con especial precaución las operaciones en las que los informes de impacto ambiental sean desfavorables y participando únicamente cuando se han obtenido los correspondientes permisos y licencias. Se ha avanzado en este campo especialmente en la financiación de grandes proyectos de inversión, particularmente en los afectados por los Principios de Ecuador. No obstante, se está desarrollando también una metodología específica para la evaluación del riesgo ambiental de todas las solicitudes de financiación de empresas. Esta información se desarrolla en el capítulo “BBVA y el medio ambiente”.

Riesgo social

BBVA ha desarrollado en los últimos dos años metodologías de análisis del riesgo adaptadas a determinados colectivos, como inmigrantes, personas de bajos ingresos y microempresas, dado que las herramientas de evaluación automática (*scoring*) usadas de forma tradicional podrían dificultar el acceso a la financiación. En un primer momento, se establecieron criterios diferenciales para la financiación de vivienda y posteriormente se desarrolló una metodología de análisis para Dinero Express —concesión de crédito a inmigrantes— y para el Programa de Financiación Familiar —préstamos Nacimiento y Superación—. Destacan también las nuevas metodologías de análisis puestas en práctica en el Proyecto San Jerónimo y la Tarjeta Negocios Bancomer en México, así como las asociadas al proyecto *Underserved* y su puesta en práctica a través de Banco Express en Chile.

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

El Grupo BBVA comparte la aproximación de Banco de España (véase la *Memoria de la Supervisión Bancaria* del 2003) sobre los riesgos reputacionales en los que podrían incurrir las entidades financieras que, en el desarrollo de sus estrategias, no consideren las implicaciones derivadas de la localización de sus negocios y de la tipología de las actividades desarrolladas o que, eventualmente, podrían llegar a ser desarrolladas en centros financieros *off-shore*, y, particularmente, en aquellos que tuvieran la consideración de paraísos fiscales. Consecuencia de ello, en el 2004 el Grupo BBVA hizo expresa su política sobre actividades en establecimientos permanentes domiciliados en centros financieros *off-shore*, conjuntamente con un plan de actuación cuya ejecución supondría reducir a 3 el número de centros financieros de este tipo desde los que previsiblemente operaría el Grupo BBVA al finalizar el 2006.

Como consecuencia de la ejecución del plan anteriormente citado, el número de entidades del Grupo establecidas en centros financieros *off-shore* —cifrado al comienzo del plan en 49 entidades, domiciliadas en 8 jurisdicciones— se ha visto reducido en 19 al cierre del 2005 (12 en el 2004 y 7 en el 2005). A ellos habría que añadir las entidades que a 31 de diciembre del 2005 o bien se encontraban en proceso de liquidación (4) o bien habían cesado su actividad comercial (14), como paso previo al inicio de los trá-

mites para su liquidación definitiva. De las 13 entidades sin actividad comercial, 7 únicamente cuentan en su pasivo con valores emitidos con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley 19/2003 de 4 de julio, de cuyos procesos de recompra y/o amortización dependerá el momento de su liquidación efectiva. Por tanto, a 31 de diciembre del 2005, el número de establecimientos *off-shore* del Grupo que desarrollaban algún tipo de actividad comercial se limitaba a 12 entidades, establecidas en 4 jurisdicciones (véase información detallada de la actividad de estos establecimientos en el *Informe Anual BBVA 2005*).

● Seguridad y protección de datos Planes de emergencia y continuidad de negocio

BBVA cuenta con un Plan de Continuidad de Negocio Corporativo que introduce la planificación y

prevención ante posibles interrupciones de la actividad causadas por situaciones excepcionales. Para concretar estos principios y planteamientos en la gestión diaria del Banco, se está desarrollando un Plan Director de Continuidad de Negocio, que pretende abarcar los tres grandes espacios de actuación de BBVA: Europa, Negocios Globales y América. Para dotar a este plan de una visión global se ha instituido el Comité de Continuidad Corporativo, que, por mandato del Comité de Dirección de BBVA, asume la máxima dirección de la gestión de crisis y vela por la aplicación de adecuadas políticas de continuidad dentro del Grupo. Para ello, dispone de sistemas de información que le posibilitan controlar el proceso de elaboración e implantación de planes, así como de las pruebas realizadas en cada uno de ellos.

- ▶ En el ámbito de la Asesoría Jurídica Contenciosa-Corporativa no ha habido procedimiento judicial o administrativo por importes significativos relativos a la intimidad del cliente durante el 2005.

- ▶ El Grupo BBVA cumple con la legislación y normativa respecto a la salud y seguridad del cliente, y no existe conocimiento por parte de los Servicios Jurídicos del Grupo de ningún incumplimiento o infracción relativos a estos aspectos en el 2005 por importe significativo. En el ámbito de los Servicios Jurídicos de Banca Minorista-Distribución se puede certificar que no consta que durante el 2005 Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, SA. haya incurrido en alguna infracción o incumplimiento de la citada legislación declarada en virtud de sentencia judicial firme.

Uso de las instalaciones

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

Protección de datos personales

Respecto a protección de datos, las entidades del Grupo BBVA en España están alineadas con los requerimientos de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) y del propio Código de Conducta es-

tablecido por el Grupo. Para facilitar el conocimiento y la resolución de dudas en esta materia por parte de todos los empleados, se ha diseñado un portal específico y un curso disponibles en la intranet de BBVA. Por otro lado, a lo largo del 2005, se han llevado a cabo las mejoras contenidas en los planes de actuación derivados de las auditorías bienales sobre medidas de seguridad previstas en el Real Decreto 994/99 de 11 de junio, que se realizaron en el 2004 en las entidades que configuran el Grupo BBVA en España y en las que no se pusieron de manifiesto deficiencias significativas.

● **Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas**

En el marco de la política del Grupo de prevenir la utilización de sus productos y servicios con fines delictivos, durante el 2005 ha continuado la consolidación del modelo de gestión del riesgo de blanqueo de capitales del Grupo BBVA, con el objetivo de aislar los recursos obtenidos por criminales y preservar la integridad corporativa del Grupo y, con ello, uno de los pilares en los que se sustenta el principal activo de cualquier entidad financiera: la confianza de las personas e instituciones con las que diariamente se relaciona (clientes, empleados, accionistas y la sociedad en general).

En este sentido, el Grupo BBVA colabora intensamente con organizaciones internacionales, organismos gubernamentales y otras instituciones en la lucha contra el crimen organizado, el terrorismo y otras formas de delincuencia. En el 2005 se han mantenido reuniones con representantes del Banco Mundial, de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI) y del Grupo Wolfsberg, y se ha participado en múltiples foros organizados por las asociaciones bancarias y organismos gubernamentales de los diferentes países donde el Grupo tiene presencia física.

La consolidación del modelo de gestión en el 2005 se ha focalizado en los siguientes aspectos:

– **Sistemas de monitorización**

Ha continuado el proceso de mejora de los sistemas de monitorización, cuyo objetivo es ajustar este tipo de herramientas a las recomendaciones del Comité de Supervisión Bancaria del Banco Internacional de Pagos. En el 2005 ha concluido en España la implantación de la nueva plataforma tecnológica de monitorización de operaciones y ha comenzado su implantación en México. Además, está prevista su extensión en el 2006 al resto de las entidades bancarias en Latinoamérica. También se ha completado la implantación

en todas las entidades bancarias del Grupo de la herramienta de monitorización de transferencias internacionales. Estas mejoras de herramientas y sistemas de prevención supondrán una inversión de 6 millones de euros aproximadamente durante el trienio 2004-2006.

En materia de sistemas especializados que enfrentan la identidad de los clientes con la de aquellas personas (físicas o jurídicas) incorporadas en censos elaborados por organismos oficiales (nacionales e internacionales) por su supuesta vinculación a actividades ilícitas, se ha comenzado a extenderlos a otras sociedades no bancarias del Grupo, para reducir así la probabilidad de establecer relaciones de negocio con este tipo personas.

– **Formación**

A lo largo del 2005 se ha continuado desarrollando el plan de formación corporativo, con el fin de que los empleados y directivos se familiaricen con las políticas adoptadas y las normas y procedimientos implantados. En este sentido, han participado en actividades formativas en todo el Grupo aproximadamente 58.000 personas, a través de cursos presenciales, a distancia y mixtos.

Además, con el objetivo de mantener una formación continua y actualizada, se han incluido los materiales formativos y diferentes publicaciones de interés en la intranet corporativa, para continuar profundizando en la materia. Así mismo, se han habilitado distintos canales para la resolución de dudas y consultas.

– **Recursos humanos**

La plantilla total del grupo de especialistas en actividades de prevención de blanqueo de capitales y financiación de actividades terroristas adscritos a la Función de Cumplimiento a 31 de diciembre del 2005 cuenta con 163 especialistas, lo que supone un incremento de un 16 %, con respecto al año anterior.

PREVENCIÓN DEL BLANQUEO DE CAPITALES, LAVADO DE DINERO Y ACTIVIDADES TERRORISTAS

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

● **Actividades de Auditoría Interna**

En el desarrollo de su actividad, Auditoría Interna verifica el cumplimiento de los procedimientos de prevención de blanqueo de capitales establecidos por el Grupo. En este sentido, en todas las auditorías completas o auditorías de riesgo operacional que Auditoría Interna ha realizado en la red de oficinas en España se ha verificado el cumplimiento de los procedimientos antes indicados. Todo ello se ha potenciado en el 2005 con la finalización de la implantación de la herramienta BBVA Audit en el conjunto del Grupo, que posibilita un sistema único y homogéneo para hacer las auditorías de oficinas y, como consecuencia de

ello, para la revisión de los aspectos relacionados con la prevención del blanqueo de capitales. Por otra parte, se han actualizado los programas de trabajo que se utilizan para la verificación de los procedimientos establecidos por el Grupo en relación con la prevención del lavado de dinero, con objeto de incorporar las novedades legales e incrementar su eficacia.

Igualmente, en las auditorías financieras que se hacen a las unidades se analiza el grado de cumplimiento de la normativa específica que es de aplicación en cada caso, así como los procedimientos de prevención de blanqueo de capitales establecidos por el Grupo.

| Actividad | 2005 | | 2004 | |
|---|-------------------|---------------------------------|-------------------|---------------------------------|
| | España y Portugal | Auditorías internas residentes* | España y Portugal | Auditorías internas residentes* |
| Auditorías completas de red comercial** | 748 | 1.189 | 1.100 | 1.664 |
| Otros controles especiales de red comercial | 97 | 476 | 84 | 118 |
| Auditorías a distancia: alertas prevención fraude y control interno | 7.064 | 38.474 | 7.775 | 24.031 |
| Auditorías de información financiera | 2.442 | 5.558 | 2.303 | 10.250 |
| Auditorías de tecnología y procesos | 60 | 224 | 76 | 330 |

* Auditorías internas residentes son las localizadas en los diferentes países en los que el Grupo desarrolla su actividad.

** Información financiera, control interno, calidad, prevención de blanqueo de capitales y cumplimiento de la normativa.

7] BBVA Y SUS PROVEEDORES

EL COMPROMISO DE BBVA CON SUS PROVEEDORES

- “La gestión de todas sus compras a través de una metodología avanzada, soportada en procesos y herramientas que aseguran la máxima objetividad, transparencia y concurrencia”.

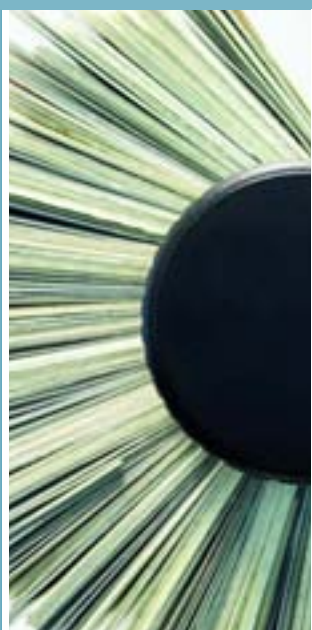


RASGOS BÁSICOS

| | 2005 | 2004 |
|--|-------|-------|
| • Nº. de proveedores Grupo BBVA | 2.564 | 2.039 |
| • Distribución de compras a nivel Grupo BBVA (%) | | |
| España | 44 | 54 |
| México | 35 | 26 |
| Resto América | 19 | 17 |
| Resto del Grupo | 2 | 3 |
| • % de proveedores homologados (s/total proveedores)* | 20 | 18 |
| • % facturación con proveedores homologados (s/total facturación)* | 58 | 44 |
| • Índice de satisfacción de proveedores (encuesta)* (sobre 5)** | - | 3,7 |

* Datos de BBVA España.

** Encuesta bienal.



FORTALEZAS

- Contar con un Código Ético específico de Compras, Inmuebles y Servicios que profundiza en los principios del Código de Conducta del Grupo.
- Proceso de homologación de proveedores, que potencia la dimensión de responsabilidad corporativa de los proveedores de BBVA.
- Alto porcentaje de la facturación con proveedores homologados.
- Número importante de proveedores que declaran el cumplimiento de los principios sociales y ambientales recogidos en el Pacto Mundial de Naciones Unidas.
- Mejora continua de los procesos y utilización de herramientas electrónicas de gestión de los aprovisionamientos que facilitan la transparencia del proceso y el acceso a un mayor número de proveedores.



CAMPOS DE MEJORA

- Revisión y extensión del código ético.
- Enriquecimiento del proceso de homologación de proveedores.
- Fomento de proyectos sociales con proveedores.
- Incrementar la eficiencia en los procesos y sistemas de aprovisionamiento y negociación.



PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO EN EL 2006

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

● Estructura organizativa de Compras

Dentro del proceso de aprovisionamiento del Grupo BBVA, el área de Compras es responsable de satisfacer las solicitudes de bienes y servicios de los clientes internos, al menor precio y con la mayor calidad y servicio.

Sus principales funciones son la negociación y contratación de los bienes y servicios a los proveedores. Por ello, el área de Compras es la que fundamentalmente coordina la relación con los proveedores.

La estructura organizativa de Compras la forman las siguientes unidades:

- Compras Europa y Acuerdos Corporativos: recibe y gestiona las solicitudes de aprovisionamiento del Grupo BBVA en Europa. Además, negocia y contrata los acuerdos marco corporativos.
- Compras América: coordina las actuaciones de todas las áreas de Compras de América (tanto Bancos como AFPs) y asegura que el modelo corporativo de compras funciona homogéneamente en los distintos países.
- Desarrollo y Atención al Cliente Interno: unidad de apoyo de Compras, Inmuebles y Servicios cuya responsabilidad es impulsar las mejoras de procesos y herramientas que hagan más eficiente y transparente el proceso de aprovisionamiento (*e-procurement*) y de negociación (*e-sourcing*). Así mismo, elabora la información de gestión corporativa y monitoriza el grado de satisfacción de clientes internos y proveedores.



● Un modelo de compras eficiente y objetivo con los proveedores

El Grupo BBVA, consciente de la importancia de la relación con sus proveedores, a los que considera como colaboradores fundamentales de su gestión, ha desarrollado un modelo corporativo de compras cuyos elementos básicos son los siguientes:

- Planificación del aprovisionamiento: permite concentrar volúmenes de compras y diseñar estrategias adecuadamente.
- Centralización de la función de compras: modelo mixto que maximiza la función de compras (negociación centralizada y aprovisionamiento descentralizado).
- Circuito de aprovisionamiento diferenciado por tipo de compra, que asegura su agilidad.
- Metodología de compras: actividades de compras gestionadas por procesos, con la participación de los clientes internos y la gestión activa de los proveedores.
- Adjudicación a través de comisiones: órganos colegiados —con participación del área de Compras, áreas técnicas y financiera, así como los usuarios— y diferenciados según importe y grupo de compra, que garantizan la transparencia y consenso entre las partes implicadas.
- Selección de proveedores: se lleva a cabo mediante el requerimiento y comprobación de unos requisitos de calidad, que son evaluados de forma periódica de acuerdo con los criterios de homologación definidos.
- Profesionalización de los compradores: respuesta a la profesionalización de los proveedores. Especialización por familias de compras.
- Sistemas: automatización de los procesos, que aseguren la transparencia, control y gestión eficiente del proceso de aprovisionamiento.
- Generación de resultados: por medio de la medición de la efectividad de cada negociación, elaboración de encuestas de calidad de proveedores y nivel de servicio ofrecido a los clientes internos.

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

● Creación de valor y relación con proveedores

El volumen de compras del Grupo supone recurrentemente cifras muy relevantes, que se distribuyen en los siguientes conceptos: tecnología (*hardware*, *software*, desarrollo de sistemas y comunicaciones), infraestructuras, suministros y servicios al negocio, servicios profesionales, mercadotecnia y publicidad.

CREACIÓN DE VALOR DIRECTO TANGIBLE PARA PROVEEDORES*

| (Millones de euros) | 2005 |
|--|------|
| Volumen total de compras superiores a 2.600 millones de euros de los cuales: | |
| Corresponde a gastos (%) | 78 |
| Corresponde a inversiones (%) | 22 |

* Datos: Grupo BBVA.

Desde la perspectiva de la responsabilidad corporativa, en la relación de BBVA con sus proveedores destacan dos aspectos fundamentales:

- La aplicación de criterios de objetividad, transparencia, profesionalidad e igualdad de oportunidades en la gestión y relación con los proveedores.

- La exigencia a los proveedores, de los principios de ética y responsabilidad corporativa que rigen la actuación de BBVA.

Asimismo, cabe destacar el esfuerzo importante que está realizando el Grupo BBVA en cerrar el ciclo de aprovisionamiento de forma automática, extendiendo la facturación electrónica sobre los pedidos realizados a los proveedores. Esta iniciativa contribuirá a la agilización en la administración y pago de facturas a proveedores.

Durante el 2005 todos los contratos con proveedores han sido pagados en las condiciones acordadas.

La distribución de proveedores por volumen de compras se refleja en el cuadro siguiente, y en cualquier caso ningún proveedor individual ni grupo empresarial alcanza el 10 % del volumen del Grupo.

PRINCIPALES PROVEEDORES POR PAÍS O ZONA

| | Nº Proveedores | | | TOTALES |
|----------------|--------------------|-----------------------|---------------------|--------------|
| | >1.000 miles euros | 1.000-300 miles euros | 300-100 miles euros | |
| España | 231 | 353 | 704 | 1.288 |
| México | 122 | 131 | 263 | 516 |
| Resto América | 46 | 144 | 260 | 450 |
| Resto Grupo | 8 | 25 | 32 | 65 |
| TOTALES | 407 | 653 | 1.259 | 2.319 |

Datos: Grupo BBVA.

El área de Compras de BBVA hace, cada dos años, encuestas para medir el grado de satisfacción de sus proveedores, identificar sus expectativas y requerimientos y detectar áreas de mejora.

Además, BBVA celebra periódicamente reuniones con sus proveedores estratégicos, en las que se analizan los avances conseguidos en materia de aprovisionamiento y se intercambian conocimientos sobre mercados, productos y servicios, precios y demás cuestiones de interés para ambas partes.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE PROVEEDORES*

| 2004 | 2002 |
|-------------|-------------|
| 3,7 sobre 5 | 3,8 sobre 5 |

* Datos: BBVA España.

● Sistema de homologación de proveedores

Forma parte de la política de compras del Grupo el que sus principales aprovisionamientos estén a cargo de proveedores previamente homologados.

HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES*

| | 2005 | 2004 |
|---|------|------|
| Número de proveedores homologados | 522 | 368 |
| Volumen de compras homologadas (millones de euros) | 830 | 573 |
| Número de proveedores no homologados (no superado el proceso de homologación) | 11 | 7 |

* Datos: BBVA España.

El objetivo de la homologación es asegurar que los proveedores cuentan con la capacidad productiva, técnica, financiera, de calidad y comercial que el Grupo requiere a fin de garantizar el cumplimiento de los compromisos contratados, en cuanto a calidad, niveles de servicio y costes previamente establecidos.

Entre los aspectos relacionados con la responsabilidad corporativa considerados en los cuestionarios de homologación de proveedores, se tienen en cuenta aspectos tales como el cumplimiento de los diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, haciendo hincapié en lo relativo a la conducta y acción en materia de derechos humanos, trabajo de menores, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Junto al cuestionario cumplimentado, el proveedor ha de enviar una declaración firmada de que la contratación de sus trabajadores se realiza respetando la legislación laboral vigente, además de una declaración del cumplimiento de los principios sociales y ambientales del Pacto Mundial.

Además, BBVA imparte formación en materia de derechos humanos al personal de seguridad (para más información al respecto, puede verse el capítulo de “BBVA y sus empleados”).

● Herramientas de gestión de aprovisionamiento

Para conseguir unos procesos de aprovisionamiento cada vez más eficientes y transparentes, el Grupo BBVA dispone de varias herramientas electrónicas sujetas a un proceso de mejora continua:

- Herramientas electrónicas de aprovisionamiento: que permiten gestionar el proceso global de aprovisionamiento desde el presupuesto hasta el pago a los proveedores. Además, BBVA dispone de un catálogo electrónico mediante el cual los usuarios pueden realizar peticiones que, una vez autorizadas, se transforman automáticamente en pedidos al proveedor.
- Herramientas electrónicas en negociación: el Grupo BBVA ha implantado, tanto en España como en Latinoamérica, herramientas de comercio electrónico que permiten la realización de negociaciones *on-line* (RFQ y subastas electrónicas) que facilitan la transparencia y el acceso a un mayor número de proveedores.

Las principales ventajas de este proceso de automatización, que se trasladan a una mejora del servicio ofrecido al cliente interno, son:

ADQUIRA

Objetivo: facilitar las relaciones comerciales entre empresas mediante el comercio electrónico, fomentar la accesibilidad, el flujo de información y la transparencia.

Actuación: BBVA, junto a otras empresas de primer orden, está impulsando el comercio electrónico en España y Latinoamérica. Adquira se constituye como portal de proveedores de BBVA que automatiza las comunicaciones entre BBVA y sus proveedores. Para ello, ofrece distintas soluciones (negociaciones electrónicas, envío de pedidos y facturación electrónica para cerrar el ciclo de aprovisionamiento de una forma electrónica), que permiten a BBVA compartir los costes de estas plataformas con otras compañías y externalizar determinadas funciones, como la gestión tecnológica de los proveedores. Dentro de esta iniciativa cabe destacar:

- El desarrollo del proyecto de facturación electrónica con firma digital avanzada que permite eliminar la factura física.
- El intercambio de conocimientos e iniciativas conjuntas para fomentar una mayor eficiencia en los procesos, sistemas y procesos de negociación y aprovisionamiento con proveedores.

Para más información: www.adquira.com

USO DE HERRAMIENTAS ELECTRÓNICAS*

| | 2005 | 2004 |
|---|---------|---------|
| Nº de negociaciones electrónicas (RFQ's y subastas <i>on-line</i>) | 2.621 | 1.467 |
| Nº de pedidos electrónicos | 21.253 | 12.971 |
| Nº de pedidos contra catálogo electrónico | 142.499 | 126.080 |

* Nº de negociaciones: referidos a Grupo BBVA.

Nº de pedidos electrónicos y contra catálogo: referidos a BBVA España.

- Optimizar el coste del proceso (reutilización de la información).
- Reducción de los tiempos de negociación y aprovisionamiento.
- Transparencia en el proceso para todos los participantes.
- Facilitar el acceso rápido al mercado de proveedores.
- Compartir las mejores prácticas entre las áreas de Compras del Grupo.
- Integración de la información en un único sistema.

● Código Ético de Compras, Inmuebles y Servicios

El Código de Conducta del Grupo BBVA establece los parámetros básicos de relación con sus proveedores. En el punto 4.23 se recoge: “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”.

Además, el área de Compras, Inmuebles y Servicios cuenta con un código ético propio que desarrolla y concreta el Código de Conducta del Grupo BBVA en lo que se refiere a las funciones específicas del área de Compras, Inmuebles y Servicios. En este código específico se recogen principios y criterios referidos a la relación con los proveedores, y se fundamenta en el respeto a la legalidad, confidencialidad, concurrencia, objetividad, transparencia y responsabilidad corporativa.

En el 2006 está prevista su revisión, en coordinación con el área de Cumplimiento Normativo,

para extenderlo a todas las áreas intervinientes en el proceso de aprovisionamiento.

Un caso que merece especial atención es la política de compra responsable de productos forestales implantada por Anida (filial inmobiliaria del Grupo), fruto de la adhesión de Anida al WWF-Grupo 2000. Mediante esta política, Anida mantiene el compromiso de exigir a sus proveedores la utilización de maderas y papel certificado Forest Stewardship Council (FSC), e implica la selección de proveedores que indirectamente contribuyan, a través de la certificación de la cadena de custodia FSC, a la utilización de productos forestales en cuya explotación, tala y distribución se han respetado los derechos humanos y el medio ambiente.

● Proyectos sociales con proveedores

El Grupo BBVA colabora con sus proveedores en acciones de interés social dentro y fuera de España, y fomenta la contratación con empresas que muestran especial interés hacia los sectores más necesitados.

Dentro de las acciones de este tipo, destaca la contratación con el Grupo ONCE de servicios prestados por personas con discapacidad. Otra iniciativa es la compra a UNICEF de las felicitaciones de Navidad del 2005 para todo el Grupo. También se colabora a través de Profinsa, proveedor de toners del Grupo, con las organizaciones ecologistas SEO/Birdlife y WWF/Adena, mediante la donación de más de 6.000 euros (información más detallada, en el capítulo “BBVA y el medio ambiente”).

Además, durante el 2005 BBVA ha establecido contacto con centros especiales de empleo para detectar posibles líneas de colaboración.

| CALIFICACIONES DE BBVA EN RESPONSABILIDAD CORPORATIVA SEGÚN AGENCIAS ESPECIALIZADAS | | | | | |
|---|---|------|--------------|------|--------------|
| Entidad | Dimensión | 2005 | | 2004 | |
| | | BBVA | Media sector | BBVA | Media sector |
| SAM ^a |  Normas para proveedores | 91 | 59 | 81 | 55 |
| VIGEO ^{a, b, c} |  Clientes y proveedores | 61 | + | 58 | + |

^a Escala de puntuación: 0 a 100.

^b Rating respecto a la media del sector: ++ Líder, + Avanzada, = Media, - Bajo media, -- Indiferente.

^c VIGEO realiza además *Investor Solicited Activity* al estar efectuando auditorías corporativas a requerimiento de las empresas.

EL ENTORNO

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005

8 | BBVA Y EL MEDIO AMBIENTE

9 | BBVA Y EL APOYO A LA COMUNIDAD



8] BBVA Y EL MEDIO AMBIENTE

EL COMPROMISO DE BBVA CON EL MEDIO AMBIENTE

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



RASGOS BÁSICOS

| | 2005 | 2004 |
|--|-------|-------|
| ● Papel consumido por empleado (Tn) | 0,11 | 0,14 |
| ● Electricidad consumida por empleado (GJ) | 21,9 | 22,3 |
| ● CO ₂ producido por empleado (Tn) | 2,9 | 3,0 |
| ● Porcentaje de empleados afectados por ISO 14001 | 1,8 | 0,3 |
| ● Préstamos con beneficios ambientales (millones de euros) | 304,7 | 295,7 |
| ● Mecenazgo ambiental (millones de euros) | 5,8 | 5,0 |
| ● Avance implementación de los Principios de Ecuador (sí/no) | sí | no |



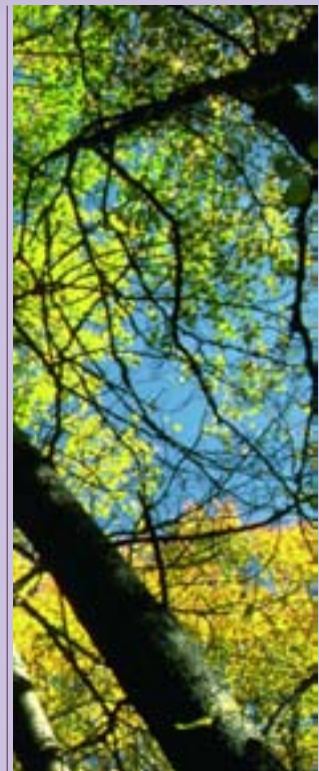
FORTALEZAS

- Existencia de una Política Medioambiental que engloba a todo el Grupo.
- Avance en la aplicación de los Principios de Ecuador.
- Criterios ambientales en la actividad inmobiliaria (Anida).



CAMPOS DE MEJORA

- Indicadores de ecoeficiencia para todos los bancos del Grupo.
- Objetivos ambientales concretos en materia de consumo eficiente de los recursos.



PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO EN EL 2006

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

● Indicadores clave del Sistema de Gestión Ambiental

| INDICADORES CLAVE DE MEDIO AMBIENTE | | | |
|--|----------------|----------|---------|
| | Unidad | 2005 | 2004 |
| Indicadores de efecto directo: ecoeficiencia | | | |
| CO ₂ emitido por empleado | Tn | 21,2 | 22,3 |
| Energía directa consumida por empleado | GJ | 21,9 | 22,3 |
| Agua consumida por empleado | m ³ | 38,6 | 44,1 |
| Papel consumido por empleado | Tn | 0,107 | 0,141 |
| Papel A4 100 % reciclado sobre A4 consumido | % | 98,4 | 98,5 |
| Papel ecológico sobre total consumido | % | 56,9 | 24,1 |
| Aparatos eléctricos y electrónicos gestionados por empleado* | Kg | 1,26 | 0,47 |
| Indicadores de efecto indirecto | | | |
| Operaciones analizadas por riesgo ambiental | n°. | 5.331 | 4.847 |
| Operaciones denegadas por riesgo ambiental | n°. | 0 | 4 |
| Total riesgo Kioto | % | 1,38 | 0,74 |
| | millones € | 3.492,0 | 1.465,0 |
| Préstamos con beneficios ambientales | millones € | 301,7 | 295,7 |
| Financiación de energías eólicas | millones € | 289,9 | 146,0 |
| Total mecenazgo ambiental | millones € | 5,8 | 5,0 |
| Indicadores de gestión ambiental | | | |
| Avance del Sistema de Gestión Ambiental | avance | medio | medio |
| Comités de Medio Ambiente celebrados | n°. | 2 | 1 |
| Objetivos ambientales por país ¹ | sí/no | sí | sí |
| Especialistas ambientales a tiempo completo | n°. | 3 | 2 |
| Formación ambiental | horas | 1.466,3 | 1.331,0 |
| Gastos formación ambiental | € | 10.665 | - |
| Boletines internos sobre medio ambiente | n°. | 23 | 10 |
| Alcance ISO 14001 sobre total de empleados ² | % | 1,8 | 0,3 |
| Gastos ISO 14001 | € | 48.617,1 | - |
| Multas, demandas o incumplimientos legales | n°. | 0 | 0 |
| Avance implantación Principios Ecuador | sí/no | sí | no |
| Avance Agenda Local 21 | sí/no | sí | - |

* Se entiende como gestionados aquellos que son tanto reutilizados como reciclados, revalorizados o eliminados (vertedero o incineración sin valorización energética).

¹ Existen objetivos ambientales en España, Paraguay, Perú, Colombia, Puerto Rico y Andorra.

² Si bien el número de certificaciones no ha aumentado, sí se ha producido un incremento en su alcance.

● Política, Sistema de Gestión Ambiental y gobierno ambiental

El sector financiero, como financiador de proyectos personales y corporativos, desempeña un papel cada vez más importante en el impulso del desarrollo sostenible. Las implicaciones ambientales de una entidad financiera son de dos tipos:

- Impacto directo: a través del consumo de recursos naturales, como es el caso del papel, el agua y la energía de climatización de sus edificios.
- Impacto indirecto: a través de sus productos y servicios. Es decir, a través de las consecuencias

para el medio ambiente de los productos y servicios que ofrece y de los proyectos que financia.

Debe recordarse, por otra parte, que, desde la perspectiva de gestión del riesgo, un proyecto susceptible de dañar el medio ambiente dañará igualmente la capacidad de repago de la deuda del prestatario, por lo que este riesgo se convierte en financiero en última instancia. Adicionalmente, la gestión del riesgo reputacional es una faceta sumamente importante para todo banco, y en BBVA merece una atención permanente y destacada.

Política Medioambiental de BBVA

En junio del 2003, el máximo órgano de gobierno de BBVA aprobó una Política Medioambiental de alcance global que afectaba a todas las entidades y a todas las actividades del Grupo, bajo la perspectiva de la necesidad de compatibilizar las dimensiones económica, social y ambiental de una manera armónica y equilibrada en un modelo de desarrollo sostenible.

Simultáneamente, se empezó a trabajar en un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) que permitiera desarrollar la política y mejorar el desempeño ambiental de manera continua. Se establecieron para ello una estructura organizativa, una planificación

de actividades, una fijación de responsabilidades y unos procedimientos de trabajo, así como la fijación de objetivos de mejora.

En esa misma fecha, se configuró el Comité de Política Ambiental, formado por directivos de las áreas más relacionadas con el desempeño ambiental del Grupo: Riesgos, Banca Minorista, Banca Mayorista, América, Servicios Jurídicos, Compras, Inmuebles y Servicios y Responsabilidad y Reputación Corporativas. Las áreas implicadas participan en los comités en función de los aspectos específicos a tratar, correspondiendo a la última la función de secretaría y la responsabilidad de definir las líneas básicas de actuación.

COMPROMISOS AMBIENTALES ASUMIDOS POR BBVA

| | |
|---|---|
| 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, entre los que tres se refieren al medio ambiente: precaución respecto al medio ambiente, fomento de iniciativas de responsabilidad ambiental y apoyo al desarrollo de tecnologías ecológicamente racionales. Han firmado adicionalmente el pacto cuatro bancos del Grupo: BBVA Bancomer, BBVA Banco Francés, BBVA Colombia y BBVA Banco Continental. |
| UNEP-FI | BBVA participa activamente desde 1998 en la Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI en sus siglas en inglés). 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). Además, ha participado en la mesa redonda bienal organizada en el 2005 en la sede de las Naciones Unidas durante el mes de noviembre. |
| GRI | BBVA ha colaborado en la elaboración del suplemento de indicadores medioambientales para entidades financieras y en el fomento del seguimiento de GRI para gestionar la información de sostenibilidad a nivel internacional. BBVA tiene el reconocimiento de <i>in accordance</i> según el modelo GRI. |
| Principios de Ecuador | BBVA es miembro desde el 2004 (www.equator-principles.com) y ha implantado los necesarios procedimientos internos para un adecuado cumplimiento de este compromiso voluntario en las actividades de financiación de grandes proyectos (<i>project finance</i>) en países emergentes. |
| AENOR | BBVA participa desde el 2004 en la revisión y elaboración de la norma sobre Análisis y Evaluación del Riesgo Ambiental UNE 150008:2000, que impulsa la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR). |
| CDP | BBVA participa desde el 2003 en <i>Carbon Disclosure Project</i> , iniciativa de transparencia informativa sobre las implicaciones empresariales del cambio climático. |

Avances en el Sistema de Gestión Ambiental (SGA) en el 2005

En el 2005 se han desarrollado las actuaciones que ya se establecieron y objetivaron en el 2004. Entre estas, las más destacables han sido:

Política de certificaciones ISO 14001

Se ha obtenido la certificación ISO 14001, por parte de Det Norske Veritas, de la principal sede operativa de BBVA en Madrid, que alberga al 1,8 % de la totalidad de los empleados del Grupo. La direc-

ción de Inmuebles ha integrado esta certificación en sus sistemas de gestión diaria y ha asumido los siguientes objetivos de mejora para el 2006:

- Reducción del consumo de agua en un 2 % por persona mediante medidas de sensibilización, sustitución de los grifos por otros con sensores, nuevas cisternas más eficientes e instalación de sistemas de riego por goteo para los jardines.
- Instalación de paneles fotovoltaicos y solares térmicos en la cubierta del edificio.
- Sustitución del transformador principal por otro menos contaminante antes de la fecha límite que exige la legislación.

Vinculado al SGA, el Departamento de Inmuebles y Servicios ha comenzado en el 2005 a organizar mensualmente un comité ambiental para controlar los objetivos del Sistema de Gestión Ambiental de la sede de Madrid, así como para tratar otros temas relacionados con la eficiencia energética y el consumo de recursos de los edificios de BBVA en España.

Se ha acometido la certificación ISO 14001 de Anida, la filial inmobiliaria de BBVA, que ha contado con la certificación de AENOR. Los objetivos de mejora establecidos por Anida para el 2006 son:

- Establecer y desarrollar un plan director de calidad y medio ambiente.
- Ampliar gradualmente el sistema de gestión ambiental a todas las promociones de desarrollos residenciales.
- Ampliar gradualmente la utilización de materiales de construcción certificados ambientalmente.
- Conseguir que, en la fase de ejecución de las obras de cada promoción, la constructora realice un control de todos los aspectos ambientales.
- Optimizar y reducir progresivamente el consumo de papel.
- Utilizar productos de papel ecológico y con certificación FSC.

El Grupo fuera de España cuenta con el caso paradigmático del Banc Internacional d'Andorra-Banca Mora, único banco del Grupo y uno de los pocos en el mundo que ha certificado bajo la norma ISO 14001 todas las actividades que desarrolla y todos los centros en los que opera.

Durante el 2005, el gasto de mantenimiento, implantación y certificación de las ISO 14001 ha supuesto un gasto total de 10.665 euros.

El objetivo para el 2006 consiste en aumentar el alcance de las certificaciones ISO 14001 en los principales edificios del Grupo, siempre bajo la perspec-

tiva de integrarlas en el sistema de gestión diaria, de forma que se consiga una mejor gestión de dichos edificios, con una progresiva reducción de sus efectos adversos en el medio ambiente. Para el 2006, el Grupo se ha marcado el ambicioso objetivo de certificar la sede operativa de BBVA en Bilbao y alcanzar una cifra de empleados que trabajan en centros con el SGA certificado cercana al 6 % del total de empleados en España. Esto supondría un crecimiento superior al 25 % en el alcance de las certificaciones de gestión ambiental ISO 14001 con respecto a las cifras del 2005.

Avances en la implantación de los Principios de Ecuador

El Departamento de Mercado de Capitales ha elaborado un procedimiento que establece la metodología de valoración y gestión del riesgo ambiental y social de las operaciones de financiación de proyectos en las que interviene BBVA. Tras un período de consulta en el que han participado los gestores de Mercado de Capitales, se está integrando la herramienta informática de estimación del riesgo en los sistemas del departamento.

El procedimiento de valoración y gestión forma parte del *Manual de Principios de Ecuador*, documento que establece el marco general del sistema de gestión del riesgo ambiental y social de financiación de proyectos.

En el 2005 se ha nombrado en el seno del Departamento de Mercado de Capitales un coordinador de los Principios de Ecuador que, junto a un equipo de seis gestores, hace el seguimiento de los proyectos y de los compromisos ambientales y sociales. Adicionalmente a la coordinación de la implantación de los Principios de Ecuador, asume la representación de BBVA en las reuniones de los bancos firmantes de los principios.

Como en años anteriores, BBVA ha participado activamente en los encuentros celebrados durante el 2005 en los que se han reunido los bancos adheridos a los Principios de Ecuador. En estas reuniones se comparten experiencias, se debaten las mejores prácticas implantadas y se proponen mejoras en la implantación de los Principios de Ecuador.

A lo largo del 2005, BBVA ha participado en el proceso de revisión de la política de la Corporación Financiera Internacional sobre sostenibilidad social y ambiental y las normas de desempeño. El 2005 ha supuesto un avance significativo en el desarrollo de la

transparencia y la comunicación sobre el progreso de BBVA en la implantación de los Principios de Ecuador. La página web del Grupo (www.grupobbva.com) contiene información actualizada sobre los Principios de Ecuador. Otro avance en el 2005 en materia informativa ha sido la inclusión en la intranet de contenidos sobre los Principios de Ecuador a los que tienen acceso todos los empleados de BBVA.

La implantación del procedimiento y del *Manual de Principios de Ecuador* ha requerido la formación de los gestores de financiación de proyectos.

Además de la sensibilización realizada en la intranet para todos los empleados, en el 2005 se or-

ganizaron, junto a expertos externos, unas jornadas sobre la Responsabilidad Social Corporativa en BBVA a la que asistieron representantes de aquellos departamentos cuya actividad tiene mayor impacto social y ambiental. Los Principios de Ecuador fueron uno de los temas principales que se trataron.

La implantación progresiva de los Principios de Ecuador implica que los avances realizados en el 2005 sean la base para la mejora continua en años posteriores. Desde esta perspectiva, el Departamento de Mercado de Capitales ha fijado objetivos de mejora para el 2006 que se centran en la formación de los empleados.

| PRINCIPIOS DE ECUADOR: CATEGORIZACIÓN DE PROYECTOS ANALIZADOS DURANTE EL EJERCICIO 2005 | | |
|---|--------------------|---|
| América Latina | | |
| Categoría | Nº. de operaciones | Importe aportado por BBVA (Millones de USD) |
| A | 0 | 0 |
| B | 5 | 293 |
| C | 6 | 372,2 |
| TOTAL | 11 | 665,2 |
| Europa | | |
| Categoría | Nº. de operaciones | Importe aportado por BBVA (Millones de euros) |
| A | 0 | 0 |
| B | 1 | 33,7 |
| C | 4 | 262,1 |
| TOTAL | 5 | 295,8 |

Categoría A: Proyectos con un impacto negativo significativo que pueda afectar un área mayor que la que ocupa el proyecto.

Categoría B: Proyectos con un impacto negativo menor en la población humana o en áreas de importancia ambiental.

Categoría C: Proyectos con un impacto sobre el medio ambiente muy pequeño o nulo.

Avances en la implantación de la Agenda Local 21

La Agenda Local 21 consiste en la aplicación local de las directrices generales de la Agenda 21, plan de acción promovido por las Naciones Unidas para el desarrollo sostenible.

Los objetivos de la Agenda Local 21 son:

- Reforzar la capacidad de los gobiernos locales para hacer frente a problemas ambientales, en particular en ciudades pequeñas y medianas.
- Despertar una comprensión adecuada de los problemas del medio ambiente.
- Desarrollar procedimientos políticos y administrativos adecuados, así como la participación ciudadana.
- Aplicar de manera eficiente los instrumentos y las herramientas para la gestión ambiental.

- Hacer del municipio un ejemplo de práctica ambiental adecuada para sus ciudadanos y otros municipios de la zona.

A través de las marcas BBVA y Banco de Crédito Local, el Grupo BBVA es líder en la financiación de proyectos de los más de 8.000 ayuntamientos españoles, que son las instituciones públicas de gestión más cercanas a los ciudadanos y, por tanto, claves en la mejora de la calidad de vida y en la implantación de un modelo de gestión sostenible.

A través del Plan Fidels (Financiación para el Desarrollo Local Sostenible), el Grupo ha proporcionado a las corporaciones locales un conjunto de soluciones dirigidas a impulsar el compromiso y la realización de proyectos medioambientales por las administraciones territoriales.

El Plan se dirige especialmente a los ayuntamientos pequeños y medianos, que, por sus características estructurales, disponen de escasos recursos financieros y técnicos para destinar a proyectos de preservación y mejora del medio ambiente.

Las soluciones que componen el Plan Fidels son: firma de la Carta Aalborg (Carta de las Ciudades Europeas hacia la Sostenibilidad), diagnóstico inicial para evaluar la problemática ambiental existente, plan de acción que describe las actuaciones a desarrollar y homologación y certificación medioambiental de las instalaciones o servicios municipales.

Para el desarrollo de este programa, se han firmado dos convenios: con Euroquality, como consultora técnica y legal, y con Det Norske Veritas, como entidad especializada en certificación de proyectos ambientales.

Avances en el cambio climático y el Protocolo de Kioto

A principios del 2005 se ha ratificado y entrado en vigor el Protocolo de Kioto. España traduce sus exi-

gencias en un Plan Nacional de Asignación de Emisiones para afrontar el difícil compromiso de situar las emisiones de CO₂ del período 2008-2012 como máximo en un 15 % por encima de las del año base de 1990. España se ha situado durante el 2005 en unas emisiones aproximadamente un 40-45 % por encima de las de 1990, con lo que se coloca entre los países que mayor esfuerzo deberán realizar para cumplir con su compromiso de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

Con el objeto de apoyar al tejido empresarial español, BBVA —a través de Banca de Empresas y con la colaboración del Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas— ha organizado en algunas de las comunidades autónomas más afectadas por el Protocolo de Kioto jornadas de sensibilización, formación y resolución de dudas, con la participación de autoridades ambientales y de destacados especialistas (consultores como Garrigues, agentes en el mercado de carbono como CO₂ Spain o verificadores del Protocolo de Kioto como AENOR o DNV).

JORNADAS SOBRE KIOTO PARA PYMES

| Título de la jornada | Lugar de celebración | Fecha | N.º pymes asistentes |
|---|----------------------|------------|----------------------|
| El comercio de emisiones: respuestas prácticas a las preguntas empresariales | Castellón | 08/03/2005 | 100 |
| | Toledo | 07/04/2005 | 76 |
| | Bailén | 01/06/2005 | 62 |
| | Zaragoza | 23/11/2005 | 65 |

Adicionalmente, Banca de Empresas, Banca de Instituciones y el Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas han participado en numerosas reuniones con fondos de carbono privados y públicos, con entes multilaterales, con agencias de desarrollo regional, con empresas consultoras y auditoras, con gobiernos locales y con autoridades nacionales designadas para buscar la mejor colaboración posible con el objetivo de cumplir con el Protocolo de Kioto en España.

La operación más importante en esta materia ha sido desarrollada por Banca Corporativa Global, concretamente por la sucursal de Tokio (Japón), que, conjuntamente con el Banco de Japón para la Cooperación Internacional (JBIC), llevarán a cabo una financiación de 100 millones de dólares, destinados a proyectos para la reducción de emisiones de carbono en los cinco países de Centroamérica.

BBVA PARTICIPA CON EL BANCO DE JAPÓN PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL (JBIC) EN UNA OPERACIÓN DE 100 MILLONES DE DÓLARES DESTINADOS A PROYECTOS MDL

Objetivo: reducción de las emisiones de los gases causantes del efecto invernadero en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

Con este proyecto de financiación se pretende conseguir un triple objetivo: reducir las emisiones causantes del efecto invernadero; apoyar a empresas locales de países de América Latina financiando proyectos más sostenibles; y facilitar la adquisición de derechos de emisión de gases causantes del efecto invernadero a empresas de países sujetos al cumplimiento del Protocolo de Kioto.

Actuación: es la primera vez que BBVA participa en una operación con el JBIC y es también la primera vez que bancos japoneses colaboran en una cofinanciación de proyectos destinados a la reducción de gases causantes del efecto invernadero en países en vías de desarrollo.

Además de BBVA, colaboran en la financiación Bank of Tokio-Mitsubishi, Sumitomo Mitsi Banking Corporation y Mizuho Corporate Bank. La iniciativa consiste en la financiación de proyectos enmarcados dentro de los Mecanismos de Desarrollo Limpio (MDL) establecidos dentro del Protocolo de Kioto, actuando el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) como responsable del estudio de viabilidad de los proyectos.

El liderazgo de BBVA en América Latina, así como el trabajo del equipo de BBVA en Asia, han sido claves para la elección del banco en este proyecto, en el que BBVA participa con una dotación de 10 millones de dólares.

Otra operación especialmente simbólica en la que se está trabajando es un proyecto de compensación de parte de las emisiones de CO₂ de BBVA, a

través de la iniciativa CeroCO₂ de la Fundación Ecología y Desarrollo y la Fundación Natura. (www.ceroco2.org).

INICIATIVA DE COMPENSACIÓN DE EMISIONES DE CO₂

Objetivo: mediante la participación en esta iniciativa se conseguirá: participar en el desarrollo de un Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL) enmarcado dentro del Protocolo de Kioto, compensar una pequeña parte de las emisiones derivadas del consumo energético de BBVA y contribuir al desarrollo socioeconómico de una comunidad en América Latina.

Actuación: es una actuación que se desarrolla a través de la Iniciativa CeroCO₂, impulsada por la Fundación Ecología y Desarrollo y la Fundación Natura, que consiste en una compensación de emisiones mediante un proyecto MDL en una empresa de América Latina.

El proyecto será certificado por la Junta Ejecutiva de las Naciones Unidas, además de obtener un certificado bajo los criterios Gold Standard, iniciativa mundial promovida por WWF exclusiva para proyectos MDL (Mecanismos de Desarrollo Limpio para la consecución de los objetivos establecidos en el Protocolo de Kioto), que asegura que el proyecto cumple con una serie de requisitos socioeconómicos. Una vez obtenidos los CERs (Certificados de Reducción de Emisiones), la iniciativa CeroCO₂ o bien el promotor de proyecto procederá a la cancelación de estos.

Además, CeroCO₂ se reserva una pequeña parte de la aportación económica (8 %) para apoyar a proyectos de pequeña escala que sin una ayuda económica externa no se podrían llevar a cabo.

● Impacto ambiental directo: ecoeficiencia en el consumo de recursos naturales

‘Ecoeficiencia’ es un concepto que acentúa la necesidad de mejorar el ratio entre el aumento del bienestar de las personas y el impacto ambiental de las activida-

des que realizan. De esta forma, se califican como ‘ecoeficientes’ aquellas prácticas que permiten generar riqueza con un menor consumo de recursos naturales.

Consumo de agua y energía

| CONSUMO DE AGUA Y ENERGÍA | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|----------------|-------------|-------------|-------------|------------------------------------|-------------------------|--------------------------------|------------------------|-------------------------|-------------|-------------|
| Unidad | España | | México | | Resto Latinoamérica ⁽¹⁾ | | Resto del mundo ⁽²⁾ | | Total | | |
| | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | |
| Energía | | | | | | | | | | | |
| Total energía directa | GJ | 736.573,5 | 707.275,7 | 736.573,5 | 751.913,7 | 547.103,8 | 463.856,9 | 28.136,7 | - | 2.049.274,9 | 1.935.688,8 |
| Energía directa por empleado | GJ | 23,7 | 24,2 | 23,7 | 26,3 | 19,6 | 18,6 | 24,9 | - | 21,9 | 22,3 |
| Total electricidad consumida | GJ | 695.159,7 | 684.412,2 | 723.798,1 | 751.913,7 | 536.438,8 | 462.548,3 | 25.566,5 | 12.642,5 ⁽³⁾ | 1.980.963,1 | 1.911.277,0 |
| Total gas consumido | GJ | 23.889,3 | 22.863,4 | 0,0 | 0,0 | 534,8 | 460,3 ⁽⁴⁾ | 0,0 | - | 24.424,1 | 23.323,7 |
| Total diesel consumido | GJ | 18.412,3 | - | 12.885,7 | - | 10.130,1 | 848,4 ⁽⁵⁾ | 2.570,2 | - | 43.887,7 | - |
| Total energía indirecta* | GJ | 218.138,0 | 221.563,0 | 1.572.493,0 | 1.633.576,0 | 396.316,0 | 103.977,0 | 31.562,0 | 35.999,0 | 2.218.509,0 | 1.995.115,0 |
| Otros consumos indirectos de energía | GJ | 340.532,5 | - | 131.269,7 | - | 28.824,9 ⁽⁶⁾ | - | 1.064,3 ⁽⁷⁾ | - | 501.691,4 | - |
| Agua | | | | | | | | | | | |
| Total agua consumida | m ³ | 1.602.312,0 | 1.509.951,0 | 954.725,0 | 1.160.836,0 | 1.034.167,0 | 1.060.031,0 | 18.470,0 | 5.649,0 ⁽³⁾ | 3.609.674,0 | 3.736.467,0 |
| Agua consumida por empleado | m ³ | 51,4 | 48,6 | 30,7 | 40,6 | 37,0 | 41,6 | 16,4 | 24,24 ⁽³⁾ | 38,6 | 43,5 |

* Cálculo de la energía indirecta según Energy Balance Sheet, Energy Protocol (GRI). Corresponde al consumo energético derivado de los viajes en avión y de los vehículos que no son propiedad del banco.

⁽¹⁾ Los datos del 2004 de Resto de América Latina incluyen: Argentina, Colombia, Paraguay, Perú y Venezuela.

⁽²⁾ No incluye datos de EEUU, de Portugal sólo se incluyen Lisboa.

⁽³⁾ Sólo datos de Andorra.

⁽⁴⁾ Sólo datos de Argentina.

⁽⁵⁾ Sólo datos Paraguay.

⁽⁶⁾ Los datos incluyen: Argentina, Colombia, Uruguay y Venezuela.

⁽⁷⁾ Solo incluye Portugal.

CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA POR FUENTES PRIMARIAS 2005* (GJ)

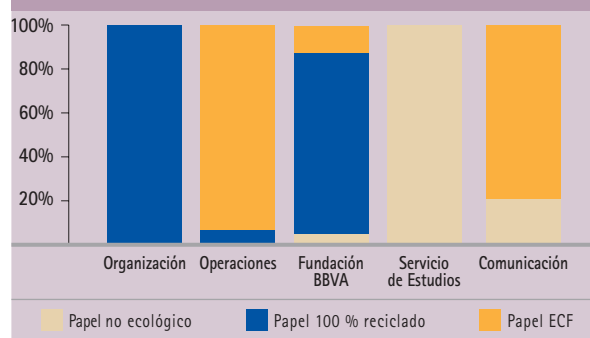
| Combustibles fósiles | | | | Renovables/Otras fuentes | | | | | |
|----------------------|-------------|--------------------|----------------|--------------------------|-------|--------|------------|----------------|----------|
| Carbón | Gas natural | Productos petróleo | Petróleo crudo | Biomasa | Solar | Eólica | Geotérmica | Hidroeléctrica | Nuclear |
| 55.177,0 | 612.998,0 | 1.603.098,0 | 917,0 | 16.379,0 | 0,0 | 48,0 | 287.645,0 | 10.825,0 | 40.419,0 |

* Cálculo de la energía indirecta según Energy Balance Sheet, Energy Protocol (GRI). Corresponde al consumo energético derivado de los viajes en avión y de los vehículos que no son propiedad del banco.

Consumo de papel

El papel constituye uno de los principales consumos de recursos naturales en una entidad financiera. Las vías de utilización básicas son la información que se envía a clientes, el uso interno en fotocopiadoras e impresoras y el uso en difusión y publicidad, así como en las diferentes actividades y publicaciones científicas y culturales del Grupo y de sus fundaciones.

CONSUMO DE PAPEL POR TIPOLOGÍA (ESPAÑA, 2005)



| CONSUMO DE PAPEL | | | | | | | | | | | |
|---|--------|-------------|-------------|-----------|---------|---------------------|----------------------|-----------------|-------|-------------|-------------|
| Papel | Unidad | España | | México | | Resto Latinoamérica | | Resto del mundo | | Total | |
| | | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 |
| Total papel consumido | Tn | 6.487,2 | 8.266,5 | 2.287,1 | 2.920,0 | 1.165,1 | 821,4 ⁽¹⁾ | 138,9 | 132,8 | 10.078,3 | 12.140,7 |
| Total papel consumido por empleado | Tn | 0,21 | 0,27 | 0,07 | 0,10 | 0,05 | 0,03 | 0,04 | 0,10 | 0,11 | 0,14 |
| Tipo de papel | | | | | | | | | | | |
| Papel ECF consumido | Kg | 2.566.931,0 | 2.700.500,3 | 0,0 | 0,0 | 3,9 ⁽¹⁾ | 2,5 ⁽¹⁾ | 0,0 | 0,0 | 2.566.934,9 | 2.700.502,8 |
| Papel reciclado consumido | Kg | 2.853.908,2 | 127.000,0 | 188.540,0 | - | 133.214,0 | 101.233,0 | 0,0 | 0,0 | 3.175.662,2 | 228.233,0 |
| Papel ecológico sobre total papel consumido | % | 83,6 | 34,2 | 8,2 | - | 11,43 | 12,32 | 0,0 | 0,0 | 56,9 | 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.

⁽¹⁾ Datos de Paraguay.

Tratando de mejorar el objetivo de ecoeficiencia, BBVA pone a disposición de sus clientes sistemas de

banca electrónica mediante dos servicios: correspondencia virtual y correspondencia unificada.

| USO DE SERVICIOS RELEVANTES AL AHORRO DE PAPEL EN ESPAÑA | | | |
|--|--------|-----------|-----------|
| | Unidad | 2005 | 2004 |
| Clientes en correspondencia virtual | nº. | 81.029 | 48.563 |
| Productos con correspondencia virtual | nº. | 437.285 | 268.577 |
| Alertas de correspondencia virtual | nº. | 17.519 | 8.648 |
| Documentos visualizados | nº. | 4.142.781 | 1.753.202 |
| Cancelaciones acumuladas de envío postal por producto | nº. | 21.260 | 2.102 |
| N.º de sobres* (millones) | nº. | 149,5 | 167,5 |

* A través de la correspondencia unificada se ha logrado disminuir, durante el 2005, el número de sobres producidos en 18 millones respecto al 2004.

Gestión de residuos

La Política Medioambiental de BBVA promueve la mejora continua. En este sentido, dentro del SGA no solo se controlan los consumos de materias primas,

sino su reciclaje posterior. Por ello, y en el marco de la certificación ISO 14001, se pretende aumentar no solo la cantidad de residuos gestionados, sino también su tipología.

| GESTIÓN DE RESIDUOS | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--------|----------|----------|----------|------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------|-------------|
| Residuos gestionados* | Unidad | España | | México | | Resto Latinoamérica | | Resto del mundo | | Total | |
| | | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 |
| Papel | Kg | 409.960 | 566.080 | 492.750 | - | 64.334 | 566.184 | 97.285,1 | 104.782,65 | 13.40179,1 | 1.237.046,7 |
| Tóners | Kg | 24.000,0 | 15.750,0 | 33.962,9 | - | 529,0 ⁽¹⁾ | 215,0 ⁽¹⁾ | - | - | 5.8491,9 | 15.965,0 |
| Aparatos eléctricos y electrónicos | Kg | 84.290,0 | 33.880,0 | 23.806,6 | - | 5.088,0 ⁽²⁾ | 3.189,0 ⁽²⁾ | 4.960,0 ⁽³⁾ | 3.435,0 ⁽³⁾ | 118.144,6 | 40.404,0 |
| Residuos donados | | | | | | | | | | | |
| Muebles | nº. | 73 | 53 | - | - | - | - | 58 | 50 | 131 | 582 |
| Móviles | nº. | 6.225 | 310 | 0 | - | 0 | - | 0 | 0 | 6.225 | 310 |
| Aparatos eléctricos y electrónicos | nº. | 168 | 314 | 40 | - | 5.761 | 305 | 10 | 0 | 5.979 | 619 |

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

⁽¹⁾ Datos de Venezuela.

⁽²⁾ Datos de Puerto Rico.

⁽³⁾ No incluye datos de EE. UU.

Una gran cantidad de tóners (16.890 unidades) han sido vendidos con el objeto de donar el dinero obtenido a alguna ONG. Con el dinero resultante de su venta, BBVA ha desarrollado las siguientes iniciativas:

- Donación de aproximadamente 3.000 euros a SEO/BirdLife para mejorar el estado de con-

servación del águila perdicera, Ave del año 2005.

- Donación de más de 3.600 euros a la “Campana de Sensibilización para el Ahorro de Energía” de WWF/Adena.

Emisiones atmosféricas

| EMISIONES ATMOSFÉRICAS* | | | | | | | | | | | |
|---|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------------|----------------------|----------------------|---------|-----------|-----------|
| CO ₂ | Unidad | España | | México | | Resto Latinoamérica | | Resto del mundo | | Total | |
| | | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 |
| Total CO ₂ emitido | Tn | 106.489,1 | 101.950,2 | 125.740,8 | 126.061,8 | 37.356,4 | 29.441,3 | 3.518,9 | 1.416,7 | 273.105,2 | 258.870,0 |
| Total CO ₂ por empleado | Tn | 3,4 | 3,3 | 4,0 | 4,4 | 1,3 | 1,2 | 1,1 | 1,1 | 2,9 | 3,0 |
| Emisiones directas CO ₂ | Tn | 4.362,1 | 2.508,0 | 994,7 | - | 1.476,9 | 516,5 ⁽²⁾ | 256,0 | - | 7.089,8 | 3.024,5 |
| Emisiones indirectas CO ₂ | Tn | 102.127,0 | 99.442,2 | 124.746,1 | 126.061,8 | 35.879,4 | 28.924,8 | 3.262,9 | 1.416,7 | 266.015,4 | 255.845,5 |
| CO ₂ energía consumida | Tn | 83.816,8 | 81.169,4 | 118.747,8 | 122.394,8 | 34.871,8 | 29.441,3 | 3.378,0 | 1.416,7 | 240.814,4 | 234.422,2 |
| CO ₂ de electricidad consumida | Tn | 81.295,1 | 80.038,2 | 117.818,2 | 122.394,8 | 33.931,8 | 28.924,8 | 3.191,0 | 1.416,7 | 236.236,1 | 232.774,5 |
| CO ₂ de gas natural consumido | Tn | 1.181,9 | 1.131,2 | 0,0 | 0,0 | 286,7 | 516,5 | 0,0 | - | 1.468,6 | 1.647,7 |
| CO ₂ de gasoil consumido | Tn | 1.339,8 | - | 929,6 | - | 653,3 | - | 187,0 ⁽⁴⁾ | - | 3.109,7 | - |
| CO ₂ de viajes realizados | Tn | 22.672,3 | 20.780,8 | 6.993,0 | 5.049,0 | 2.484,6 | 263,0 ⁽³⁾ | 140,7 | - | 32.290,7 | 26.092,8 |
| CO ₂ de avión | Tn | 9.430,5 | 9.356,9 | 5.352,1 | 3.667 | 1.947,6 | - | 71,9 | - | 16.802,2 | 13.023,9 |
| CO ₂ de carretera | Tn | 13.241,8 | 11.423,9 | 1.640,8 | 1.382 | 536,9 | 263,0 | 69,0 | - | 15.488,5 | 13.068,9 |
| CO ₂ de vehículos propiedad Grupo | Tn | 1.840,4 | 1.376,8 | 65,1 | - | 536,9 | - | 69,0 | - | 2.511,4 | 1.376,8 |
| CO ₂ de vehículos no propiedad Grupo | Tn | 11.401,4 | 10.047,1 | 1.575,7 | - | - | - | 0,0 | - | 12.977,1 | 10.047,1 |
| SO₂ | | | | | | | | | | | |
| Total SO ₂ emitido | Tn | 2,6 | - | 1,8 | - | 1,3 | - | 0,36 | - | 6,0 | - |
| Total SO ₂ por empleado | g | 80,0 | - | 60,0 | - | 45,0 | - | 110,0 | - | 298,6 | - |
| SO ₂ de gas natural consumido | Kg | 20,0 | - | 0,0 | 0,0 | 5,7 | - | 0,0 | - | 25,7 | - |
| SO ₂ de gasoil consumido | Kg | 2.577,7 | - | 1.788,5 | - | 1.256,9 | - | 359,8 | - | 5.982,9 | - |
| NOx | | | | | | | | | | | |
| Total NOx emitido | Tn | 2,7 | 1,4 | 0,9 | - | 0,9 | - | 0,2 | - | 4,8 | - |
| Total NOx por empleado | g | 87,4 | 44,2 | 28,7 | - | 34,9 | - | 0,06 | - | 207,3 | - |
| NOx de gas natural consumido | Kg | 143,3 | 137,2 | 0,0 | 0,0 | 347,7 | - | 0,0 | - | 491,0 | - |
| NOx de gasoil consumido | Kg | 1.288,8 | - | 894,3 | - | 628,5 | - | 179,9 | - | 2.991,5 | - |

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 NO_x se basa en los factores extraídos de la *Guía de Inventarios de Emisiones* de la Agencia Europea del Medio Ambiente.

* No están disponibles los consumos de gasoil para el 2004.

⁽¹⁾ No incluye datos de EEUU.

⁽²⁾ Datos de Argentina.

⁽³⁾ Datos de Perú.

⁽⁴⁾ Datos de Portugal.

BBVA, mediante el fomento del uso de videoconferencias frente a la realización de viajes, contribuye

a la disminución de las emisiones atmosféricas producidos por estos.

| USO DE TECNOLOGÍAS INOCUAS* | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|--------|------|--------|-------|---------------------|-------|-----------------|------|-------|-------|-------|
| Unidad | España | | México | | Resto Latinoamérica | | Resto del mundo | | Total | | |
| | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | |
| Videokonferencias | nº. | 929 | 1.145 | 1.143 | 1.427 | 1.374 | 1.248 | 222 | 219 | 3.668 | 4.039 |
| Salas equipadas con videoconferencias | nº. | 251 | 250 | 11 | 11 | 18 | 14 | 13 | 9 | 293 | 284 |

* Estos datos reflejan el número total de videoconferencias sin tener en cuenta las posibles duplicidades debidas a comunicaciones entre los países en los que opera el Grupo BBVA.

Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, ninguna instalación de los edificios de BBVA en España contiene CFCs. En cuanto a los HCFCs, se procederá a su eliminación progresiva para cumplir los plazos de retirada legalmente establecidos.

● **Impacto ambiental indirecto: gestión de riesgos y productos y servicios con carácter ambiental**

El principal impacto ambiental de una entidad financiera proviene de los proyectos que financia, así como —en menor medida— de los efectos positivos que pueden tener los productos y servicios que comercializa.

Gestión de riesgos ambientales

La evaluación de los impactos ambientales indirectos derivados 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, consciente de la creciente presión legal y social sobre las consecuencias ambientales de las actividades económicas, contribuye en su papel de prestamista a la utilización de alternativas viables menos contaminantes y colabora así a reducir el daño ambiental. 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 sea desfavorable, participando únicamente cuando se han obtenido los correspondientes permisos y licencias.

Cuatro han sido los principales avances en esta materia a lo largo del 2005:

- Avance en la implantación de los Principios de Ecuador (para más información, consultar el capítulo “BBVA y sus clientes”).

- Avance en la implantación de las herramientas Ecorating y Reptool. El modelo de análisis Ecorating permitirá obtener una calificación global de la cartera de riesgos en la financiación de empresas. Se obtendrá la calificación individual de cada empresa, la calificación de proyectos de inversión financiados y el establecimiento de políticas de riesgos diferenciadas, según la calidad en la gestión ambiental de los solicitantes de financiación.
- Activa participación en la elaboración de la nueva Norma Española de responsabilidad ambiental UNE 150.008.
- Colaboración con la futura trasposición de la Directiva de Responsabilidad Ambiental, prevista para finales del 2006.

Productos y servicios con carácter ambiental

BBVA contribuye a la preservación del medio ambiente no solo mediante la financiación de proyectos, sino también a través del desarrollo de productos y servicios de carácter ambiental. Durante el 2005, se ha continuado con algunas de las líneas del año anterior y se han desarrollado otras nuevas. Se sintetizan a continuación las principales:

- Fondos de inversión socialmente responsable (ver capítulo “BBVA y sus clientes”).
- Crédito Ecológico de BBVA Colombia, cuyo objetivo es financiar proyectos empresariales encaminados a mejorar el medio ambiente. Creado en el 2004, y especialmente dirigido a las pymes, posibilita a los empresarios colombianos el acceso a recursos para el desarrollo de proyectos de impacto ambiental positivo, con el objetivo de adecuar y mejorar las condiciones ecológicas de la empresa.

| CRÉDITO ECOLÓGICO, 2005 | | |
|--------------------------------|------------------------|--------------------|
| | Importe (Euros) | Operaciones |
| Pymes industriales | 539.760 | 9 |
| Industria agraria | 200.680 | 4 |
| TOTAL | 740.440 | 13 |

- Asesoramiento a pymes sobre el Protocolo de Kioto.
- Financiación de Mecanismos de Desarrollo Limpio en Centroamérica en colaboración con el Banco de Japón para la Cooperación Internacional (JBIC) y el Banco Centroamericano de Integración Económica.
- Estudios (realizados en el 2005) para el lanzamiento de un programa de financiación a pymes y empresarios autónomos con el objeto de facilitar la instalación de placas fotovoltaicas y el uso de energías renovables.
- Línea de crédito de seis millones de euros lanzada por BBVA y otras dos entidades financieras destinada a particulares, empresas y administraciones locales para la financiación de proyectos de ahorro y eficiencia energética.
- Préstamo de 200 millones de euros a través de Banca de Instituciones y el Banco Europeo de Inversiones (BEI) para financiar inversiones de la administración pública territorial en ahorro energético, protección del medio ambiente, infraestructuras de transporte, educación, sanidad y rehabilitación urbana.

Por su parte, BBVA Banco Continental (Perú) somete al cumplimiento del Programa de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMA) del país las solicitudes de financiación de todas las empresas mineras y de energía y a una evaluación de impacto ambiental las presentadas por las empresas de nueva creación.

● **Formación y sensibilización ambiental**
Sensibilización

Durante el 2005 se ha mantenido la difusión del boletín quincenal de información ambiental *Actualidad Ambiental*, creado en el 2004 por el actual Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas y que pretende ser una fuente

de sensibilización y de sugerencias sobre la forma de integrar adecuadamente la actividad empresarial y la sostenibilidad ambiental. Se envía a aproximadamente a 400 personas del Grupo en todo el mundo y ha sido colgado de la intranet corporativa para ser consultado de manera generalizada.

El Servicio de Estudios Económicos también colabora en tareas de análisis, sensibilización y difusión en este campo, gracias a sus informes sobre aspectos económicos de la problemática ambiental, como el cambio climático o las energías renovables.

Además de estas vías de sensibilización, se está creando una herramienta informativa, impulsada por BBVA Promociones, dirigida a los clientes particulares, con contenidos sobre asuntos ambientales (climatización, paneles fotovoltaicos, reformas, mudanzas, etc.). Adicionalmente, en esa herramienta se colgarán periódicamente noticias sobre medio ambiente, con el objetivo de contribuir a la concienciación y sensibilización en esta materia.

Formación

A lo largo del 2005 se han desarrollado diversas iniciativas formativas sobre medio ambiente, que han supuesto un coste total de 48.617 euros durante el 2005.

Se ha continuado con el curso de Sensibilización Ambiental en la intranet de BBVA. Además, la implantación de dos nuevas ISO 14001 de gran alcance ha supuesto la realización de seminarios de formación para los principales proveedores afectados en los centros certificados, así como actividades específicas de formación de los empleados implicados en la implantación. Por otro lado, los responsables el Departamento de Inmuebles y Servicios han recibido un curso con contenidos sobre sostenibilidad aplicado a su actividad en la gestión de edificios.

En materia de gestión de riesgos, y en el seno de la Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, las unidades de gestión del riesgo de Colombia y Argentina han participado en seminarios de valoración de riesgos ambientales, en el marco del Grupo de Trabajo de Latinoamérica. Estos cursos, de carácter presencial, han contado con la participación de prestigiosas escuelas de negocios locales.

En cuanto a los Principios de Ecuador, se está trabajando en una formación que complemente los protocolos ya establecidos y que ayuden en el avan-

ce de la definitiva integración de los Principios en los procedimientos habituales de trabajo en la estructuración de proyectos de financiación.

| FORMACIÓN AMBIENTAL | | 2005 | 2004 |
|--|-----------------------------------|-------|-------|
| | Nº. empleados que han participado | 48 | 153 |
| Curso de Sensibilización Ambiental | Nº. horas | 144 | 459 |
| Formación ambiental de Anida | Nº. horas | 414 | - |
| Formación ambiental de Inmuebles y Servicios | Nº. horas | 512 | - |
| Formación en Principios de Ecuador | Nº. horas | 30 | - |
| Formación ambiental de Riesgos (Argentina y Colombia) | Nº. horas | 25 | - |
| Formación ambiental de Responsabilidad y Reputación Corporativas | Nº. horas | 293,3 | 146,6 |

Innovación en materia ambiental

El proyecto Innova, promovido por el Departamento de Calidad desde el 2004, permite a los empleados enviar propuestas y sugerencias relativas a distintas áreas de innovación. En el 2005 se ha desarrollado su tercera edición, manteniendo la línea de

“Soluciones financieras sostenibles para pymes”, que busca iniciativas para crear soluciones financieras innovadoras orientadas a que las pymes reduzcan su impacto negativo en el medioambiente y mejoren su competitividad.

| INNOVA III EDICIÓN | | | N.º de propuestas recibidas de medio ambiente |
|---------------------------|--|------------------------------------|---|
| Modalidad | Áreas del Grupo | Áreas de Innovación | |
| Express | I+D Innovación de negocio. Calidad Corporativa | Innova Express | 3 |
| Classic | I+D Innovación de negocio. Calidad Corporativa | Área genérica de ideas innovadoras | 1 |
| | Medio ambiente | Soluciones financieras para pymes | 6 |
| TOTAL | | | 10 |

● Mecenazgo ambiental

El Grupo BBVA desarrolla una importante labor de mecenazgo ambiental, básicamente canalizada por sus fundaciones de España y México, pero en la que también participan unidades de negocio. Durante el 2005, esta aportación ascendió a 5,8 millones de euros, lo que supone un incremento del 16 % con respecto al 2004. Para más información, ver el capítulo de este informe “BBVA y el apoyo a la comunidad”.

Un caso especialmente relevante en esta materia lo ha constituido el compromiso de Anida —la

división inmobiliaria de BBVA— de dedicar el 0,7 % de su beneficio neto a actuaciones de responsabilidad corporativa, con especial atención al medio ambiente.

Por lo que respecta a la labor ambiental de la Fundación BBVA, centra su actuación en el fomento de la investigación, fundamentalmente a través de convocatorias públicas y de los Premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad en España y América Latina. Una iniciativa particularmente relevante en el 2005 ha sido su apoyo a la creación de la estación de investigación costera del Faro de Cap Sa-

COMPROMISO DE ANIDA

Objetivo: Anida se ha comprometido a destinar el 0,7 % de su beneficio neto del 2004 a actividades relacionadas con la responsabilidad corporativa, con especial atención al medio ambiente.

Actuación: este compromiso se ha empezado a materializar en el 2005. En el 2004 obtuvo un beneficio neto de 72,4 millones de euros, con lo que más de 500.000 euros han sido destinados a proyectos como:



- Tres iniciativas de conservación de fauna autóctona vía reforestación de sus hábitats, con el asesoramiento de WWF/Adena España:
 - Proyecto de conservación del oso ibérico denominado "Frutos para el oso", que será llevado a cabo por el Fondo Asturiano para la Protección de Animales Salvajes (FAPAS).
 - Proyecto de conservación del lince ibérico denominado "Mejorar el hábitat del lince", que será llevado a cabo por la Fundación Doñana.
 - Proyecto de recuperación de las Salinas de Santa Teresa para aves migratorias, en el Parque natural de Doñana.
- Simultáneamente, Anida está estudiando la viabilidad de proyectos adicionales de protección del medio ambiente.
- Además, Anida se ha adherido al WWF/Grupo 2000, promovido en España por WWF/Adena, para la explotación sostenible de los bosques, y asume el compromiso de utilización de madera y papel con el certificado FSC.

lines, en Mallorca. La Fundación desarrolla también una intensa actividad editorial y de promoción y difusión del conocimiento sobre estos temas.

En España, debe mencionarse así mismo el apoyo del Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas al IV Foro Nacional de Gestión Ambiental y Sostenibilidad, que organiza la Asociación Nacional de Auditores y Verificadores Ambientales (ANAVAM).

En cuanto a la labor desarrollada por el Grupo en América Latina, merece destacarse la desarrollada por la Fundación BBVA Bancomer, que centra su trabajo en este ámbito en el apoyo a la protección de los bosques autóctonos, y también la colaboración desarrollada en Perú por AFP Horizonte con la asociación Proislas en el proyecto "Conozcamos y conservemos nuestra fauna marina".

CALIFICACIONES DE BBVA EN RESPONSABILIDAD CORPORATIVA SEGÚN AGENCIAS ESPECIALIZADAS

| Entidad | Dimensión | 2005 | | 2004 | |
|--|---------------------------------------|------|--------------|------|--------------|
| | | BBVA | Media sector | BBVA | Media sector |
| SAM ^a  | Política/Gestión ambiental | 79 | 59 | 76 | 57 |
| | Comportamiento ambiental (eficiencia) | 40 | 21 | 31 | 18 |
| | Información ambiental | 75 | 45 | 59 | 34 |
| | Oportunidades de negocio | 46 | 22 | 46 | 20 |
| | Financiación de proyectos | 52 | 45 | 47 | 42 |
| | Eficiencia avanzada | 13 | 11 | 18 | 11 |
| VIGEO ^{a, b, c}  | Medio ambiente | 45 | = | 30 | = |

^a Escala de puntuación: 0 a 100.

^b Rating respecto a la media del sector: ++ Líder, + Avanzada, = Media, -Bajo media, -- Indiferente.

^c VIGEO efectúa además *Investor Solicited Activity* al estar efectuando auditorías corporativas a petición de las empresas.

9] BBVA Y EL APOYO A LA COMUNIDAD

EL COMPROMISO DE BBVA CON LA SOCIEDAD

- “Generar riqueza y contribuir de este modo al bienestar social y económico de las sociedades en las que opera, así como impulsar iniciativas sin ánimo de beneficio orientadas a satisfacer necesidades sociales básicas y a promover el desarrollo”.



RASGOS BÁSICOS

- Entidades y colectivos receptores preferentes:
- Sectores desfavorecidos.
 - Causas de emergencia.
 - Organizaciones humanitarias.
 - Educadores, familias necesitadas de apoyo en la educación y centros educativos.
 - Investigadores, universidades y centros de investigación y promoción del conocimiento.
 - Creadores de arte y cultura y centros culturales y artísticos.
 - Centros de conservación del medio ambiente.
 - Administraciones públicas.



FORTALEZAS

- Volumen y calidad de las políticas de apoyo a la comunidad.
- Desarrollo de acción social a través de productos financieros.
- Importancia del mecenazgo científico, ambiental, cultural y educativo.
- Importancia de las fundaciones.



CAMPOS DE MEJORA

- Coordinación y fortalecimiento de ejes vertebrales en las políticas de apoyo a la comunidad.
- Mayor alineación con la estrategia del Grupo.
- Mejor valoración de los impactos de las acciones realizadas.



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.
- Coordinación y alineación de las políticas de apoyo a la comunidad en América Latina.
- Avances en el desarrollo del Programa de Financiación Familiar del Plan Familias.
- Creación del Centro BBVA para la Juventud.
- Desarrollo de una política corporativa de fomento del voluntariado.
- Avances en la coordinación de las relaciones con organizaciones humanitarias.

● Perspectiva general

El Grupo BBVA se siente plenamente comprometido con la calidad de vida y el desarrollo de las sociedades en que está presente. Un compromiso transversal, que se recoge explícitamente en uno de sus Principios Corporativos, componente central de su responsabilidad social corporativa y que está presidido por los siguientes objetivos:

- Actuar bajo estrictas reglas de comportamiento ético y en línea con los valores derivados de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas.

- Contribuir a la consolidación de sistemas financieros sólidos y estables.
- Impulsar el crecimiento económico y el bienestar de las sociedades en donde opera.
- Atender necesidades sociales básicas, con especial preocupación por los colectivos más necesitados y por los aspectos más importantes para el fomento del desarrollo.

Este compromiso es asumido por el Grupo de forma integral. Ante todo, a través de la actividad habitual de sus distintas unidades, que, además de desarrollar numerosos productos y servicios especí-

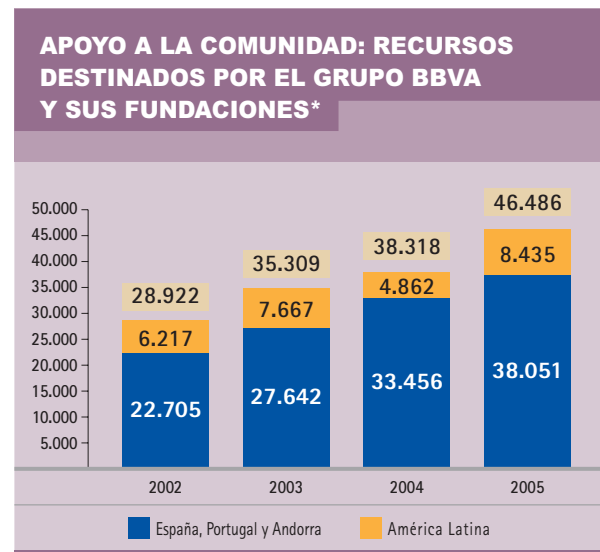
ficamente dirigidos a colectivos desfavorecidos o con necesidades especiales, contribuyen con su trabajo cotidiano a facilitar la solución de necesidades económicas y los proyectos de vida de sus clientes, impulsando el crecimiento económico y la mejora de las condiciones de vida. De todos estos aspectos se da cuenta en anteriores capítulos de este informe.

Además de lo anterior, el Grupo BBVA desarrolla una intensa política directa de apoyo a la comunidad, conformada por múltiples actuaciones sin ánimo de beneficio. No obstante, entiende esta política con perspectiva estratégica: como un importante factor de creación de valor a medio y largo plazo, en la medida en que contribuye decididamente a una mejor integración en las sociedades en las que trabaja y al consiguiente fortalecimiento de su reputación. El Grupo aplica esta política en todas las sociedades donde cuenta con presencia significativa y la desarrolla tanto por sus diferentes empresas como por sus cinco fundaciones. Se materializa en diversos campos de actuación, que se corresponden con las necesidades preferentes a las que se atiende (asistenciales, sanitarias, educativas, culturales, científicas y ambientales), canalizándose a través de distintas formas de actuación:

- Acciones de patrocinio y mecenazgo.
- Actividad de las fundaciones del Grupo.
- Actuaciones con empleados, fomentando el voluntariado.
- Actuaciones a través de productos y servicios especiales: fundamentalmente préstamos sin coste.
- Fomento de la colaboración con clientes en causas humanitarias.
- Cesión de activos: facilitando instalaciones propias o mediante la donación de mobiliario y equipos informáticos.

La importancia de esta política queda reflejada en los valores absolutos de los importes económicos destinados y en su apreciable crecimiento a lo largo de los últimos años. En el 2005, el conjunto de actividades que materializan el apoyo del Grupo BBVA a la comunidad han supuesto un desembolso de más de 46 millones de euros, con un crecimiento del 21,32 % respecto al 2004.

La evaluación de la utilidad e impacto sociales de este tipo de actuaciones es particularmente compleja. BBVA entiende que un reflejo adecuado puede encontrarse en las valoraciones específicas que conceden a su trabajo en este ámbito diferentes agencias evaluadoras y otras entidades especializadas en el escrutinio de las políticas de RSC. Las principales de las que BBVA tiene constancia —y que han permitido la publicación de sus datos con el detalle con que aparecen— se presentan en los cuadros siguientes.



* (Miles de euros).

CALIFICACIONES DE BBVA EN RESPONSABILIDAD CORPORATIVA SEGÚN AGENCIAS ESPECIALIZADAS

| Entidad | Dimensión | 2005 | | 2004 | |
|--------------------------|--|------|--------------|------|--------------|
| | | BBVA | Media sector | BBVA | Media sector |
| SAM ^a |  Apoyo a la Comunidad/Filantropía | 87 | 34 | 65 | 32 |
| VIGEO ^{a, b, c} |  Comunidad | 65 | + | 58 | = |

^a Escala de puntuación: 0 a 100.

^b Rating respecto a la media del sector: ++ Líder, + Avanzada, = Media, - Bajo media, -- Indiferente.

^c VIGEO efectúa además *Investor Solicited Activity* al estar llevando a cabo auditorías corporativas a petición de las empresas.

● **Las fundaciones del Grupo BBVA**

Son entidades sin ánimo de lucro, creadas con el objetivo específico de contribuir al desarrollo integral de la sociedad. Los campos preferentes de actuación son: la ciencia, la cultura, la educación, la salud, el medio ambiente y la asistencia social.

Fundación BBVA (España)

Promueve la investigación científica, preferentemente en las siguientes áreas:

- Ciencias Sociales.
- Salud, Biomedicina y Sistema Sanitario.
- Ciencias Ambientales.

La actividad de la Fundación se estructura en programas que agrupan proyectos diferenciados, actuando a través de dos modalidades:

- Iniciativas propias: seleccionadas internamente, en algunos casos mediante acuerdos de colaboración con instituciones que destacan por su excelencia.
- Convocatorias públicas: para incentivar la investigación mediante becas, bolsas de viaje o premios.

Los programas giran sobre aspectos de interés social prioritario, impulsando el análisis, la investigación, la reflexión y el debate, generando numerosos actos públicos y una importante actividad editorial, tanto convencional como electrónica.

Para más información: www.fbbva.es.

| FUNDACIÓN BBVA (ESPAÑA): INDICADORES BASICOS DE LA ACTIVIDAD | | |
|--|------------|------------|
| Concepto | 2005 | 2004 |
| Número de colaboradores | 1.045 | 1.732 |
| Número de proyectos de investigación en curso (41 iniciados en el 2005) | 178 | 172 |
| Formación avanzada (becas, cursos, premios, etc) | 21 | 37 |
| Número de encuentros y seminarios especializados | 35 | 21 |
| Número de conferencias de divulgación general | 40 | 88 |
| Número de publicaciones (incluidas coediciones) | 36 | 39 |
| Número de accesos (HITS) al portal de Fundación BBVA | 14.669.179 | 11.634.089 |
| Número de ponentes (intervinientes activos) | 244 | 260 |
| Número de asistentes a las distintas actividades | 6.422 | 7.300 |
| Número de bibliotecas que reciben publicaciones de la Fundación BBVA | 643 | 117 |
| Número de revistas académicas que reciben publicaciones de Fundación BBVA | 31 | 32 |
| Número de receptores de publicaciones de Fundación BBVA (no coediciones) | 20.522 | 22.516 |
| Materiales de divulgación editados (folletos, invitaciones, cuadernos, etc.) | 227.200 | 170.910 |
| Número de sesiones de usuarios registrados en la web | 139.995 | 120.582 |

| PRESENCIA DE LA FUNDACIÓN BBVA (ESPAÑA) EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, 2005 | |
|--|-------------------------|
| Número total de referencias (noticias relacionadas con la Fundación BBVA) | |
| Prensa: 1.572 noticias | Televisión: 66 noticias |
| Radio: 139 noticias | Internet: 496 noticias |
| Impacto de difusión en prensa: 100,7 millones de ejemplares | |
| Impacto de audiencia (lectores/espectadores): 526,8 millones | |

Fuente de impactos en audiencia y difusión: SOFRES/EGM/OJD

Fundación BBVA Banco Continental (Perú)

Orienta su actividad hacia tres áreas:

- Promoción de manifestaciones culturales peruanas en sus cinco galerías de exposiciones: Lima, Cuzco, Ciudad de Trujillo, Iquitos y Cajamarca.
- Actividad editorial, en ocasiones junto a AFP Horizonte (entidad del Grupo BBVA).
- Realización de obras sociales y de proyección a la comunidad.

Para más información:

<http://www.bbvabancocontinental.com>.

Fundación BBVA Banco Francés (Argentina)

Su objetivo básico es contribuir al bienestar de la comunidad en su conjunto. Toma como ejes preferentes de actuación el fomento de la actividad empresarial, la colaboración con organizaciones humanitarias y la promoción de la cultura y el arte. Impulsa activamente, además, la responsabilidad corporativa a través de investigaciones y actos públicos y colabora con el Foro Ecuemínico y Social, punto de encuentro de empresas, instituciones del tercer sector y confesiones religiosas, con el objetivo de fomentar los valores cívicos.

La sede de la Fundación alberga un museo que exhibe una colección (propiedad de la Fundación) del artista plástico Líbero Badí.

Para más información:
fundacion@bancofrances.com.ar

Fundación BBVA Bancomer (México)

Tiene por finalidad impulsar el bienestar individual y el desarrollo colectivo de la sociedad mexicana. Son sus objetivos:

- Promover actividades artísticas y culturales.
- Colaborar en actividades de desarrollo y asistencia social que redunden en beneficio de comunidades de recursos escasos.
- Contribuir a elevar la calidad de vida y el nivel educativo del país.
- Asistir a instituciones humanitarias.
- Estrechar vínculos con otras instituciones similares.

Para más información:
www.bancomer.com.mx/fundacion/index.asp

Fundación BBVA Provincial (Venezuela)

Orientada a promover el desarrollo de la sociedad venezolana, centra su actividad prioritariamente en educación y en cultura. Su línea de actuación más destacada es el Proyecto Papagayo, respaldado por la UNESCO, que lo considera “proyecto innovador para América Latina” por su contenido pedagógico y los principios que lo sustentan.

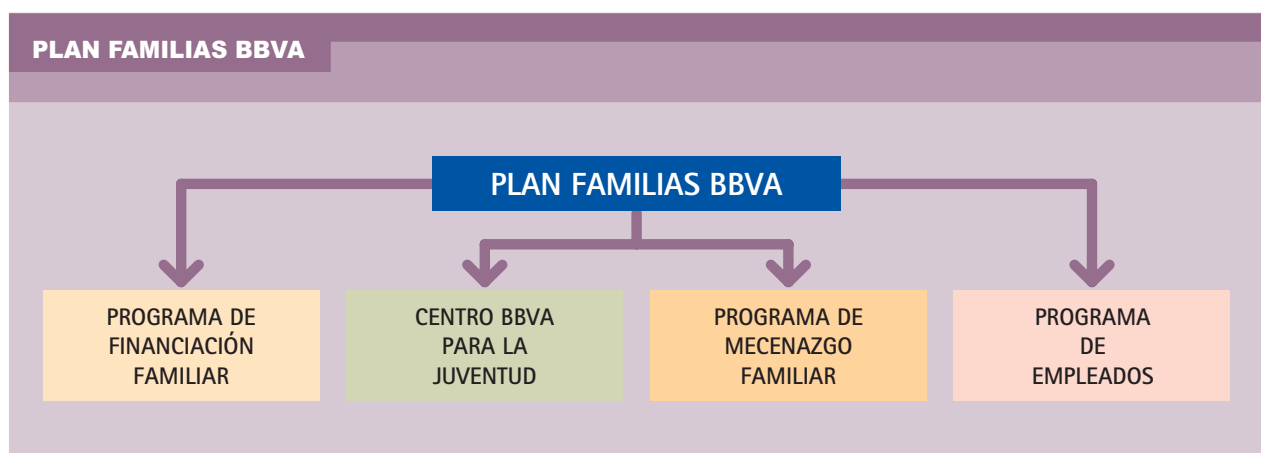
Para más información:
www.provincial.com/fundacion/fp_1.html

● Plan Familias BBVA

Es un programa corporativo de apoyo a la comunidad del Grupo BBVA, aprobado a finales del ejercicio 2003. Responde a los siguientes criterios:

- Consolidar una vía de actuación que sintonice con el carácter y la estrategia del Grupo como forma de respuesta a su cultura y valores.
- Delimitar una estrategia claramente diferenciada de apoyo a la comunidad.
- Implicar en sus actuaciones al mayor colectivo posible de la organización.

Desde esta perspectiva, el Plan Familias centra su finalidad en la ayuda a las familias a la hora de afrontar necesidades básicas, con una especial atención a los colectivos familiares más necesitados y vulnerables (niños, jóvenes, mayores, mujeres...). Orienta su actividad en torno a diferentes líneas de actuación (iniciativas financieras, apoyo directo, actuaciones formativas, análisis e investigación, foros de difusión y debate colectivo, publicaciones, etc.), agrupadas en cuatro programas.



Programa de Financiación Familiar

Centrado en torno a los Préstamos Familiares: pequeños préstamos orientados a cubrir necesidades familiares específicas al 0 % de interés, sin comisiones y a un plazo máximo de tres años. En el 2005 se desarrollaron dos modalidades:

- Préstamo Nacimiento: Facilita ayudas para afrontar los gastos derivados del nacimiento o de la adopción de un hijo, siendo accesible para madres de toda condición (españolas, extranjeras residentes, trabajadoras o en paro, solteras o casadas). La positiva acogida de la primera campaña (febrero-junio 2004) avaló en octubre del 2004 el lanzamiento de una segunda, que finalizó en febrero del 2005. A su cierre se contabilizaron en esta segunda campaña 7.568 préstamos, por 22,5 millones de euros (947 operaciones —12,5 % del total— con algún titular extranjero). De estos préstamos 3.194 fueron concedidos en el 2005, por valor de 9,5 millones de euros (425 operaciones —13,3 % del total— con algún titular extranjero). Incorpora un sistema especial de análisis del riesgo que facilita la concesión a personas con difícil acceso al sector financiero (muy especialmente, inmigrantes).
- Préstamo Superación: destinado a familias con hijos menores de 30 años con discapacidad física o psíquica, o a las propias personas discapacitadas, para financiar gastos no habituales generados por la discapacidad (mejora de la movilidad o de la capacidad sensorial, formación y tratamientos médicos, etc.). Desarrollado desde el 1 de julio al 31 de octubre, se con-

cedieron 915 préstamos, por 2,8 millones de euros.

Programa de Mecenazgo Familiar

Engloba dos líneas de actuación:

- Proyectos de Futuro: Centrados en la formación y en la juventud. Los más relevantes son la Ruta Quetzal BBVA y los Premios a la Acción Magistral (en colaboración con la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) y la UNESCO).
- Iniciativas Familiares: patrocinios a iniciativas en el ámbito familiar desarrolladas por instituciones de prestigio, como la Fundación +Familia, Fundación Ayuda contra la Drogadicción (FAD), Centro de Educación Familiar Especial (CEFA-ES) o Acción Familiar de Vizcaya (AFAVI).

Centro BBVA para la Juventud (denominación provisional)

Se prevé su presentación en el 2006, configurándose como un espacio de formación, asesoramiento e información en todo tipo de cuestiones vinculadas con temas socio-económicos relacionados con la juventud.

Programa de Empleados

Actuaciones dirigidas a las familias de los profesionales del Grupo en el ámbito de la formación e iniciativas de fomento del voluntariado, entre las que cabe mencionar un curso de formación sobre voluntariado en la intranet del Grupo, el apoyo de empleados y familiares al proyecto “Leyendo juntos-Residencia Activa” de Acción Familiar Vizcaína (AFAVI) y, especialmente, el proyecto Euro Solidario (ver recuadro).

PROYECTO EURO SOLIDARIO

Objetivo: recaudar fondos para una iniciativa que Fundación Entreculturas-Fe y Alegría desarrolla en la cuenca del Río Loco, en el Perú, para facilitar el acceso a la educación y contribuir al desarrollo socio-económico de la zona, a través de escuelas rurales para la población infantil y juvenil de comunidades campesinas indígenas.

Actuación: BBVA promueve desde septiembre del 2005 entre sus empleados en activo en España una campaña (difundida por intranet) para que todos los trabajadores que lo deseen donen mensualmente un euro, que se detrae automáticamente de su nómina. BBVA aporta una cantidad equivalente a la donada por los empleados. Entreculturas facilita documentación, difundida internamente, y se encarga del seguimiento del proyecto, cuya dirección y gestión económica quedan bajo su responsabilidad.

A 31 de diciembre del 2005 se habían adherido 4.522 empleados, habiéndose recaudado 12.248 euros. BBVA igualó esta aportación, duplicándose la donación.

● **Actuaciones fuera de España**

La actividad fundamental se centra en América Latina, donde el Grupo BBVA orienta su apoyo a la comunidad preferentemente al fomento de la educación y de la cultura, aunque también dedica importantes recursos a la asistencia social y al apoyo

a la iniciativa y la creatividad empresariales. Por países, destacan en volúmenes absolutos particularmente México y Venezuela, en tanto que en términos relativos (como porcentaje del beneficio atribuido) son muy relevantes los casos de Venezuela y Puerto Rico.

POLÍTICA DE APOYO A LA COMUNIDAD FUERA DE ESPAÑA

| País | Entidad | Proyecto relevante |
|-----------------------|------------------------------|---|
| AMÉRICA LATINA | | |
| ARGENTINA | AFJP CONSOLIDAR | Campaña "Mejor Prevenir". Avalada por la Sociedad Argentina de Pediatría, es un programa de prevención de accidentes y educación, en el que han participado 20.000 alumnos en sus dos años de vida. |
| | BBVA Banco Francés | IV Premio al Emprendedor Solidario. Colaboración desde el 2002 con el Foro Ecuménico y Social en el reconocimiento de programas que mejoran las condiciones de vida y estimulan el espíritu solidario. |
| | Fundación BBVA Banco Francés | "Paso a Paso", programa educativo en colaboración con la Fundación Leer, que introduce nuevos métodos de enseñanza y promueve la participación de familia y comunidad a nivel preescolar y de educación primaria. |
| BOLIVIA | AFP PREVISIÓN | Premio Nacional de Novela, en colaboración con el Ministerio de Cultura boliviano y la Editorial Santillana. |
| CHILE | AFP CHILE | Financiación de la Cátedra de Seguridad Social en la Facultad de Economía y Administración de la Universidad de Chile, destinada a difundir los principios del sistema privado de pensiones. |
| | BBVA Chile | Club deportivo BBVA Chile, para fomentar deporte y salud entre las familias de los empleados, con actividades abiertas a la comunidad. Línea que se añade al apoyo financiero a la Corporación de Deportes del Estado para promover el desarrollo del deporte, especialmente entre la población con menos recursos. |
| COLOMBIA | AFP HORIZONTE COLOMBIA | Reciclado del papel de la entidad para su cambio por comida, que se entrega a niños y mayores desfavorecidos. |
| | BBVA Colombia | Concurso Nacional de Pintura. Es el más importante de Colombia en esta disciplina artística. |
| MÉXICO | BBVA Bancomer | Apoyo a los afectados por los huracanes Stan y Wilma. |
| | Fundación BBVA Bancomer | Programa Bancomer en la Educación, que encuadra eventos como la Olimpiada del Conocimiento Infantil, la Semana de la Convivencia Cultural y las becas de excelencia ITESM-Bancomer. |
| PANAMÁ | BBVA Panamá | "Pasión por las Personas": asistencia social a personas con escasos recursos. |
| PARAGUAY | BBVA Paraguay | Torneo Copa del Rey: torneo benéfico de golf, en colaboración con Iberia y Mapfre. Cada año, donan lo recaudado a una organización humanitaria: en el 2005, para construir una pequeña escuela en una zona deprimida. |

POLÍTICA DE APOYO A LA COMUNIDAD FUERA DE ESPAÑA (Cont.)

| País | Entidad | Proyecto relevante |
|---------------|---|--|
| PERÚ | AFP HORIZONTE | Apoyo al Club del Pensionista, organización privada que promueve proyectos dirigidos a mejorar la calidad de vida de personas mayores necesitadas. |
| | BBVA Banco Continental | APRENDO: programa que introduce a los niños en el ámbito económico-financiero, a través de la actuación en colegios peruanos. |
| | Fundación BBVA Continental | Programa de Exposiciones: en el 2005 se celebraron 19 en diversas ciudades del país. |
| PUERTO RICO | BBVA Puerto Rico | Programa "Adelante es Aprender": plan de educación financiera en las escuelas elementales, en el que participan empleados del banco y que se amplía con visitas de los alumnos a las oficinas bancarias. |
| URUGUAY | BBVA Uruguay | Apoyo de la entidad y de sus empleados a la sección infantil del Hospital Pereira Rosell. |
| VENEZUELA | BBVA Banco Provincial | Formación de microempresarios: programa de capacitación que proporciona asistencia integral de cara a la obtención de financiación y fortalecimiento de la capacidad de gestión. |
| | Fundación BBVA Provincial | Programa Papagayo, orientado a educar en valores y promover la lectura y la escritura creativa en niños y niñas de la educación básica pública. |
| EUROPA | | |
| ANDORRA | Banc Internacional d'Andorra - Banca Mora | Temporada de Música y Danza, en colaboración con el Ayuntamiento de Andorra la Vella, en el que participan artistas de reconocido nivel internacional. |
| PORTUGAL | BBVA Portugal | Patrocinio, en colaboración con importantes empresas portuguesas, del Museo de la Presidencia de la República, en cuyo marco se celebró en el 2005 la exposición <i>El Palacio de Belem</i> . |

● Campos temáticos

El apoyo a la comunidad del Grupo BBVA se desarrolla en los siguiente campos:

- Asistencia Social.
- Educación.
- Cultura.
- Salud.
- Ciencias Sociales.
- Medio ambiente.
- Promoción de la responsabilidad empresarial.

Asistencia Social

Engloba aportaciones y donaciones realizadas a organizaciones humanitarias y ayudas directas (económicas, materiales o de recursos humanos) para paliar necesidades básicas de colectivos desfavorecidos y afrontar emergencias.

España

Además del Programa de Financiación Familiar (ver apartado Plan Familias BBVA), la labor desarrollada en este terreno se canaliza mediante ayudas directas a organizaciones solidarias y causas humanitarias.

BBVA ha avanzado en un protocolo de actuación sobre apertura y tratamiento de cuentas y canalización de ayuda humanitaria. En algunos casos, se comunica la actuación a la clientela para incentivar su colaboración. Ejemplo destacado en el 2005 fue la actuación ante el huracán *Stan*, en el que clientes y empleados de BBVA aportaron más de 150.000 euros, cedidos finalmente a Cruz Roja Española.

Asimismo, BBVA facilita a organizaciones humanitarias encartes dirigidos a la clientela del Grupo en España (500.000 folletos por actuación). En el

2005 se han beneficiado de esta iniciativa: Anesvad, Manos Unidas, Fundación Intervida, Médicos Mundi, Médicos sin Fronteras, Cruz Roja, Fundación Entreculturas, Cáritas y UNICEF.

De otro lado, el servicio Colabor@, implantado por BBVA.net, permite a los clientes realizar aportaciones (con gran sencillez y total exención de comisiones) a organizaciones humanitarias, prioritariamente para campañas especiales por emergencias. Al cierre del 2005, figuraban en el servicio 29 instituciones, nacionales e internacionales, registrándose un total de 722.794,80 euros aportados por esta vía en el conjunto del año (la cifra quintuplica el flujo gestionado en el 2004).

Entre las instituciones receptoras de ayuda de asistencia social figuran:

- Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD).
- Fundación Víctimas del Terrorismo.
- Fundación Tot Raval.
- Fundación Deporte Joven.
- Médicos del Mundo.
- Acción Familiar Vizcaína (AFAVI).
- Fundación + Familia.

- Centro de Educación Familiar Especial (CEFAES).
- UNICEF.
- Cruz Roja Española.
- Asociación de Lucha contra el Cáncer.
- Nuevo Futuro – Aldeas Infantiles.

Anida —filial inmobiliaria de BBVA— participa en un proyecto de la Fundación Vicente Ferrer y de ASPRIMA (Asociación de Promotores de Madrid) para construir 500 viviendas en una las zonas más pobres de la India, que se materializará en el 2006.

América Latina

Entre las numerosas actividades realizadas por las entidades del Grupo BBVA en América Latina durante el 2005, pueden destacarse las siguientes:

BBVA Bancomer (México)

- Colaboración económica para paliar los daños provocados por los huracanes *Wilma* y *Stan* (ver recuadro).
- Programa Educativo contra las Adicciones de la Fundación BBVA Bancomer, en colaboración con la FAD y la Secretaría de Educación Pública del Gobierno Federal mexicano.

APOYO A DAMNIFICADOS POR LOS HURACANES STAN Y WILMA

Objetivo: ayuda a 8.000 familias afectadas en varios Estados de México.

Actuación: BBVA Bancomer aportó 2.500.000 pesos y canalizó las donaciones de clientes y empleados. Además, las oficinas del banco funcionaron como centros de acopio, recogiendo material destinado a los damnificados (919 cajas de víveres y 1000 baterías de cocina) y sirviendo en algunos casos en los Estados afectados como almacenes canalizadores de la ayuda. En estos trabajos participaron de forma voluntaria y desinteresada 327 trabajadores de BBVA Bancomer.

Con el Gobierno mexicano se creó un fondo de ayuda al empleo destinado a pymes afectadas en la zona del desastre. Adicionalmente, se establecieron condiciones preferentes en productos financieros para beneficiar a personas, entidades e instituciones que sufrieron daños.

BBVA Banco Provincial (Venezuela)

- Colaboración en el programa Alianza para una Venezuela sin Drogas, desarrollado por la Comisión Nacional Contra el Uso Ilícito de las Drogas (CONACUID).

BBVA Banco Continental (Perú)

- Apoyo a FUNDADES-Asociación de Hogares Nuevo Perú en proyectos destinados a la población más necesitada y programas para niños y jóvenes con discapacidad.

Fundación BBVA Banco Francés (Argentina)

- Apoyo al programa “Integrar es dar oportunidades”, con entrega de 31 sillas de ruedas a la ONG CILSA, para personas con recursos escasos, en su mayoría niños.

Educación

El Grupo BBVA dedica una atención destacada al fomento de la educación. Desarrolla numerosas iniciativas, propias o en colaboración, con una especial preocupación por los colectivos desfavorecidos.

El Grupo BBVA dedica especial atención a este campo en América Latina, con actuaciones en muchos casos asentadas desde hace varios ejercicios y con amplio reconocimiento internacional.

España

Entre las diferentes iniciativas impulsadas destacan:

- Ruta Quetzal BBVA (ver recuadro).
- Premio a la Acción Magistral: dirigido a profesores y centros de educación infantil y/o primaria organizado por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), con la colaboración de la Comisión Española de Cooperación con la UNESCO y BBVA.
- Fundación BBVA: desarrolla diversas iniciativas enfocadas a mejorar la calidad educativa y promover la formación avanzada, entre las que destacan:
 - Vigésima edición de los Premios Francisco Giner de los Ríos a la Mejora de la Calidad Educativa, en colaboración con el Ministerio de Educación y Ciencia.
 - XXIV edición de los Cursos de Verano de la Universidad del País Vasco, en los que la Fun-

dación BBVA es la principal entidad colaboradora privada.

- Patrocinio de los cursos de Periodismo de la Universidad Autónoma de Madrid y El País, para formación de profesionales de la comunicación.
- Promoción de la formación avanzada, mediante el apoyo a numerosas actividades de instituciones universitarias.
- II Estudio sobre la juventud universitaria española.
- Otras iniciativas:
 - Formación de universitarios para facilitar su inserción en el ámbito profesional mediante prácticas educativas articuladas. Gestionada por Recursos Humanos, en cooperación con entidades educativas, nacionales y extranjeras.
 - Patrocinio de los Premios Blue Joven Emprendedores de Andalucía y de las islas Baleares, en colaboración con los respectivos gobiernos autonómicos, para fomentar actitudes emprendedoras de alumnos de Formación Profesional.

RUTA QUETZAL BBVA

Objetivo: programa educativo, cultural y de aventura que proporciona a jóvenes de diferentes países de todo el mundo la oportunidad de descubrir la dimensión humana, geográfica e histórica de la cultura iberoamericana, estimulando valores como la curiosidad intelectual, el estudio, el esfuerzo, la cooperación y la solidaridad, el reconocimiento, la aceptación de la diversidad cultural o la capacidad de adaptarse a contextos desconocidos.



Actuación: la actividad central de Ruta Quetzal BBVA se concreta en expediciones anuales por tierras de América Latina y España, mediante las que se estimula el conocimiento de las realidades y relaciones de ambos mundos, al tiempo que constituyen ámbitos de intensas experiencias personales y fértiles escuelas de convivencia. Durante cada expedición se imparten numerosos cursos y talleres, dentro de un programa académico diseñado por la Universidad Complutense de Madrid, en colaboración con otras universidades españolas y latinoamericanas. Las actividades deportivas en el medio natural están organizadas por el Consejo Superior de Deportes de España. De cada viaje se editan diversos programas televisivos.

Es uno de los proyectos de mecenazgo estelares de BBVA: asume su organización y aporta los recursos económicos necesarios (en el 2005, 1,2 millones de euros). Es, además, un programa adscrito a la Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional y para Iberoamérica del Ministerio de Asuntos Exteriores de España y auspiciado por la Secretaría General para Iberoamérica. Está declarado de Interés Universal por la UNESCO. En su edición del 2005, ha sido declarado también de Interés Nacional por el Gobierno de Perú, contando con la colaboración del Ministerio de Defensa de España y de las comunidades autónomas de Castilla-La Mancha, Castilla y León, Madrid y el País Vasco.

En el 2005 se ha celebrado la XX edición, con participación (previo concurso en cada país de origen) de 350 jóvenes, procedentes de medio centenar de países (50 de ellos, hijos de empleados del Grupo BBVA). Con el título de "Desde las ciudades de los Reyes al Amazonas", los expedicionarios recorrieron tierras peruanas y españolas, siendo recibidos por SS.MM. los reyes en el Palacio de la Granja (Segovia). En el 2005, se convocó también, por vez primera, un concurso de relatos cortos de la Ruta Quetzal BBVA, accesible a todos los expedicionarios de cualquier edición que se inscribieran en la comunidad virtual "Espacio Quetzal". Se recibieron 68 relatos.

Ruta Quetzal BBVA dispone de un canal de información y comunicación propio (www.rutaquetzal.com).

- Banca de Instituciones y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) mantienen un acuerdo-marco para formar funcionarios. Impulsan también el Foro Local, que desarrolla actividades formativas y de comunicación para las administraciones locales (con publicaciones como *El Manual del Alcalde*) y el “Premio Observatorio Foro Local”. Adicionalmente, patrocina un importante número de becas a doctorandos en la Universidad de Deusto.
- El área de Banca Minorista es la principal patrocinadora de la sección española de AIESEC (Asociación Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas).
- Comunicación e Imagen patrocina cursos, seminarios y conferencias de distintas entidades dirigidos a la formación de profesionales.

Europa y Estados Unidos

- Banc Internacional d’Andorra-Banca Mora ha sustituido su regalo institucional de Navidad por la donación a una ONG de un minibús para alumnos de una escuela especializada y una biblioteca. Asimismo, colabora con el Ministerio de Educación en el proyecto Clau Digital sobre metodología pedagógica, que se aplicará en los tres sistemas de enseñanza del país (español, francés y andorrano).
- Banca Mayorista desarrolló varios proyectos y organizó para inversores 14 cursos gratuitos de formación, en los que participaron 800 personas.
- BBVA Nueva York participó en el programa “Joseph A. Forgiore Development School for Youth (DSY)” para jóvenes de comunidades de bajos ingresos.
- BBVA Milán colaboró con varias universidades italianas en distintos cursos.

América Latina

Prácticamente todas las entidades del Grupo en la región, en especial las fundaciones, colaboran en proyectos educativos, algunos muy consolidados,

desde la convicción de que la educación es la mejor inversión para fomentar el desarrollo. Entre los proyectos impulsados, merecen señalarse:

Venezuela

- Proyecto Papagayo: gestionado por la Fundación BBVA Provincial. La UNESCO lo considera “proyecto innovador para América Latina” por el contenido pedagógico y los principios que lo sustentan. Fomenta la educación en valores como proceso integral y transversal, a través de la lectura y la creación literaria desde las edades más tempranas. A los beneficiarios directos, docentes y alumnos, se añaden los indirectos, representados por el grupo familiar, la comunidad educativa y el entorno comunitario. Desde 1999 se han beneficiado directamente de esta iniciativa 16.000 niños y 592 escuelas públicas, e indirectamente más de 50.000 personas.

La Fundación lleva a cabo también un importante programa editorial infantil de cobertura nacional, a través de la red de Bibliotecas Públicas y Bibliotecas escolares. En sus siete años de vida, directa o indirectamente, se han beneficiado del mismo 640.000 niños.

- BBVA Banco Provincial promueve un Programa de Formación de Microempresarios. Su objeto es proporcionar asistencia integral con miras a favorecer su acceso a la financiación y fortalecer su capacidad de gestión. El proyecto se realiza a través de alianzas estratégicas de colaboración con prestigiosas universidades del país: UNMET, UNITEC y ULA (para más información, ver “BBVA y sus clientes”).

México

La Fundación BBVA Bancomer desarrolla “Bancomer en la Educación”, un programa de alto impacto social que cuenta con la colaboración de la Secretaría de Educación Pública y de la Presidencia de la República y que incluye las siguientes actividades:

| PROYECTO PAPAGAYO: REALIZACIONES Y PREVISIONES | | | |
|--|---------------------|--------------|----------------|
| Cursos académicos | Escuelas implicadas | Docentes | Alumnos |
| Del 2004 al 2006 | 525 | 2.100 | 63.000 |
| Del 2006 al 2009 | 1.080 | 4.320 | 129.600 |
| TOTAL | 1.605 | 6.420 | 192.600 |

- Becas de ayuda a familias de escasos recursos.
- Becas de excelencia para jóvenes de alto rendimiento académico y escasos recursos económicos que desean cursar bachillerato o acceder a estudios universitarios en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. Hasta el 2005, ha otorgado 390 ayudas para enseñanzas preparatoria y universitaria.
- Veinticuatro Centros de Capacitación Integral, con colaboración voluntaria de empleados de BBVA Bancomer y familiares, enfocados a la formación básica y profesional de personas sin recursos y bajo nivel de formación, en especial en zonas rurales deprimidas.
- Olimpiada del Conocimiento Infantil, en colaboración con la Secretaría de Educación Pública, en cuyo marco se concedieron 550 becas en el 2005.

Por su parte, BBVA Bancomer patrocina los Talleres Mad Science en el Museo del Niño de la Ciudad de México, que facilitan a escolares de enseñanza primaria de centros públicos un primer contacto con el mundo de la ciencia. Promueve, además, el “Convenio BBVA Bancomer Educación”, mediante el que ofrece a los docentes condiciones financieras especiales y beneficios exclusivos en reconocimiento a su labor y funciones.

Perú

Proyecto Aprendo BBVA: una imaginativa propuesta de formación de niños y jóvenes en temas económicos y financieros. Recomendado por las autoridades educativas del Perú, el proyecto contribuye a potenciar la creatividad empresarial de los jóvenes, complementándose con un programa de microfinanciación.

En el 2005 atendió a 704 estudiantes de 11 colegios (6 privados y 5 estatales) de las ciudades de Lima, Arequipa, Trujillo y Chiclayo.

Argentina

- Entre las actividades educativas realizadas por la Fundación BBVA Banco Francés y el propio banco, destacan: “La Escuela y el Museo”, visitas didácticas de escolares al Museo Líbero Badií (gestionado por la Fundación); el programa Jug-Arte en apoyo al Departamento de Pediatría del Hospital de Clínicas; los Talleres de Animación a la Lectura en la Biblioteca Las Tunas; “Paso a Paso”, un programa educativo en colaboración con la Fundación Leer centrado en nuevos méto-

dos de enseñanza que promueven la participación de la familia y la comunidad, para niños de enseñanzas preescolar y primaria.

- BBVA Banco Francés es patrono de la Fundación Junior Achievement y apoya varios de sus programas para alumnos de primaria y secundaria. También colabora con la Fundación Cimientos en el acceso al conocimiento básico para alumnos con bajos recursos.

Puerto Rico

Proyecto “Adelante es Aprender”, dirigido a facilitar el acceso a la educación a niños de familias con bajos recursos. Empleados del banco visitan, voluntariamente, las escuelas elementales públicas para enseñar a los niños aspectos económicos básicos. Además de recibir materiales diversos, los escolares visitan las oficinas bancarias.

Cultura

Es un campo de actuación tradicional del Grupo BBVA, que desarrolla una ambiciosa programación cultural y que constituye una referencia dentro del mecenazgo artístico, tanto en España como en América Latina.

España

La actividad básica forma parte del Programa Cultural que desde el 2003 gestiona el área de Comunicación e Imagen. Se centra en tres grandes líneas: Programa Expositivo, Restauraciones del Patrimonio Histórico-Artístico y Fomento de la Música.

- Programa Expositivo:
 - Exposiciones propias:
 - Obras Maestras de la Colección BBVA* (ver recuadro).
 - De Rafael a Degas: Obras Maestras del Museo Fabre de Montpellier* (Madrid y Bilbao, 55.588 visitantes).
 - *BBVA Contemporáneos*: espacio de vanguardias artísticas creado en el 2005. Su primera muestra ha sido *Hasta pulverizarse los ojos* (Madrid y Bilbao, 12.220 visitas).
 - Exposiciones en colaboración:
 - Junto a Fundación BBVA Bancomer, patrocinó el pabellón especial de México en la ARCO 05 (Feria Internacional de Arte Contemporáneo de Madrid).
 - *La Mujer. Metamorfosis de la modernidad*, en colaboración con la Fundación Joan

OBRAS MAESTRAS DE LA COLECCIÓN BBVA

Objetivo: mostrar una selección muy representativa de la relevante colección de obras de arte del Grupo BBVA (3.000 piezas de importancia) en países de América Latina.

Actuación: la muestra plantea un recorrido histórico a través de grandes obras del arte internacional comprendidas entre los siglos XV y XX. Se presentó en importantes museos de seis países latinoamericanos durante el bienio 2004/2005: México, Chile, Perú, Colombia, Venezuela y Puerto Rico. En el 2005 visitó Venezuela (Museo de Bellas Artes de Caracas, del 30 noviembre del 2004 al 25 enero del 2005; en total, 9.765 visitantes, en el 2005 fue visitada por 4.875 personas) y Puerto Rico (Museo de Arte de Puerto Rico, San Juan, 15 febrero-27 marzo del 2005; 8.340 visitantes).

Para más información: www.bbva.es/BBVA/ColeccionBBVA.

- Miró (Barcelona, 32.324 visitantes hasta el 31 de diciembre del 2005).
 - *El Imperio Azteca*, con el Museo Guggenheim (Bilbao, 607.699 visitantes).
 - *El Retrato español del Greco a Picasso*, con el Museo del Prado (Madrid, 351.392 visitantes; durante 2005, 91.531).
 - *Los maestros del collage*, con la Fundación Joan Miró (Barcelona, 43.457 visitantes hasta el 31 de diciembre del 2005).
 - *XVIII Exposición Audiovisual*, con la Escuela de Bellas Artes de la Universidad del País Vasco (Bilbao, 1.800 visitantes).
 - Restauraciones del Patrimonio Histórico-Artístico:
 - Capilla de San Miguel de la catedral de Jaca. En colaboración con la Diputación General de Aragón y el Obispado de Jaca.
 - Sepulcro de Ordoño II de la catedral de León. En colaboración con el Cabildo de la catedral de Santa María (León).
 - Techo y columnas del Patio de los Arrayanes de la Alhambra de Granada. En colaboración con el Patronato de la Alhambra y el Generalife.
 - Colección de tapices de la catedral de Santiago de Compostela. En colaboración con el Cabildo de la catedral de Santiago de Compostela.
 - Retablo Mayor de la iglesia de San Jorge del Hospital de la Caridad de Sevilla. En colaboración con la Junta de Andalucía y la Hermandad de la Santa Caridad.
 - Fomento de la Música:
 - Patrocinio de la Cátedra BBVA de viola de la Escuela Superior de Música Reina Sofía de la Fundación Albéniz.
 - Patrocinio de la Asociación de Amigos de la Ópera de Bilbao.
 - Otras actividades culturales del Grupo BBVA en España:
 - Creación, con la Agencia EFE, de la Fundación del Español Urgente (Fundéu), destinada a mejorar el uso del idioma español en los medios de comunicación.
 - Archivo y Museo Histórico de BBVA: custodia un gran patrimonio documental y mantiene un museo sobre la historia económica española del s.XIX y una línea de publicaciones sobre finanzas. Adicionalmente, atiende consultas de investigadores y del público en general (en el 2005 hubo 8.080 consultas).
 - Fundación BBVA, Banca Minorista, Comunicación e Imagen y Banca Privada han editado publicaciones culturales que en algunos casos se han distribuido a bibliotecas populares, Instituto Cervantes e instituciones penitenciarias.
 - Banca de Instituciones patrocinó diferentes actos del IV Centenario de El Quijote y editó el folleto *Las Rutas del Quijote*, regalado a 400.000 pensionistas.
 - En colaboración con el Ministerio de Defensa, la unidad de Colectivos de Banca Minorista ha patrocinado numerosos proyectos de investigación, restauración de fondos históricos y edición de trabajos singulares de trascendencia cultural.
- Europa**
- Banc Internacional d'Andorra-Banca Mora, en colaboración con el Ayuntamiento de Andorra la

Vella, patrocina la Temporada de Música i Danza, de gran repercusión, en la que participan artistas de reconocido nivel internacional.

- BBVA Portugal patrocina, junto con dos importantes empresas portuguesas, el Museo de la Presidencia de la República, marco en el que se celebró en el 2005 la exposición *El Palacio de Belem*, muestra histórico-artística sobre Portugal.

América Latina

Entre las múltiples iniciativas de apoyo a la cultura desplegadas, destacan:

- Programa de Fomento Cultural de la Fundación BBVA Bancomer (México): incluye el Fondo de Apoyo a las Artes, que en el 2005 llevó a cabo una treintena de proyectos en diversas disciplinas artísticas, entre los que cabe mencionar:
 - X Salón de Arte Bancomer, muestra representativa de arte plástico contemporáneo. Una selección de sus obras se expuso en París.
 - Exposiciones propias y en colaboración con la Sala de Arte Público Siqueros y con el Centro de las Artes de Monterrey.
 - IV Simposio Internacional de Teoría sobre Arte Contemporáneo (SITAC).
 - Escuela de oficios para niños y jóvenes de la calle.
 - VII Gira Nacional de la Orquesta Sinfónica Infantil de México (OSIM)
- Programa Expositivo de la Fundación BBVA Provincial (Venezuela), centrado en la promoción de artistas plásticos venezolanos. En el 2005 destacaron la exposición de las obras del escultor Francisco Narváez y la muestra *El Quijote en Venezuela*.
- BBVA Banco Provincial desarrolló el programa de Campamentos Vacacionales para hijos de empleados, de carácter cultural y particularmente orientados a promocionar la cultura y el conocimiento del folclore nacional.
- La Fundación BBVA Banco Francés (Argentina) realiza actividades culturales en tres líneas:
 - Promoción de la cultura, mediante acuerdos con la Dirección General de Museos de la Ciudad de Buenos Aires, que implica el patrocinio de varias muestras itinerantes.
 - Programa de promoción, preservación y restauración de obras de la Colección Badié, con un inventario digital de la colección. Se pro-

mueven visitas guiadas didácticas para escolares y una jornada de puertas abiertas.

- Preservación del patrimonio arquitectónico, actuación centrada en el 2005 en la Casa Alsina, Monumento Histórico Nacional.
- Programa Cultural de la Fundación BBVA Banco Continental (Perú):
En el 2005 se realizaron 19 exposiciones de artistas peruanos en las salas de Lima, Cajamarca, Trujillo y Arequipa. Además, patrocina el Museo de Arte Precolombino de Cuzco, instalado en un edificio del banco y que constituye una de las colecciones más importantes del mundo de arte precolombino.
- BBVA Colombia:
Además de patrocinar el Concurso Nacional de Pintura, el más importante de Colombia en esta disciplina artística, en el 2005 ha patrocinado el programa “400 años del Quijote”.
- BBVA (Chile):
Las numerosas actividades derivadas del patrocinio del Centenario de Pablo Neruda en el 2004 se ampliaron en el 2005 con la edición de textos del mencionado poeta.
- AFP Previsión Bolivia:
Colabora desde 1999 con el Premio Nacional de Novela, junto al Ministerio de Cultura boliviano y la Editorial Santillana. Asimismo, patrocina el concierto anual de Música Barroca de la Orquesta Sinfónica Hombres Nuevos.

Salud

Constituye otra de las líneas destacadas de la política de apoyo a la comunidad del Grupo BBVA.

España

Las aportaciones básicas en este campo corren a cargo de la Fundación BBVA, a través de dos programas:

Biomedicina

- Epidemiología, Oncología, Bioinformática y Medicina Molecular son sus líneas de actuación, impulsando la investigación de vanguardia. En el 2005 inició un proyecto trienal con el Instituto de Investigación Biomédica de Barcelona para el desarrollo de un laboratorio dedicado al estudio de genes y mecanismos de metástasis. Se crea también una red de cooperación con otras instituciones oncológicas y se impulsan conferencias internacionales sobre esta

PROGRAMA DE EDUCACIÓN A FAMILIAS SOBRE ENFERMEDADES DE ALTA PREVALENCIA

Objetivo: proporcionar información de calidad y didáctica a pacientes y familiares sobre enfermedades de alta prevalencia (en torno a principios generales de educación terapéutica) y establecer un canal de contacto entre pacientes, familiares, asociaciones, profesionales e instituciones.

Actuación: corre a cargo del Hospital Clinic, de Barcelona. El uso de tecnologías digitales interactivas incrementa la eficacia del proceso de comunicación entre el sistema sanitario y el paciente, facilita mayor capacidad de autogestión de la enfermedad y, con ello, superior calidad de vida. El período de colaboración es de tres años y la inversión en el 2005, de 1,2 millones de euros.

Para más información: www.fbbva.es.

temática. La inversión realizada en el 2005 fue de 900.000 euros.

- La Fundación contribuye a la formación avanzada, con una particular atención a la terapia celular y genética. Colabora también con la Fundación Carolina en un programa de becas en Biomedicina para especialistas latinoamericanos.

Salud y Sistema Sanitario

Se centra en el análisis de las diferentes vertientes del sistema sanitario. Impulsa una línea de medicina aplicada, colaborando con el Hospital Clinic, de Barcelona, en un programa de educación a familias sobre enfermedades de alta prevalencia (ver recuadro).

En ambos programas, la Fundación BBVA promueve la investigación mediante convocatorias públicas de ayudas y organiza encuentros, seminarios y cursos especializados, conferencias magistrales y actos públicos de divulgación, colaborando con instituciones públicas y privadas de gran prestigio y desarrollando una intensa labor editorial.

Desde hace varios años, Banca de Instituciones colabora con la Fundación Fernando Abril Martorell en un ciclo de conferencias sobre temas sanitarios que se celebran en las sedes de BBVA en varias ciudades españolas. Además, impulsa con la Fundación Godia un proyecto de investigación nutricional y cuidados médicos en Burundi.

Banca Minorista apoya a la Fundación Pi i Sunyer en la promoción y difusión de la investigación biomédica a través de la financiación de becas y ayudas a científicos.

A finales del 2005, BBVA se unió a otras doce grandes empresas en la iniciativa pública de crea-

ción del Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares (CNIC). La aportación conjunta ascenderá a 100 millones de euros en siete años, adicionales a los 166 millones de euros aportados por el Estado.

América Latina

Entre las iniciativas desarrolladas por el Grupo en América Latina, deben mencionarse:

- Contribución de la Fundación BBVA Provincial al programa "Alianza para una Venezuela sin Drogas".
- Programa Educativo contra las Adicciones desarrollado en México por la Fundación BBVA Bancomer y la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, conjuntamente con la Secretaría de Educación Pública.
- Apoyo que desde hace tiempo prestan BBVA Banco Uruguay y sus empleados a la sección infantil del Hospital Pereira Rosell.
- Ayudas aportadas por BBVA Banco Francés a entidades sanitarias argentinas.
- Intervención de BBVA Puerto Rico en el telemaratón "Sentimientos 2005", de la Asociación de Distrofia Muscular.
- La gestora argentina AFJP Consolidar patrocina el programa "Consolidar por la Salud", que incluye varios cursos abiertos al público sobre temas sanitarios y la campaña "Mejor Prevenir", avalada por la Sociedad Argentina de Pediatría. Se trata de un programa de prevención de accidentes y educación sanitaria en las escuelas de varias ciudades argentinas. En sus dos años de vida, han participado 20.000 alumnos de todo el país.

ANÁLISIS DE LOS SISTEMAS DE PENSIONES EN AMÉRICA LATINA

Objetivo: impulsar la investigación destinada a mejorar y difundir el conocimiento y el funcionamiento de los sistemas de pensiones en América Latina.

Actuación: programa de investigación del Servicio de Estudios Económicos de BBVA, en colaboración con el área de Seguros y Pensiones América, en torno al carácter y funcionamiento de los sistemas de pensiones en América Latina, con una especial atención a los sistemas privados. Con una intención tanto analítica como divulgativa, el programa pretende participar activamente en los debates sobre la reforma de los sistemas de pensiones en la región, asumiendo así la responsabilidad que se deriva de la posición de liderazgo del Grupo en este segmento.

Sus análisis dan lugar a diversas publicaciones (con la dedicación de un número monográfico de la revista del Servicio de Estudios *Latinwatch* y varios números en las revistas *Situación*, que publica el Grupo en diversos países) e intervenciones en actos públicos (entre los que han destacado en el 2005 la 10.ª Reunión Anual de la Latin American and Caribbean Economic Association y la Conferencia Anual del Banco Interamericano de Desarrollo).

Para más información: <http://serviciodeestudios.bbva.com>.

Ciencias Sociales

España

El Grupo BBVA fomenta decididamente el conocimiento, la información y la investigación en el campo de las ciencias sociales, y muy especialmente de la Economía, fundamentalmente por medio de los servicios de estudios económicos del Grupo y por la Fundación BBVA.

Actividad de interés social de los servicios de estudios económicos

El Grupo BBVA mantiene servicios de estudios en muchos de los países en los que está presente: España, Argentina, Colombia, Chile, México, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela. Asimismo, tiene economistas destacados en Estados Unidos y Hong Kong. Con una dirección corporativa unificada, constituyen en conjunto una de las áreas de información e investigación económica más importantes de la banca a nivel mundial. Su función primordial radica en el asesoramiento interno, pero desarrollan también una notable función de interés social a través de sus informes, investigaciones y publicaciones, que se refleja en numerosos actos públicos, medios de comunicación, foros, grupos de trabajo y redes de investigación, y brindan apoyo además a diferentes instituciones nacionales e internacionales dedicadas a la investigación económica.

De gran relevancia son sus 30 publicaciones periódicas, distribuidas gratuitamente y en su mayoría

disponibles en la página web <http://serviciodeestudios.bbva.com>, unificada para el conjunto de los servicios de estudios en los distintos países. Configurada en el 2005 según las directrices WAI (Iniciativa para la Accesibilidad de las Webs), para facilitar el acceso a las personas con limitaciones tecnológicas o físicas, desde su puesta en marcha ha recibido más de 50.000 visitas desde 70 países, principalmente España, México, Venezuela, Perú, Chile y EEUU. Los visitantes navegan por 2.500 páginas y descargan cerca de 500 documentos diarios. Las consultas se centran principalmente en las previsiones macroeconómicas.

Fundación BBVA

Fomenta la investigación y el debate científico en ámbitos cruciales para el mundo actual, en torno a los siguientes programas:

- Socioeconomía (Crecimiento Económico y Capitalización, Economía de la Empresa y Economía de la Innovación).
- Cambio Demográfico, Familia e Integración Social.
- Estudios Europeos.
- Valores, Educación y Opinión Pública.
- Sociedad del Conocimiento y Tecnologías de la Información.

La fundación impulsa la investigación, promueve y difunde el conocimiento generado, apoya la formación y desarrolla una extensa labor editorial vinculada a los trabajos realizados. Mantiene también una densa actividad organizadora de encuentros y seminarios para expertos y de programas di-

vulgativos dirigidos al público en general, colaborando con numerosas instituciones públicas y privadas. Gestiona además importantes bases de datos sobre diferentes aspectos de la economía española, accesibles en su página web: www.fbbva.es.

Además, Anida —entidad inmobiliaria del grupo BBVA— ha patrocinado diversos cursos, seminarios y jornadas sobre urbanismo y sobre el sector inmobiliario.

Europa

Banc Internacional d'Andorra-Banca Mora patrocina un MBA que en el 2005 celebró su III edición, en colaboración con Universidad de Andorra y varias universidades catalanas.

América Latina

Con independencia de la labor realizada por los servicios de estudios económicos, las entidades latinoamericanas del Grupo BBVA desarrollan diferentes actividades.

BBVA Banco Francés (Argentina)

- Patrocina el Premio al Emprendedor Agropecuario. En sus cinco categorías (tecnológica y productiva, social y comunitaria, ecológica y conservacionista, ingeniosidad empresaria y educativa) fomenta la investigación económica aplicada. En su décimo sexta edición se presentaron 40 trabajos.
- Colabora con varias universidades del país en seminarios económicos y programas de becas.

BBVA Chile

- Patrocina la cátedra de Seguridad Social de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad de Chile y un curso magíster en periodismo escrito de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica.

BBVA Colombia

- En 1982, junto a varias asociaciones agrarias colombianas, creó la Fundación CEGA, a la que apoya en sus programas de investigación, complementados por publicaciones y actividades de debate y difusión, orientados al sector agropecuario.

BBVA Banco Continental (Perú)

- Ayudas diversas a instituciones y foros económicos (entre los que cabe destacar el Foro Económico de la Cámara de Industria y Comercio).

Fundación BBVA Provincial (Venezuela)

- Ha participado, como institución invitada de la Fundación Empresas Polar, en los encuentros REDAMERICA (Red Interamericana de Fundaciones y Acciones Empresariales para el Desarrollo de Base), organización que impulsa iniciativas y proyectos de organización social en alianza con instituciones de la sociedad civil y empresas privadas.

Medio ambiente

El Grupo BBVA dedica también una atención destacada al conocimiento y protección del medio ambiente.

España

La actuación en este terreno viene básicamente protagonizada por la Fundación BBVA, que en el 2005 ha dedicado el 37,3 % de su presupuesto total al medio ambiente. Dirige su actividad en este ámbito hacia la promoción del conocimiento científico y la sensibilización social, fomentando la investigación, la formación avanzada y la divulgación, con una importante actividad editorial, en el marco de una atención especial a la conservación de la biodiversidad y la gestión de los espacios protegidos. Durante el 2005, cabe destacar las siguientes actividades:

- Entrega de la I edición de los Premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad en España y América Latina y convocatoria de la II edición. Su objetivo es apoyar la investigación científica y las actuaciones innovadoras en materia de conservación, así como difundir la importancia del medio ambiente. La dotación de los cinco premios es de un millón de euros, la mayor a escala internacional en esta faceta.
- Apoyo a doce proyectos internacionales para la conservación de la biodiversidad mediante el II Programa de ayudas a la investigación en Biología de la Conservación —con una dotación de 2,4 millones de euros—, y puesta en marcha de la III convocatoria.
- Programa de becas para la formación en España de especialistas latinoamericanos en medio ambiente, en colaboración con la Fundación Carolina.
- Estación de investigación costera de Cap Salines (ver recuadro).
- Ciclo de conferencias 2005/2006 sobre Biodiversidad y Conservación en el siglo XXI, en colabo-

ESTACIÓN DE INVESTIGACIÓN COSTERA DE CAP SALINES

Objetivo: primera estación de investigación costera de España. El Observatorio Mediterráneo de Cambio Global llevará a cabo numerosas actividades de investigación, debate y difusión. Supone un hito en la investigación española, que no disponía de instalaciones científicas capacitadas para el estudio directo de ecosistemas costeros.

Actuación: entre sus líneas de trabajo, destacan el análisis de la interacción entre atmósfera y océano a través del intercambio de gases y de materiales, el estudio de la dinámica de las poblaciones y el desarrollo de modelos para la formulación de estrategias de conservación. Además, y en colaboración con el IMEDEA (Instituto Mediterráneo de Estudios Avanzados), impulsará encuentros y debates sobre biodiversidad marina.

ración con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).

- Preparación durante el 2005 de la exposición *Félix Rodríguez de la Fuente: 25 años de conciencia ecológica*, cuya inauguración ha tenido lugar en enero del 2006.
- Proyecto de conservación de felinos sudamericanos, puesto en marcha en colaboración con el Instituto de Biología y Medicina Experimental, el CSIC, la Fundación Bioandina y el Instituto de Biología y Medicina Experimental.

Anida —filial inmobiliaria de BBVA— se ha comprometido a destinar el 0,7 % de su beneficio neto en el 2004 a actividades relacionadas con la responsabilidad corporativa, con especial atención al medio ambiente (más información en el capítulo “BBVA y el medio ambiente”).

Europa

BBVA Portugal colabora con la Iniciativa COTEC, avalada por la Presidencia de la República, para la lucha contra los incendios forestales. Las conclusiones de este estudio servirán de base para la puesta en marcha de políticas preventivas.

América Latina

Las principales actuaciones del Grupo en América Latina en el 2005 han sido:

- México: la Fundación BBVA Bancomer desarrolla una importante labor de apoyo a la conservación de los bosques autóctonos. Continúa vigente el convenio firmado con Pronatura, el Gobierno del Distrito Federal y la Universidad Nacional Autónoma de México para impulsar el proyecto Conservación y Educación Ambiental

Ajusco Medio, área natural protegida de 7.217 hectáreas.

- Perú: AFP Horizonte colabora con la asociación Proislas en el proyecto “Conozcamos y conservemos nuestra fauna marina”, difusor de mensajes preventivos, educativos y de medidas de seguridad. La Fundación BBVA Banco Continental organizó la exposición *Nuestro futuro, nuestros recursos*, realizada con el Programa de Pequeñas Donaciones de las Naciones Unidas.

Promoción de la responsabilidad empresarial

Para BBVA, la difusión y extensión de la responsabilidad de las empresas constituye un poderoso factor de desarrollo. Por ello, apoya numerosas iniciativas orientadas a promover e impulsar la filosofía, criterios y prácticas de este enfoque de la gestión empresarial. Además de las habituales intervenciones de sus profesionales en actos, publicaciones y medios de comunicación, BBVA patrocinó u organizó diferentes actividades durante el 2005. Entre las más significativas, figuran:

España

- Edición en castellano (en colaboración con Iberdrola, Fundación Entorno y Deva Consultores) de la guía para pymes *En cinco pasos*, desarrollada por Global Reporting Initiative.
- Coloquios BBVA-ESADE “La empresa en la sociedad” (marzo, mayo y septiembre del 2005).
- Foro de Reputación Corporativa: BBVA desempeñó en el 2005 la presidencia y la secretaría del Foro.
- Pertenencia al Patronato de la Fundación Empresa y Sociedad, entidad que impulsa y promueve

un concepto de empresa donde la acción social esté integrada en su estrategia.



- Colaboración con Acción Social Empresarial.
- Participación en la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA).
- Pertenencia como “Associate of the Centre” al Centre for Business and Public Sector Ethics.
- Colaboración con Fundación Codespa en el Programa de Investigación sobre Microempresa y Microfinanciación, en cuyo marco se ha realizado un primer *Informe sobre la industria de las microfinanzas en América Latina*.
- Acuerdo entre BBVA, Dinero Express y Economistas sin Fronteras para desarrollar un programa de microcréditos para inmigrantes latinoamericanos en España.
- Acuerdo con Cruz Roja Española para el desarrollo de un programa de difusión de la responsabilidad corporativa para pymes.
- Colaboración con la Feria de Acción Social de Valencia, organizada en mayo del 2005.
- Publicación por la Fundación BBVA de la investigación *La empresa sostenible: aprendiendo de los líderes del DJSI*.
- Pertenencia a acuerdos internacionales de promoción de la responsabilidad corporativa, como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la Asociación Española del Pacto Mundial (a cuyo Comité Ejecutivo pertenece BBVA) y la Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI).
- Patrocinio de diversas iniciativas: curso “El papel de las microfinanzas en el desarrollo eco-

nómico y social” (con Economistas sin Fronteras, julio del 2005); ciclo “Perspectivas de la Responsabilidad Corporativa” (con la EOI, tres sesiones, segundo semestre del 2005); seminario “Ética Pública y RSC” (con la Escuela de Negocios San Pablo-CEU, junio del 2005); IV Foro Nacional de Gestión Ambiental y Sostenibilidad (con ANAVAM, noviembre del 2005); y *Anuario de la Empresa Responsable y Sostenible*.

América Latina

Las entidades del Grupo BBVA han colaborado también en diversas iniciativas de promoción de la responsabilidad corporativa en América Latina:

- Cuatro de ellas están adheridas al Pacto Mundial: BBVA Bancomer, BBVA Banco Francés, BBVA Banco Continental y BBVA Colombia.
- BBVA Banco Francés promueve el Foro Ecuménico y Social (entidad que fomenta la ética y la responsabilidad social), organizador de los Premios al Emprendedor Solidario (en cuya IV edición concursaron un centenar de proyectos) y de los Premios al Emprendedor Agropecuario (de los que en el 2005 se celebró la 16.ª edición). Además, difunde activamente el Pacto Mundial de las Naciones Unidas en Argentina, participa en foros públicos y colabora con medios de comunicación sobre estos temas.
- BBVA Banco Continental colabora activamente en la Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI).
- La Fundación BBVA Provincial ha intervenido en el 2005 en diversos foros de debate y análisis sobre responsabilidad corporativa.
- BBVA Bancomer colabora con el Centro Mexicano para la Filantropía desde su constitución, habiendo conseguido por quinto año consecutivo el certificado de Empresa Socialmente Responsable que dicho centro emite.

IV ANEXOS

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005

- 10] CRITERIOS DEL INFORME
- 11] ESTUDIOS DE MATERIALIDAD
- 12] INFORME DE VERIFICACIÓN
- 13] INDICADORES GRI
- 14] PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
- 15] CÓMO CONTACTAR CON BBVA



10] CRITERIOS DEL INFORME



● Referencias básicas

El presente informe ha pretendido respetar estrictamente los principios y requisitos de información de *Global Reporting Initiative*, que ha calificado a BBVA desde el 2003 como informador *in accordance* con sus criterios. En este sentido, el informe no sólo ha atendido a los criterios generales contenidos en la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* (septiembre del 2002), sino también a los específicos para el sector financiero recogidos en *Financial Services Sector Supplement: Social Performance* (noviembre del 2002) y los de carácter ambiental recogidos en *Financial Services Sector Supplement: Environmental Performance* (marzo del 2005). Así mismo, ha pretendido dar cuenta adecuada en su contenido del cumplimiento de BBVA con los principios

del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Un mayor detalle de estos aspectos se puede encontrar en los apartados dedicados específicamente a la adecuación del informe con ambas iniciativas.

En el informe se han tomado además en consideración diversos estándares y recomendaciones sobre información en materia de responsabilidad corporativa, tanto nacionales como internacionales. Cabe destacar entre las muchas fuentes consultadas las siguientes:

- SPI-Finance, *Social Performance Indicators for the Financial Industry, Draft Final Report*, 2002 (www.spifinance.com).
- The Global Compact, *A Practical Guide to Communication on Progress*, 2005 (www.unglobalcompact.org).

- AccountAbility, *AA1000 Guidelines*, 1999, y *AA1000 Assurance Standard*, 2003 (www.accountability.org.uk)
- Recomendaciones de la Fundación Empresa y Sociedad recogidas en sus informes anuales sobre pautas de elaboración de informes de responsabilidad social corporativa, y particularmente en el publicado en el 2005 (*La responsabilidad y la acción social en el Informe 2004 de grandes empresas y cajas de ahorros*) (www.empresaysociedad.org), así como sus recomendaciones específicas para BBVA en documento privado.
- Recomendaciones del Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa recogidas en sus informes anuales sobre pautas de elaboración de informes de responsabilidad social corporativa, y particularmente en el titulado *La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del Ibex 35*, análisis del ejercicio 2004) (www.observatoriorsc.org).
- AECA, *Límites de la información de sostenibilidad: entidad, devengo y materialidad* (2005) (www.aeca.es).

● Materialidad

Para la selección del contenido de este informe, profundizando en un proceso iniciado el año anterior, BBVA ha tratado de tomar expresamente en consideración la opinión de representantes significativos de sus grupos de interés acerca de la relevancia y materialidad de la información, intentando mejorar progresivamente su adecuación a los principios de una norma AA1000 Assurance Standard de AccountAbility. Para más información sobre este aspecto, puede verse el apartado de este informe titulado “Estudios de Materialidad”.

● Perímetro y alcance

El presente informe recoge información relevante para el conjunto del Grupo BBVA en el 2005, aspirando a dar una imagen lo más completa y fiel posible, incluyendo información sobre todos los países y sectores en que tiene una presencia significativa y aportando además datos referentes al 2004 para posibilitar una evaluación más objetiva de su evolución. Se ha procurado destacar siempre que fuese relevante los casos en que la información suministrada tiene límites diferentes.

Por lo que respecta al alcance, el informe analiza todos aquellos temas y aspectos que han parecido

materiales en el marco del compromiso de BBVA con su responsabilidad corporativa y a la vista de la percepción disponible de la opinión al respecto de sus grupos de interés.

Se ha pretendido conseguir un adecuado equilibrio de información consistente y suficiente —a la luz de las referencias básicas antes mencionadas (y muy especialmente de GRI)— con una extensión que no sobrepasara los límites razonables: algo que inevitablemente implica un cierto nivel de subjetividad en la selección de indicadores cuantitativos y de información cualitativa y en el nivel de desagregación desarrollado. Es importante señalar al respecto que el presente informe se complementa con el *Informe Anual de BBVA* (en el que se integra una detallada información relativa al Sistema de Gobierno Corporativo), así como con la información disponible en la página web corporativa (www.bbva.com).

Deben destacarse dos aspectos que afectan a las cifras de este informe:

- La información financiera del Grupo BBVA se elabora a partir del 2005 de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) adoptadas por la Unión Europea y la Circular 4/2004 del Banco de España, que suponen importantes cambios en las políticas contables, criterios de valoración y forma de presentación de los estados financieros con respecto a la normativa anterior. Los datos correspondientes al ejercicio 2004 han sido elaborados con los mismos criterios y, por tanto, son homogéneos, por lo que difieren de los publicados durante dicho ejercicio. Por este motivo, sólo se presentan datos del 2005 y 2004 (salvo en lo referente a recursos destinados a políticas de apoyo a la comunidad).
- En algún caso, las cifras referentes al 2004 han podido sufrir alguna modificación con respecto a los datos de ese mismo ejercicio facilitados en el *Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2004*. Ello se ha debido a mejoras en la metodología de cuantificación y medición de las variables afectadas.

● Rigor

BBVA dispone de diversos instrumentos para garantizar la calidad y veracidad de la información que proporciona este informe. Por una parte, cuenta con áreas especializadas en la sistematización y gestión de información que proporcionan

una sólida fuente de contenidos para el Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas. Son áreas, además, sometidas a los procesos de supervisión, verificación y auditoría (interna y externa) habituales en el Grupo. En segundo lugar, el Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas ha procedido a un proceso de solicitud, captación y procesamiento de información específica con todas las unidades del Grupo. Un proceso en el que se ha registrado en el 2005 una mejora considerable, consolidando un sistema de información avanzado (en base a una aplica-

ción informática vía Internet), accesible a todas las unidades y gestionado por el propio Departamento. Tanto la información captada y la recogida en el informe como el propio sistema de información han sido verificados por una firma independiente, de la que se da cuenta en un apartado específico del informe.

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



11] ESTUDIOS DE MATERIALIDAD



● Los análisis realizados

Con la finalidad de adecuar mejor el proceso de elaboración de su *Informe de Responsabilidad Corporativa* al Principio de Globalidad de GRI⁽¹⁾ y a los criterios que plantea la norma AA1000 Assurance Standard de AccountAbility⁽²⁾, durante el 2005, BBVA ha tratado de tomar explícitamente en consideración la opinión de sectores representativos de sus grupos de interés más significativos respecto a sus informes de responsabilidad corporativa, con el triple objetivo de conocer su valoración, tener presentes los contenidos que consideran relevantes y mejorar la calidad y credibilidad de los informes. Es una información con la que, siempre según la mencionada norma, BBVA intenta delimitar con mayor

objetividad y consenso la materialidad de su *Informe de Responsabilidad Corporativa*, tratando de incorporar la información “... requerida por sus grupos de interés para poder adoptar juicios, decisiones y acciones informados”, partiendo de la base de que es información material aquella cuya omisión o insuficiente reflejo en el informe pueda influir en las decisiones y acciones de los grupos de interés (AccountAbility, 2003).

Con vistas a tal finalidad, y al margen de los múltiples canales de diálogo habituales con grupos de interés (ver capítulo “La política de Responsabilidad Corporativa en BBVA”), BBVA ha impulsado a lo largo del 2005 dos procesos específicos, desarrollados por especialistas externos:

(1) “Las organizaciones informantes deberían, sistemáticamente, implicar a sus partes interesadas en la ayuda al enfoque y la mejora continua de la calidad de sus memorias” (GRI, *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*, 2002).

(2) AccountAbility, *AA1000 Assurance Standard*, 2003.

- Un "Diagnóstico de Materialidad" ceñido estrechamente a los requisitos de la norma AA1000 AS (realizado por Philanthropos Consultores).
- Un análisis de las opiniones de representantes de tres áreas operativas básicas del Grupo BBVA (realizado por la Universidad de Deusto).

De los dos se incluye a continuación carta certificadora de su realización. Del segundo, además, se recoge también una síntesis de las principales opiniones y sugerencias.

Adicionalmente, y de forma complementaria, BBVA encargó también a un analista externo un estudio comparado de contenidos de los principales informes de responsabilidad social corporativa

de entidades del sector financiero español en el 2004, con el objetivo de contrastar así la relevancia que cada entidad confiere a los distintos temas susceptibles de ser recogidos en este tipo de informes.

Debe añadirse que algunas de las principales conclusiones de estos estudios se han podido tomar en consideración en el presente informe, en tanto que otras (fundamentalmente muchas de las derivadas del "Diagnóstico de Materialidad", que se finalizó en un momento en el que el informe estaba ya muy avanzado) sólo se podrán sopesar adecuadamente en la elaboración del informe correspondiente al ejercicio del 2006.



A la dirección de BBVA:

Entre los meses de julio y noviembre de 2005 se ha realizado un "Diagnóstico de Materialidad" para el Grupo BBVA inspirado en los principios de la norma AA1000 propuesta por AccountAbility, con objeto de determinar qué información relacionada con el banco consideran relevante los diferentes grupos de interés para formarse juicios y facilitar su toma de decisiones respecto a la firma.

La realización del Diagnóstico de Materialidad ha constado de catorce "Talleres de Materialidad", de los cuales seis han sido de carácter presencial y ocho de carácter telemático. En conjunto, han participado ochenta y seis informantes representativos de los grupos de interés de BBVA. Así, se han compuesto talleres con representantes de ONG medioambientales, representantes de ONG sociales, representantes de medios de comunicación, representantes de organizaciones de consumidores, representantes de organizaciones sindicales, clientes, accionistas y trabajadores de BBVA.

La información obtenida mediante esta metodología ha permitido identificar necesidades informativas de los grupos consultados así como establecer una valoración cualitativa de los actuales contenidos del Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2004.

Madrid 13 de diciembre de 2005

Philanthropos Consultores, S.L.

Juan García Moreno
Consejero Delegado



Carta certificadora de la Universidad de Deusto

Las abajo firmantes, profesoras del Departamento de Ética de la Universidad de Deusto, certificamos por la presente que hemos realizado para BBVA –y por encargo expreso de los departamentos de Formación y de Responsabilidad y Reputación Corporativas- un proceso de sensibilización y formación en responsabilidad social corporativa para 42 representantes de las áreas de Recursos Humanos, Banca Minorista y Banca Mayorista de dicha entidad, en tres jornadas desarrolladas, respectivamente, a lo largo de los días 4, 5 y 6 del mes de octubre de 2005.

Una de las vertientes explícitamente contempladas en dichas jornadas radicó en la solicitud e impulso (a través de técnicas de dinámica de grupos) de la valoración de todos los presentes acerca de los informes de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA de años anteriores (y muy especialmente del de 2004), así como de su opinión sobre los temas que les parecían particularmente relevantes para su tratamiento en informes futuros, desde la perspectiva de sus funciones particulares y de los grupos de interés con los que en ellas mantienen relación más directa. Aspectos todos en los que los presentes participaron muy activamente y que fueron planteados en la perspectiva de contribuir a una mejor adecuación del Informe de Responsabilidad Corporativa de BBVA de 2005 a los criterios de materialidad de la norma AA1000.

Aigo de lo que dejamos constancia a los efectos que BBVA considere pertinentes, en Bilbao, a 23 de diciembre de 2005.

Fdo: Begoña Arrieta
Aula de Ética
Universidad de Deusto



Cristina de la Cruz
Aula de Ética
Universidad de Deusto

● **La opinión de los grupos de interés de BBVA según el “Diagnóstico de Materialidad”**

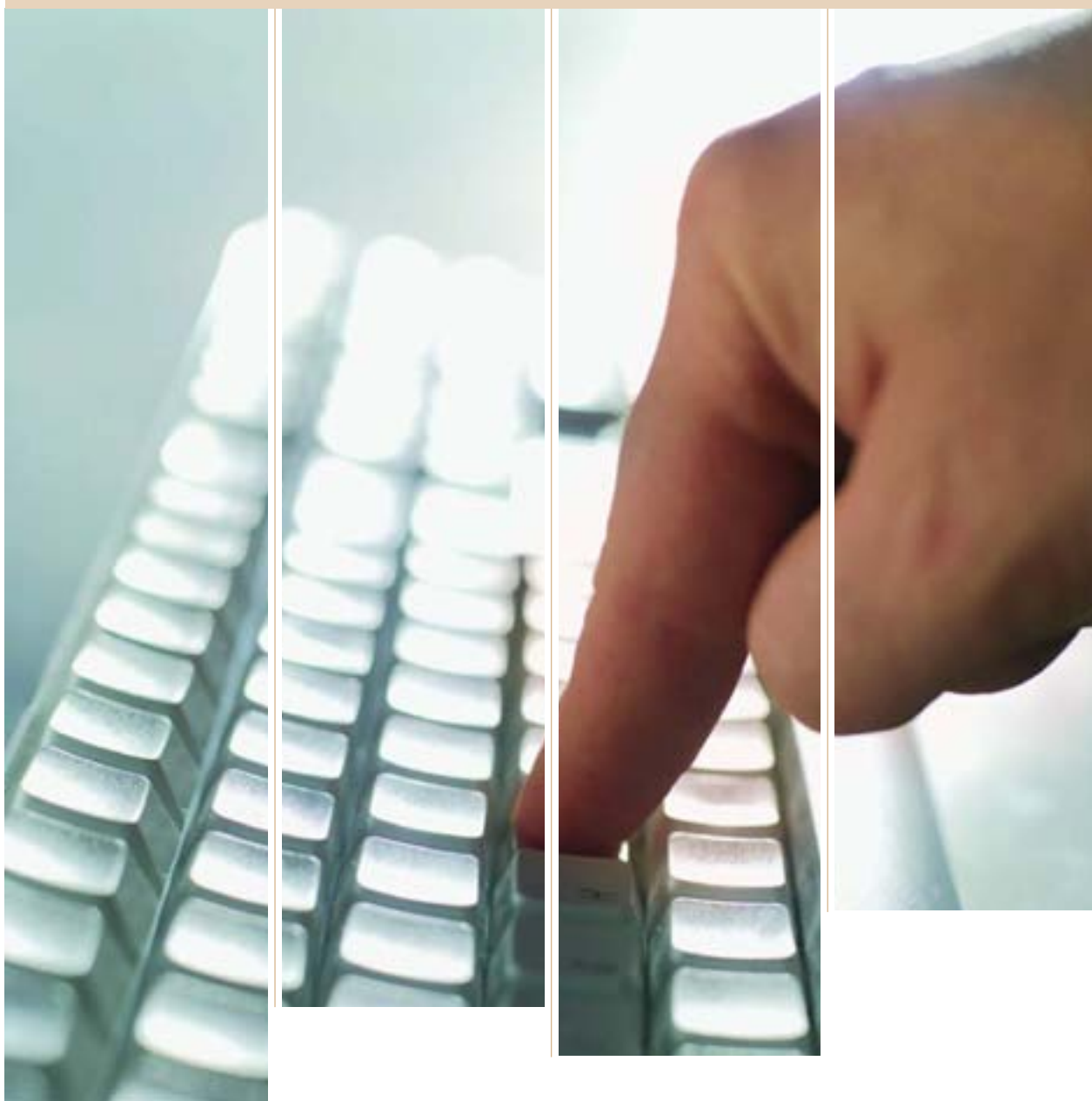
Las opiniones emitidas por los grupos de interés consultados en el “Diagnóstico de Materialidad” descrito anteriormente se han centrado, en esencia, en dos tipos de cuestiones:

1. ¿Qué opinión merece y qué persigue el *Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2004* de BBVA?
2. ¿Cuáles deberían ser los objetivos, forma y contenidos básicos de informes futuros?

De forma sintética, y en el marco de juicios muy diferentes según los distintos colectivos y de un notable grado de desconocimiento previo acerca del carácter de los informes de RC, destacan las siguientes opiniones:

- Todos los grupos evalúan muy positivamente el proceso de consulta puesto en marcha por BBVA, si bien insisten en la conveniencia de que se lleven a la práctica sus conclusiones.
- Las valoraciones de cada grupo son muy diferentes, siendo de gran dificultad alcanzar el equilibrio correcto en el tratamiento de las distintas expectativas.
- Se aprecia que muchos aspectos del informe (frecuentemente demandados) pasan inadvertidos.
- Se revela la considerable dificultad de equilibrar adecuadamente los objetivos de transparencia, compromiso con los diferentes grupos y difusión del posicionamiento y fortalezas de la entidad.
- Los aspectos del informe mejor valorados son el planteamiento global, su virtualidad diferenciadora, la carta del presidente, la misión y visión del Grupo, la verificación externa, la inclusión de datos referentes a varios ejercicios, la descripción de productos y servicios responsables, el análisis de la distribución del valor generado, la información sobre políticas de apoyo a la comunidad y los indicadores de ecoeficiencia.
- Se considera (sobre todo por parte de los grupos primarios) que este tipo de informes no es un buen instrumento informativo, sino que debe responder a otras finalidades; finalidades que, en el caso del informe de BBVA, no están suficientemente precisadas.
- Se solicita una mayor concreción en las actuaciones y una menor carga teórica, pero al tiempo se demanda una definición más clara de lo que la entidad considera que es su responsabilidad corporativa.
- Los distintos grupos de interés no se consideran suficientemente partícipes ni adecuadamente satisfechas sus expectativas informativas.
- Cada grupo específico no se considera el destinatario preferente del informe. Particularmente, los grupos de interés primarios (accionistas, empleados y clientes) consideran que este tipo de informes debe dirigirse preferentemente hacia los grupos de interés secundarios.
- Se solicita una definición más concreta de objetivos y una información más precisa de su grado de cumplimiento.
- En general, se considera excesivas la complejidad y la dimensión del informe, pero cada grupo demanda un tratamiento más detallado de los contenidos que le preocupan más directamente.
- Se aprecia una información excesivamente sesgada hacia la actividad del Grupo en España.
- Se solicita una perspectiva de mayor plazo en los contenidos y una mayor comparabilidad de la información, tanto temporal como sectorial.
- Se solicita información adicional de menor periodicidad (trimestral o semestral) y de carácter más sintético.
- Se solicita una menor densidad literaria y un mayor número de gráficos y esquemas.
- Para facilitar la lectura, se solicita la inclusión de un índice más detallado, así como de resúmenes y sumarios de cada capítulo.
- Se demanda una información más objetiva, con un tono menos declarativo y autocomplaciente y (salvo en el caso de los accionistas) más autocrítico, reflejando no sólo fortalezas, sino también debilidades.
- Se demanda un formato más austero y más adaptado a criterios ecológicos, con la intensificación de su difusión en formato electrónico.
- Se demanda una mejor distribución del informe, aunque se refleja también un marcado desconocimiento en muchos casos de los canales de acceso disponibles.

12] INFORME DE VERIFICACIÓN



INFORME DE VERIFICACION INDEPENDIENTE DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2005 DE BBVA.

A la Dirección de BBVA:

Hemos realizado los procedimientos de revisión limitada acordados con ustedes relativos a la información incluida en el alcance del Informe de Responsabilidad Corporativa (RC) 2005 de BBVA.

La preparación del Informe de Responsabilidad Corporativa, así como el contenido del mismo es responsabilidad exclusiva del Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas de BBVA, el cual también es responsable de definir y mantener los sistemas de gestión y de control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en la revisión limitada.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la *International Standard on Assurance Engagements 3000* (ISAE3000) de la International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) para realizar auditorías de información no financiera.

La revisión limitada ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección y al personal de BBVA y a la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de verificación por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de BBVA para obtener la información necesaria para la verificación externa.
- Análisis de los procesos para obtener y validar los datos presentados en el Informe de RC 2005.
- Revisión del grado de avance y cumplimiento de las líneas de actuación de RC para el ejercicio 2005 planteadas en el Informe de RC correspondiente al ejercicio 2004.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio.

- Contraste de que el contenido del Informe de RC no contradice ninguna información relevante suministrada por BBVA en su Informe Anual y en su Informe de Gobierno Corporativo.
- Análisis de la adaptación de los contenidos, estructura del Informe de RC e indicadores cuantitativos y cualitativos a lo señalado en el estándar GRI (Guía 2002).
- Comprobación, mediante pruebas de verificación en base a la selección de una muestra, del cálculo de la información cuantitativa incluida en el Informe de RC y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de BBVA.
- Comprobación de la información de carácter cualitativo incluida en el Informe de RC.

El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe de RC 2005 de BBVA.

En el Anexo del Informe de RC denominado Indicadores GRI se detallan los indicadores revisados y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos señalados por GRI y los que sólo incluyen datos de determinadas unidades. Como resultado de nuestra revisión limitada no se ha puesto de manifiesto ningún otro hecho que nos haga creer que los aspectos revisados descritos contienen errores significativos.

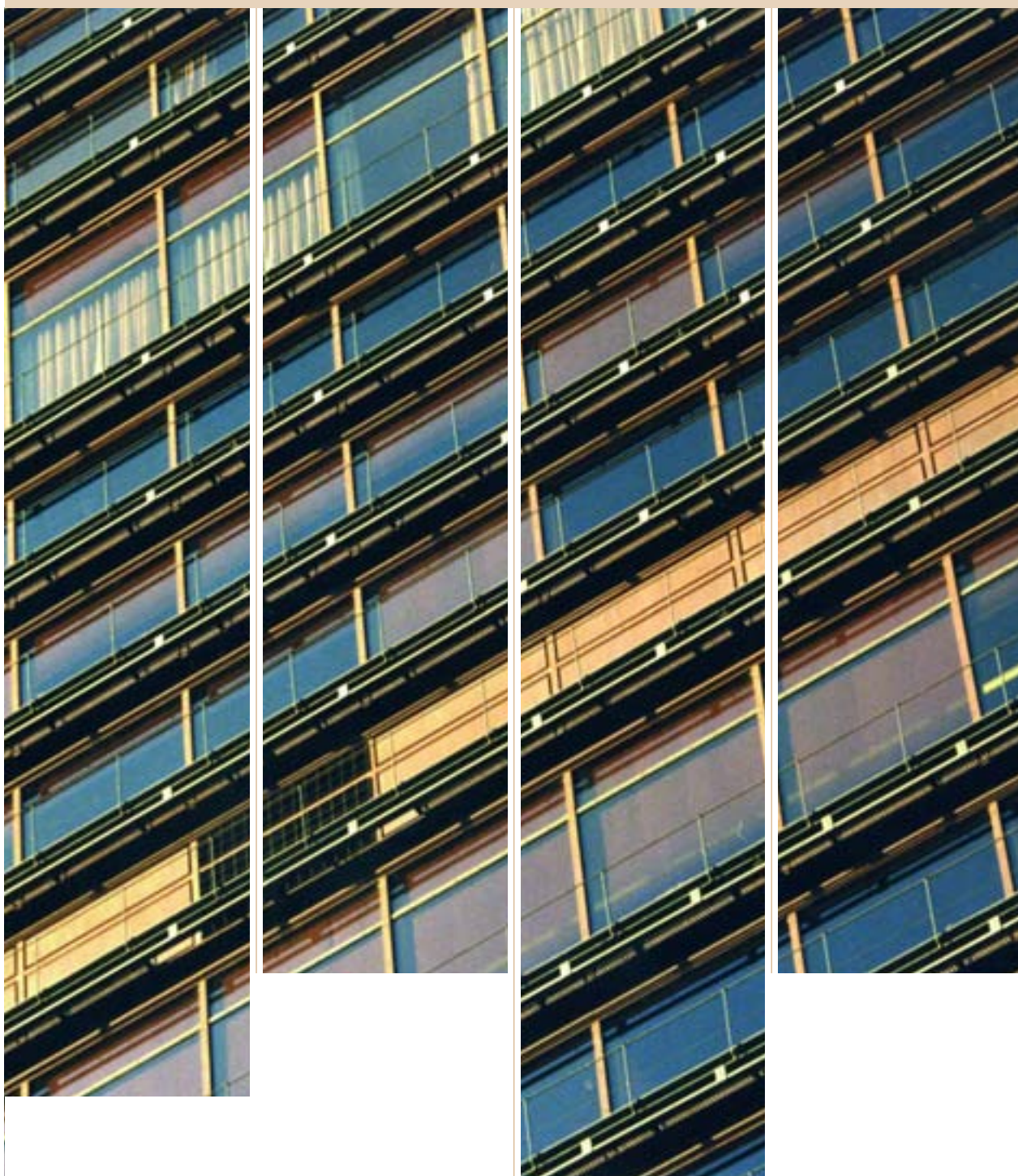
Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de BBVA.

Madrid, 28 de febrero de 2006

DELOITTE


Helena Redondo

13] INDICADORES GRI*



* Global Reporting Initiative.

VISIÓN Y ESTRATEGIA, PERFIL Y ESTRUCTURA DE GOBIERNO Y SISTEMAS DE GESTIÓN

| 1 | Visión y estrategia | Páginas |
|----------------------------------|---|-----------------------|
| 1.1 | Exposición de la visión y la estrategia de la organización con respecto a su contribución al desarrollo sostenible. | 18-21, 23-24 |
| 1.2 | Declaración del presidente (o de un directivo equivalente) que describe los elementos principales de la memoria de sostenibilidad. | 2-5 |
| 2 | Perfil | Páginas |
| Perfil de la organización | | |
| 2.1 | Nombre de la organización informante. | 7 |
| 2.2 | Principales productos y/o servicios, incluyendo marcas, si procede. | 9 |
| 2.3 | Estructura operativa de la organización. | 8 |
| 2.4 | Descripción de los principales departamentos, compañías operadoras, filiales y empresas conjuntas. | 9 |
| 2.5 | Países en los que opera la organización. | 10-11 |
| 2.6 | Naturaleza de la propiedad; forma jurídica. | 7 |
| 2.7 | Naturaleza de los mercados a los que se sirve. | 9 |
| 2.8 | Magnitud de la organización informante. | 9-11, 38 |
| 2.9 | Lista de partes interesadas, características principales de cada una, y relación con la organización informante. | 21-22 |
| Alcance de la Memoria | | |
| 2.10 | Persona(s) de contacto para temas relacionados con la memoria, con sus respectivas direcciones web y de e-mail. | 152 |
| 2.11 | Período cubierto por la memoria (por ejemplo, año fiscal/civil) para la información proporcionada. | 132 |
| 2.12 | Fecha de la memoria previa más reciente (si existe). | 13 |
| 2.13 | Cobertura de la memoria. | 132 |
| 2.14 | Cambios significativos en el tamaño, la estructura, la propiedad o los productos/servicios que hayan tenido lugar desde la publicación de la memoria anterior. | 132, IA (160-275) |
| 2.15 | Bases para elaborar memorias de empresas conjuntas, filiales compartidas, instalaciones arrendadas, operaciones de servicios externos, y otras situaciones que puedan afectar considerablemente la posibilidad de comparación entre períodos y entre entidades informantes. | IA (160-275) |
| 2.16 | Descripción de la naturaleza y efecto de cualquier reformulación de información ya presentada en memorias anteriores, y los motivos de tal reformulación. | 132 |
| Perfil de la Memoria | | |
| 2.17 | Decisiones de no aplicar los principios o protocolos del GRI en la elaboración de la memoria. | 140-150 |
| 2.18 | Criterios y/o definiciones utilizados en la contabilidad de los costos y beneficios económicos, ambientales y sociales. | 131-133, 140-150 |
| 2.19 | Cambios significativos con respecto a años anteriores en los métodos de cálculo aplicados a la información clave, ya sea económica, ambiental o social. | 131-133, IA (160-275) |
| 2.20 | Políticas y medidas internas para garantizar la precisión, la exhaustividad y la veracidad de la información presentada en la memoria de sostenibilidad. | 131-133, 137-138 |
| 2.21 | Políticas y medidas actuales orientadas a proporcionar mecanismos independientes para la verificación de la memoria en su conjunto. | 138-139 |
| 2.22 | Medios a través de los cuales los usuarios pueden encontrar información adicional o memorias sobre los aspectos económicos, ambientales y sociales. | 152 |

VISIÓN Y ESTRATEGIA, PERFIL Y ESTRUCTURA DE GOBIERNO Y SISTEMAS DE GESTIÓN (Cont.)

| 3 | Estructura de gobierno y sistemas de gestión | Páginas |
|---|--|--------------------------------|
| Estructura y gobierno | | |
| 3.1 | Estructura de gobierno de la organización, con los principales comités dependientes de la junta directiva responsables del diseño de las estrategias y de la supervisión de la organización incluidos. | IA (130-153) |
| 3.2 | Porcentaje del la junta directiva formado por consejeros independientes sin cargo ejecutivo. | 15 |
| 3.3 | Proceso para determinar la necesidad de los miembros del grupo de expertos de guiar las estrategias de la organización en temas como las oportunidades y los riesgos ambientales y sociales. | 28, 34, 86, IGC (23-24) |
| 3.4 | Procesos directivos para supervisar la identificación y la gestión de las oportunidades y los riesgos económicos, ambientales y sociales de la organización. | 28, 34, 86, IGC (23-24, 36-47) |
| 3.5 | Relación entre la remuneración directiva y la consecución de los objetivos financieros y no financieros de la organización. | 52, 55-56, IA (204-206) |
| 3.6 | Estructura de la organización y miembros fundamentales responsables de la supervisión, puesta en práctica y auditoría de políticas económicas, ambientales y sociales. | 27-35, IA, IGC (47) |
| 3.7 | Declaraciones de la misión y valores, principios o códigos de conducta internos, y políticas referentes al desempeño económico, ambiental y social, así como su nivel de implementación. | 23-26, IA (130-151) |
| 3.8 | Mecanismos que permiten a los accionistas comunicar sus recomendaciones a la junta directiva. | 44-46 |
| Compromiso con las partes interesadas | | |
| 3.9 | Bases para la identificación y la selección de las principales partes interesadas. | 21-23, 134-137 |
| 3.10 | Métodos de consulta a las partes interesadas expresados en términos de frecuencia de las consultas según el tipo y el grupo de partes interesadas. | 22, 134-137 |
| 3.11 | Tipo de información generada por las consultas de las partes interesadas. | 22, 137 |
| 3.12 | Empleo de la información obtenida como resultado de los compromisos con las partes interesadas. | 21, 131-132, 135 |
| Políticas globales y sistemas de gestión | | |
| 3.13 | Explicación sobre si el principio o enfoque de precaución es tenido en cuenta por la organización y de qué modo. | 86-88, 98, 107 |
| 3.14 | Compromisos, series de principios u otras iniciativas voluntarias de tipo económico, ambiental o social desarrolladas fuera de la organización que ésta suscribe o apoya. | 26-27, 99 |
| 3.15 | Pertenencia a asociaciones empresariales e industriales, y/o organizaciones asesoras nacionales e internacionales. | 26-27, 99, IA, Nota 1 |
| 3.16 | Políticas y/o sistemas para la gestión de los impactos ocasionados por los procesos anteriores y posteriores a los de la organización. | 27-35 |
| 3.17 | Enfoque de la organización acerca de la gestión de los impactos económicos, ambientales y sociales indirectos producidos como resultado de sus actividades. | Nota 1 |
| 3.18 | Principales decisiones tomadas durante el período de elaboración de la memoria en relación con la ubicación o la modificación de las operaciones. | 12, 132, IA (160-275) |
| 3.19 | Programas y procedimientos relativos al desempeño económico, ambiental y social. | Nota 1 |
| 3.20 | Estado de la certificación de sistemas de gestión económica, ambiental y social. | 71, 98 |

IA: Informe Anual 2005.

IGC: Informe de Gobierno Corporativo 2005.

Nota 1: BBVA entiende que este indicador queda reflejado a lo largo de todo el informe.

| INDICADORES DE DESEMPEÑO | | | | |
|---------------------------------------|--|-------------|----------------------------|---------------------------|
| (C/A)* | Indicadores de desempeño económico | Perímetro | Alcance de la verificación | Páginas |
| IMPACTOS ECONÓMICOS DIRECTOS | | | | |
| Cientes | | | | |
| C | EC1. Ventas netas. | Grupo BBVA | Verificado | 10, IA (106-114, 276-282) |
| C | EC2. Desglose geográfico de los mercados. | Grupo BBVA | Verificado | 11, IA (76-117) |
| Proveedores | | | | |
| C | EC3. Costos de todas las materias primas y mercancías adquiridas, y de todos los servicios contratados. | Grupo BBVA | Verificado | 37, 93 |
| C | EC4. Porcentaje de contratos pagados en conformidad con los términos acordados. | Grupo BBVA | Verificado | 93 |
| A | EC11. Desglose de los proveedores por organizaciones y países. | Grupo BBVA | Verificado | 93 |
| Empleados | | | | |
| C | EC5. Gastos salariales totales desglosados por países | Grupo BBVA | Verificado | 49, IA (276-282) |
| Proveedores de capital | | | | |
| C | EC6. Distribución entre los proveedores de capital | Grupo BBVA | Verificado | 37, IA (42-45, 236-237) |
| C | EC7. Aumento/disminución de las ganancias retenidas a final del período. | Grupo BBVA | Verificado | 44, IA (39-41) |
| Sector Público | | | | |
| C | EC8. Suma total de todo tipo de impuestos pagados, desglosados por países. | Grupo BBVA | (1) | 37, IA (276-282) |
| C | EC9. Subsidios recibidos, desglosados por países o regiones. | BBVA España | (2) | 59, IA (160-275) |
| C | EC10. Donaciones a comunidad, sociedad civil u otros grupos, en metálico y en especie desglosadas por tipos de grupos. | Grupo BBVA | Verificado | 113 |
| A | EC12. Gasto total en desarrollo de infraestructura empresarial externa ajena a la actividad. | BBVA España | (3) | 65 |
| IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS | | | | |
| A | EC13. Impactos económicos indirectos de la organización. | Grupo BBVA | Verificado | 15-17, 31-33, 36-41 |
| (C/A)* | Indicadores de desempeño ambiental | Perímetro | Alcance de la verificación | Páginas |
| Materias primas | | | | |
| C | EN1. Consumo total de materias primas aparte del agua, por tipos. | Grupo BBVA | (4) | 104-105 |
| C | EN2. Porcentaje de materias primas utilizados que son residuos (procesados o no) | Grupo BBVA | Verificado | 104-105 |
| Energía | | | | |
| C | EN3. Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias. | Grupo BBVA | Verificado | 104 |
| C | EN4. Consumo indirecto de energía. | Grupo BBVA | Verificado | 104 |
| A | EN17. Iniciativas para emplear fuentes de energía renovables y para incrementar el rendimiento energético. | BBVA España | (5) | 100 |
| A | EN18. Huella del consumo de energía. | | | NA2 |
| A | EN19. Otros usos indirectos de la energía. | Grupo BBVA | Verificado | 104 |
| Agua | | | | |
| C | EN5. Consumo total de agua. | Grupo BBVA | Verificado | 104 |
| A | EN20. Fuentes de agua y ecosistemas/hábitats afectados de manera significativa por el consumo del agua. | | | NA2 |
| A | EN21. Extracción anual de aguas subterráneas y superficiales como porcentaje de la cantidad anual renovable de agua. | | | NA2 |
| A | EN22. Cómputo total de reciclaje y reutilización de agua. | | | NA1 |

INDICADORES DE DESEMPEÑO (Cont.)

| (C/A)* | Indicadores de desempeño ambiental | Perímetro | Alcance de la verificación | Páginas |
|---------------------------------------|---|-------------|----------------------------|-----------------------|
| Biodiversidad | | | | |
| C | EN6. Ubicación y extensión de suelo en propiedad, arrendado o administrado en los hábitat ricos en biodiversidad. | | | NA2 |
| C | EN7. Análisis de los principales impactos en la biodiversidad derivados de las actividades y/o productos y servicios en los entornos terrestre, marino y de agua dulce. | | | NA2 |
| A | EN23. Extensión total de suelo en propiedad, arrendado o administrado, dedicado actividades de producción o a la extracción. | | | NA1 |
| A | EN24. Porcentaje de superficie impermeable en relación con el suelo adquirido o arrendado. | | | NA2 |
| A | EN25. Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas y sensibles. | | | NA1 |
| A | EN26. Cambios ocasionados en los hábitats naturales como consecuencia de las actividades y operaciones, y porcentaje de hábitat protegido o restaurado. | | | NA2 |
| A | EN27. Objetivos, programas y objetivos para proteger y restaurar ecosistemas y especies autóctonas en las zonas degradadas. | Grupo BBVA | Verificado | 106, 109-110, 127-128 |
| A | EN28. Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN cuyos hábitat se encuentran en las zonas afectadas por las operaciones. | | | NA1 |
| A | EN29. Unidades empresariales que están operando o tienen previsto operar dentro o en los alrededores de áreas protegidas o sensibles. | | | NA1 |
| Emisiones, vertidos y residuos | | | | |
| C | EN8. Emisiones de gases efecto invernadero. | Grupo BBVA | Verificado | 106 |
| C | EN9. Utilización y emisiones de sustancias reductoras del ozono. | BBVA España | Verificado | 107 |
| C | EN10. NOx, SOx y otra emisiones atmosféricas de importancia desglosadas por tipo. | Grupo BBVA | Verificado | 106 |
| C | EN11. Cantidad total de residuos, desglosados por tipos y destinos. | Grupo BBVA | Verificado | 105-106 |
| C | EN12. Vertidos al agua de importancia, por tipo. | | | NA2 |
| C | EN13. Vertidos de sustancias químicas, aceites y combustibles de importancia, expresados en cifras y volumen totales. | | | NA2 |
| A | EN30. Otras emisiones indirectas relevantes de gases efecto invernadero. | Grupo BBVA | Verificado | 106 |
| A | EN31. Cualquier producción, transporte, importación o exportación de aquellos residuos considerados como «peligrosos» de acuerdo con lo estipulado en los Anexos I, II, III y VIII del Convenio de Basilea. | | | NA1 |
| A | EN32. Fuentes de agua y ecosistemas/hábitats afectados de manera significativa por los vertidos de agua y residuos líquidos. | | | NA2 |
| Proveedores | | | | |
| A | EN33. Actuación de los proveedores con relación a los aspectos ambientales de los programas y procedimientos elaborados en respuesta al apartado Estructura de gobierno y sistemas de gestión (Apartado 3.16). | BBVA España | Verificado | 93-95 |
| Productos y servicios | | | | |
| C | EN14. Impactos ambientales significativos de los principales productos y servicios. | Grupo BBVA | Verificado | 98, 100-101, 107-109 |
| C | EN15. Porcentaje del peso de los productos vendidos susceptible de ser recuperado al final de la vida útil de éstos y porcentaje recuperado en la realidad. | | | NA1 |
| Cumplimiento | | | | |
| C | EN16. Episodios y multas asociados al incumplimiento de los convenios/tratados/declaraciones de aplicación internacional, así como de las normativas locales, regionales, subnacionales y nacionales asociadas a los temas ambientales. | España | Verificado | 98 |

| INDICADORES DE DESEMPEÑO (Cont.) | | | | |
|--|---|------------------|-----------------------------------|------------------|
| (C/A)* | Indicadores de desempeño ambiental | Perímetro | Alcance de la verificación | Páginas |
| Transporte | | | | |
| A | EN34. Impactos ambientales significativos vinculados al transporte con fines logísticos. | | | NA2 |
| General | | | | |
| A | EN35. Gastos totales en materia de medio ambiente, por tipo. | Grupo BBVA | Verificado | 98, 100, 108-109 |
| (C/A)* | Indicadores de desempeño social | Perímetro | Alcance de la verificación | Páginas |
| PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE | | | | |
| Empleo | | | | |
| C | LA1. Desglose del colectivo de trabajadores. | Grupo BBVA | Verificado | 10-11, 49, 55 |
| C | LA2. Creación de empleo neta y promedio de facturación desglosados por regiones / países. | Grupo BBVA | Verificado | 49, 57 |
| A | LA12. Prestaciones sociales a los empleados no exigidas por ley. | BBVA España | Verificado | 64-66 |
| Relaciones empresa / trabajadores | | | | |
| C | LA3. Porcentaje de empleados representados por organizaciones sindicales independientes. | BBVA España | Verificado | 54, 56 |
| C | LA4. Política y procedimientos de información, consulta y negociación con los empleados sobre los cambios en las operaciones de las organizaciones. | Grupo BBVA | Verificado | 52-54 |
| A | LA13. Disposiciones sobre la representación formal de los trabajadores en la toma de decisiones o la gestión, incluido el gobierno corporativo. | Grupo BBVA | Verificado | 52-54, 60 |
| Salud y seguridad | | | | |
| C | LA5. Métodos de registro y notificación de los accidentes en el trabajo y las enfermedades profesionales en referencia al Repertorio de recomendaciones prácticas de la OIT sobre registro y notificación de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales. | BBVA España | Verificado | 61-64 |
| C | LA6. Descripción de las comisiones conjuntas sobre salud y seguridad compuestas por la dirección y los representantes de los trabajadores, y proporción de la plantilla al amparo de dichas comisiones. | BBVA España | Verificado | 61-62 |
| C | LA7. Tasas de absentismo, accidentes y daños laborales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo (incluidos los trabajadores subcontratados). | BBVA España | Verificado | 63 |
| C | LA8. Descripción de políticas o programas (en el lugar de trabajo y otros ámbitos) sobre el VIH/SIDA. | Grupo BBVA | Verificado | 63-64 |
| A | LA14. Datos evidentes que certifiquen el cumplimiento de las recomendaciones de la OIT en sus directrices relativas a los sistemas de gestión de la salud en el trabajo. | Grupo BBVA | Verificado | 62 |
| A | LA15. Descripción de los acuerdos formales con sindicatos u otros representantes laborales responsables sobre seguridad y salud en el trabajo, y proporción del colectivo de trabajadores amparados por ellos. | BBVA España | Verificado | 61-62 |
| Formación y educación | | | | |
| C | LA9. Promedio de horas de formación por año. | Grupo BBVA | Verificado | 60 |
| A | LA16. Descripción de los procedimientos que fomentan la contratación continua de empleados y gestionan los programas de jubilación. | Grupo BBVA | (6) | 53-54, 56-57 |
| A | LA17. Políticas específicas enfocadas a la gestión de los conocimientos prácticos o la formación continuada. | Grupo BBVA | Verificado | 58-60 |
| Diversidad y oportunidad | | | | |
| C | LA10. Descripción de políticas y programas de igualdad de oportunidades, y de los sistemas de revisión para asegurar el cumplimiento y los resultados de las revisiones. | Grupo BBVA | Verificado | 51-52 |
| C | LA11. Composición de los departamentos superiores de gestión y gobierno corporativo (incluida la junta directiva), atendiendo a la proporción entre sexos y otros indicadores de diversidad, si se consideran culturalmente apropiados. | Grupo BBVA | Verificado | 55, IA (138) |

INDICADORES DE DESEMPEÑO (Cont.)

| (C/A)* | Indicadores de desempeño social | Perímetro | Alcance de la verificación | Páginas |
|---|---|------------|----------------------------|----------------------|
| DERECHOS HUMANOS | | | | |
| Estrategia y gestión | | | | |
| C | HR1. Relación pormenorizada de políticas, directrices, estructura corporativa y procedimientos en torno a los derechos humanos vinculados a las operaciones, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados. | Grupo BBVA | Verificado | 23-27, 30-31, 50-51 |
| C | HR2. Muestras de que se tienen en consideración los impactos en los derechos humanos a la hora de tomar decisiones sobre los procedimientos, inversiones o elección de proveedores/contratistas. | Grupo BBVA | Verificado | 23-26, 81-82, 94 |
| C | HR3. Relación pormenorizada de las políticas y procedimientos necesarios para valorar la actuación sobre los derechos humanos con respecto a la cadena de suministro y los contratistas, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados. | Grupo BBVA | Verificado | 23-26, 93 |
| A | HR8. Formación de los empleados en cuanto a las prácticas relativas a los derechos humanos, importantes para el desarrollo de las operaciones. Incluir tipo de formación, número de empleados formados y duración media del período de formación. | Grupo BBVA | Verificado | 24, 50, 58 |
| No discriminación | | | | |
| C | HR4. Relación pormenorizada de las políticas y procedimientos/programas globales dedicados a evitar todo tipo de discriminación en las operaciones, así como los sistemas de seguimiento y sus resultados. | Grupo BBVA | Verificado | 23-27, 68-90, 91-95 |
| Libertad de asociación y negociación colectiva | | | | |
| C | HR5. Análisis de la política de libertad asociación y su grado de aplicación. | Grupo BBVA | Verificado | 23-27, 50-51, 53-54 |
| Trabajo infantil | | | | |
| C | HR6. Exposición de la política de rechazo del trabajo infantil tal y como se define en el Convenio 138 de la OIT, grado de información y aplicación, y relación de los procedimientos/programas relacionados a este tema, así como de los sistemas de seguimiento y sus resultados. | Grupo BBVA | Verificado | 23-27, 50-51, 53-54 |
| Trabajo forzoso y obligatorio | | | | |
| C | HR7. Exposición de la política de rechazo del trabajo forzoso y obligatorio, grado de información y aplicación, y relación de los procedimientos/programas relacionados con este tema, así como de los sistemas de seguimiento y sus resultados. | Grupo BBVA | Verificado | 23-27, 50-51, 53-54 |
| Medidas disciplinarias | | | | |
| A | HR9. Descripción de prácticas de apelación relacionadas (no exclusivamente) a los derechos humanos. | Grupo BBVA | Verificado | 30-31, 50, 53-54 |
| A | HR10. Análisis de las políticas de no represalia y de los sistemas confidenciales de queja (incluyendo pero limitándose a su impacto en los derechos humanos). | Grupo BBVA | Verificado | 50, 53-54 |
| Medidas de seguridad | | | | |
| A | HR11. Formación del personal de seguridad en derechos humanos. | Grupo BBVA | Verificado | 50-51 |
| Derechos de los indígenas | | | | |
| A | HR12. Descripción de políticas, directrices y procedimientos diseñados para abordar las necesidades de los pueblos indígenas. | Grupo BBVA | Verificado | 24, 26-27, 30-31, 74 |
| A | HR13. Descripción de mecanismos de reclamación para la comunidad gestionados conjuntamente por la organización y las autoridades. | Grupo BBVA | Verificado | 71-72 |
| A | HR14. Porcentaje de los ingresos resultantes de las operaciones que se redistribuye a las comunidades locales. | Grupo BBVA | Verificado | 15 |

| INDICADORES DE DESEMPEÑO (Cont.) | | | | |
|---|---|------------------|-----------------------------------|---------------------|
| (C/A)* | Indicadores de desempeño social | Perímetro | Alcance de la verificación | Páginas |
| LA SOCIEDAD | | | | |
| Comunidad | | | | |
| C | S01. Descripción de las políticas de gestión de los impactos causados a las comunidades de las regiones afectadas por las actividades. | Grupo BBVA | Verificado | 23-27, 38-41 |
| A | S04. Distinciones recibidas en relación con la actuación social, ambiental y ética. | Grupo BBVA | Verificado | 12-14, 62,69 |
| Corrupción | | | | |
| C | S02. Descripción de política, sistemas de gestión/procedimientos y mecanismos de cumplimiento en torno a la corrupción y al soborno, dirigidos tanto a las organizaciones como a los empleados. | Grupo BBVA | Verificado | 23-27, 30-31, 89-90 |
| Contribuciones políticas | | | | |
| C | S03. Descripción de política y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento dedicados a las contribuciones y los instrumentos de presión política. | Grupo BBVA | Verificado | 23-27, 30-31, 89-90 |
| A | S05. Cantidad de dinero donado a instituciones y partidos políticos cuya función principal es la de financiar a los partidos o a sus candidatos. | Grupo BBVA | (7) | IGC (33-35, 47) |
| Competencia y precios | | | | |
| A | S06. Resoluciones relativas a causas judiciales sobre las normativas antimonopolio. | BBVA España | (8) | 69 |
| A | S07. Descripción de políticas y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento enfocados a prevenir las conductas contrarias a la libre competencia. | Grupo BBVA | Verificado | 23-27, 30-31, 89-90 |
| RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO | | | | |
| Salud y seguridad del cliente | | | | |
| C | PR1. Descripción de política sobre la salud y seguridad del cliente durante la utilización de productos y servicios, grado de información y aplicación, y relación de procedimientos/programas relacionados con este tema, así como de los sistemas de seguimiento y sus resultados. | Grupo BBVA | Verificado | 62, 88 |
| A | PR4. Número y tipo de incumplimientos de las normativas referentes a la salud y seguridad del cliente, así como sanciones y multas impuestas a estas infracciones. | BBVA España | (8) | 88 |
| A | PR5. Número de demandas ratificadas por salubridad y seguridad de los productos y servicios. | | | NA1 |
| A | PR6. Etiquetado de productos y cumplimiento de códigos no obligatorios, o distinciones relacionadas con la responsabilidad social y/o ambiental recibidas por la organización. | Grupo BBVA | Verificado | 12-14, 73 |
| Productos y servicios | | | | |
| C | PR2. Descripción de políticas y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento referentes al etiquetado y a la información sobre los productos. | Grupo BBVA | Verificado | 73 |
| A | PR7. Número y tipo de incumplimientos de las normativas sobre información y etiquetado de productos, así como las sanciones y multas impuestas como consecuencia de estas infracciones. | BBVA España | (8) | 73 |
| A | PR8. Análisis de políticas y sistemas de gestión/procedimientos, así como de los mecanismos de cumplimiento relativos a la satisfacción del cliente, así como los resultados de los estudios que evalúen esa satisfacción. Señalar las áreas geográficas amparadas por tales políticas. | Grupo BBVA | Verificado | 69-72 |

| INDICADORES DE DESEMPEÑO (Cont.) | | | | |
|---|---|------------------|-----------------------------------|----------------|
| (C/A)* | Indicadores de desempeño social | Perímetro | Alcance de la verificación | Páginas |
| Publicidad | | | | |
| A | PR9. Descripción de políticas y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento de las normativas legales y códigos no obligatorios referentes a la publicidad. Señalar las áreas geográficas amparadas por tales políticas. | Grupo BBVA | Verificado | 73 |
| A | PR10. Número y tipos de infracciones cometidas en el marco de las normativas sobre el marketing y la publicidad. | BBVA España | (8) | 73 |
| Respeto a la intimidad | | | | |
| C | PR3. Descripción de políticas y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento concernientes a la intimidad del cliente. | BBVA España | Verificado | 88 |
| A | PR11. Número de demandas probadas con respecto a las violaciones de la intimidad del cliente. | BBVA España | (8) | 88 |

- (1): Incluye únicamente impuesto de sociedades; no incluye tributos e impuestos indirectos.
 (2): Se informa exclusivamente de subvenciones recibidas por formación.
 (3): Se refiere exclusivamente a infraestructuras relacionadas con beneficios sociales a empleados.
 (4): Se informa exclusivamente del consumo de papel.
 (5): Indicador relativo a la sede de BBVA en Madrid (España).
 (6): Se incluye información cuantitativa sobre jubilaciones.
 (7): Se informa exclusivamente de políticas y normativa interna.
 (8): Se refiere exclusivamente a Banca Minorista y Distribución.
 (9): Se incluye información cualitativa exclusivamente.
 (10): Procesos descritos en el Manual de Principios de Ecuador de BBVA.

IA: Informe Anual 2005.

IGC: Informe de Gobierno Corporativo 2005.

* (C) Indicador central; (A) Indicador adicional.

Na1: Esta situación no existe, no se ha registrado durante el período del Informe y/o no existen planes para realizarla dentro de la entidad informante.

Na2: Aspecto no identificado en el proceso de determinación de materialidad y respuesta para este informe (ver página 134-137).

Nd: No disponible.

Nota 1: BBVA entiende que este indicador queda reflejado a lo largo de todo el informe.

GRI - SUPLEMENTO SOCIAL DEL SECTOR FINANCIERO

| | | Perímetro | Alcance de la verificación | Páginas |
|------------|---|-------------|----------------------------|--|
| CSR | GESTION DE LA RSC | | | |
| CSR 1 | Política de RSC. | Grupo BBVA | Verificado | 18-27 |
| CSR 2 | Organización de la RSC. | Grupo BBVA | Verificado | 27-35 |
| CSR 3 | Auditorías de RSC. | Grupo BBVA | Verificado | 27-28, 90 |
| CSR 4 | Gestión de asuntos sensibles (corrupción, aportaciones a partidos políticos, lavado de dinero, financiación de terrorismo, etc.). | Grupo BBVA | Verificado | 30-31, 87-90 |
| CSR 5 | Incumplimiento (normativas, reglamentos, estándar, leyes, etc.). | BBVA España | (8) | 51, 62, 69, 73, 88, IA (240-241) |
| CSR 6 | Diálogo con stakeholders (incluye premios de matiz social). | Grupo BBVA | Verificado | 12-14, 21-23, 62, 69, 98, 132, 134-137 |
| INT | DESEMPEÑO SOCIAL INTERNO | | | |
| INT 1 | Política de RSC en el seno de la de RR.HH (igualdad, libertad de asociación, formación, despidos, salud laboral, etc.). | Grupo BBVA | Verificado | 48-67 |
| INT 2 | Rotación de empleados y creación de empleo. | Grupo BBVA | Verificado | 56-58 |
| INT 3 | Satisfacción de empleados. | Grupo BBVA | Verificado | 53 |
| INT 4 | Remuneración del <i>senior management</i> y Consejo de Administración. | Grupo BBVA | Verificado | 56, IA, IGC (12-15, 28-29, 61-66) |
| INT 5 | Remuneración variable (Bonus) vinculada a la sostenibilidad. | Grupo BBVA | (9) | 52 |
| INT 6 | Ratio salarial hombres/mujeres. | Grupo BBVA | (9) | 55 |
| INT 7 | Perfil de empleados (género, discapacidad, etc.). | Grupo BBVA | (9) | 48-49, 55-56 |
| SOC | DESEMPEÑO HACIA LA SOCIEDAD | | | |
| SOC 1 | Contribuciones filantrópicas, caridad y mecenazgo (dinero aportado, tiempo, en especie y costes de gestión). | Grupo BBVA | Verificado | 113 |
| SOC 2 | Valor Económico Añadido (EVA). | Grupo BBVA | Verificado | 38 |
| SUP | PROVEEDORES | | | |
| SUP 1 | Seguimiento de los principales proveedores (seguimiento de sus condiciones laborales y sociales). | BBVA España | Verificado | 93-94 |
| SUP 2 | Satisfacción de proveedores (pronto pago, precios, trato, etc.). | BBVA España | Verificado | 92-93 |
| RB | BANCA MINORISTA | | | |
| RB 1 | Aspectos sociales de la política de Banca Minorista (productos, exclusión social, etc.). | Grupo BBVA | Verificado | 68-80,86-87 |
| RB 2 | Perfil de la política de financiación (sectores pymes, etc.). | Grupo BBVA | (9) | 74-80,86-87 |
| RB 3 | Criterios sociales o de sostenibilidad en la política de financiación (productos con matices sociales, etc.). | Grupo BBVA | Verificado | 74-80, 86-87, 115-116 |
| IB | BANCA DE INVERSION | | | |
| IB 1 | Aspectos sociales y medioambientales de la política de Banca de Inversiones. | Grupo BBVA | Verificado | 82-87, 100-101, 107-108 |
| IB 2 | Perfil global de los clientes de Banca de Inversión. | Grupo BBVA | (9) | 82-87 |
| IB 3 | Transacciones con alto contenido sociomedioambiental. | Grupo BBVA | Verificado | 82-87, 101, 103, 107-108 |
| AM | GESTION DE ACTIVOS | | | |
| AM 1 | Aspectos sociales de la política de Gestión de Activos. | Grupo BBVA | Verificado | 64, 81-82 |
| AM 2 | Activos bajo gestión con matices de sostenibilidad. | Grupo BBVA | Verificado | 64, 82 |
| AM 3 | Fomento de la Inversión Socialmente Responsable (ISR). | Grupo BBVA | Verificado | 64, 82 |
| INS | SEGUROS | | | |
| INS 1 | Aspectos sociales de la política de gestión de seguros (marketing responsable, claridad en comisiones, mejor consejo, etc.). | Grupo BBVA | Verificado | 81 |
| INS 2 | Perfil de los clientes. | Grupo BBVA | (9) | 81 |
| INS 3 | Reclamaciones de clientes. | BBVA España | Verificado | 72 |
| INS 4 | Seguros con matices de sostenibilidad (áreas deprimidas, discapacitados, etc.). | Grupo BBVA | Verificado | 81 |

GRI - SUPLEMENTO AMBIENTAL DEL SECTOR FINANCIERO

| | | Perímetro | Alcance de la verificación | Páginas |
|-----|--|------------|----------------------------|-----------------|
| F1 | Descripción de las políticas medioambientales aplicadas a las líneas de negocio básicas. | Grupo BBVA | Verificado | 99 |
| F2 | Descripción de los procesos para evaluar y controlar los riesgos medioambientales en las líneas de negocio básicas. | Grupo BBVA | Verificado | 87, 107 |
| F3 | Establecimiento de los umbrales a partir de los cuales se aplican los procedimientos de evaluación de riesgos medioambientales a cada línea de negocio básica. | Grupo BBVA | Verificado | 100-101 |
| F4 | Descripción de los procesos de implementación y cumplimiento por parte de los clientes de los aspectos medioambientales detectados en los procesos de evaluación de riesgos. | Grupo BBVA | (10) | 100-101 |
| F5 | Descripción de los procesos para mejorar la competencia de los empleados a la hora de abordar los riesgos y oportunidades medioambientales. | Grupo BBVA | Verificado | 100-101, 109 |
| F6 | Número y frecuencia de las auditorías que incluyen el examen de los sistemas y procedimientos de riesgos medioambientales vinculados a las líneas de negocio básicas. | | | Nd |
| F7 | Descripción de las interacciones con clientes / sociedades participadas / socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades medioambientales. | Grupo BBVA | Verificado | 134-139 |
| F8 | Porcentaje y número de compañías mantenidas dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha intervenido en cuestiones medioambientales. | | | Nd |
| F9 | Porcentaje de activos sujetos a un control medioambiental positivo, negativo y de excelencia. | Grupo BBVA | (9) | 82 |
| F10 | Descripción de la política de voto en materias medioambientales aplicable a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto. | | | Nd |
| F11 | Porcentaje de activos bajo gestión sobre los que la organización informante dispone de acciones con derecho a voto o recomendación de voto. | | | Nd |
| F12 | Valor monetario total de productos y servicios específicos medioambientales desglosados por líneas de negocio básicas. | Grupo BBVA | (9) | 82-85 |
| F13 | Valor de la cartera para cada línea de negocio desglosado por regiones y sectores específicos. | Grupo BBVA | (9) | 84, IA (76-117) |

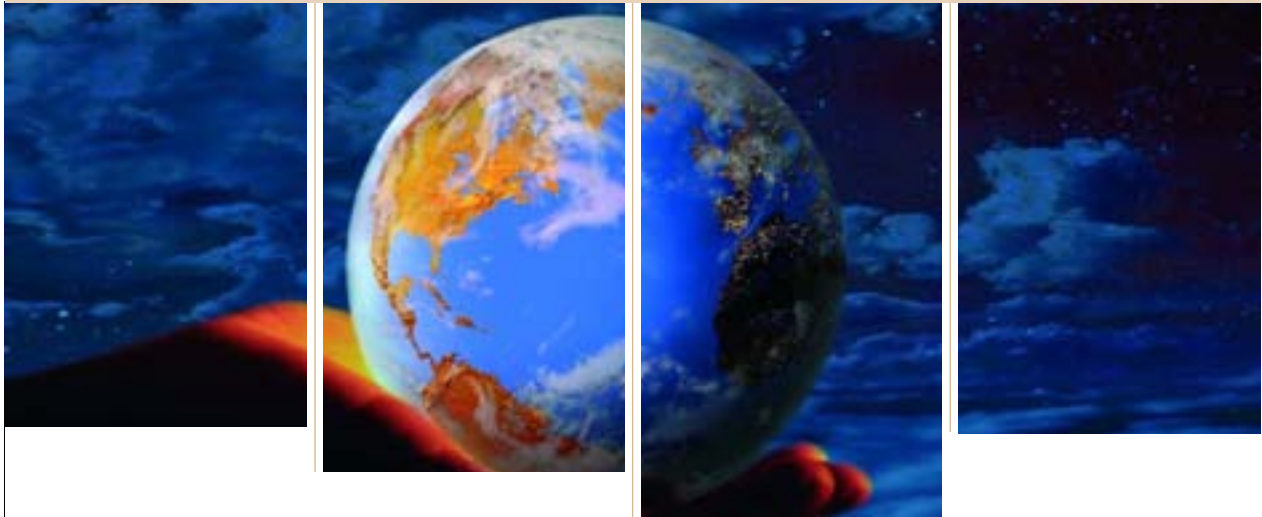
- (1): Incluye únicamente impuesto de sociedades; no incluye tributos e impuestos indirectos.
(2): Se informa exclusivamente de subvenciones recibidas por formación.
(3): Se refiere exclusivamente a infraestructuras relacionadas con beneficios sociales a empleados.
(4): Se informa exclusivamente del consumo de papel.
(5): Indicador relativo a la sede de BBVA en Madrid (España).
(6): Se incluye información cuantitativa sobre jubilaciones.
(7): Se informa exclusivamente de políticas y normativa interna.
(8): Se refiere exclusivamente a Banca Minorista y Distribución.
(9): Se incluye información cualitativa exclusivamente.
(10): Procesos descritos en el Manual de Principios de Ecuador de BBVA.

IA: Informe Anual 2005.

IGC: Informe de Gobierno Corporativo 2005.

Nd: No disponible.

14] PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS



BBVA Y LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS*

| Principio | Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas | Indicador GRI** |
|-----------------------------------|--|--------------------|
| Derechos Humanos | | |
| 1 | Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia. | HR1, HR2, HR3, HR4 |
| 2 | Deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos. | HR2, HR3 |
| Trabajo | | |
| 3 | Se pide a las empresas que apoyen la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. | HR5, LA3, LA4 |
| 4 | Que promuevan la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio. | HR7 |
| 5 | Que promuevan la abolición efectiva del trabajo infantil. | HR6 |
| 6 | Que promuevan la eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación. | HR4, LA10, LA11 |
| Medio Ambiente | | |
| 7 | Las empresas deben apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales. | 3.13 |
| 8 | Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental. | EN1-EN16, 1.1 |
| 9 | Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales. | EN17 |
| Lucha contra la Corrupción | | |
| 10 | Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno. | S02 |

* Esta comparación sólo pretende recoger en su más amplio sentido una correspondencia entre los diez principios del Pacto Mundial y algunos de los principales indicadores de desempeño del GRI.

** Equivalencia entre los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y los indicadores de desempeño del GRI. Fuentes: *UN Global Compact Principles and Selected GRI Performance Indicators*, http://www.globalcompact.org/docs/communication_on_progress/4.2/4.2.3.pdf ; *A Practical Guide to Communication on Progress*, <http://www.globalreporting.org/about/inigcompact.asp>.

15] CÓMO CONTACTAR CON BBVA



Si tiene cualquier tipo de opinión, duda o sugerencia sobre alguna información de este informe, le animamos a ponerse en contacto con BBVA por el medio que prefiera:

Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas

BBVA

Paseo de la Castellana, 81, 28046 Madrid

rsc@grupobbva.com

Tel: +34-91 374 6000 ó +34-91 537 7000

Fax: +34-91 537 5368

www.bbva.com

Ayúdenos a mejorar respondiendo y haciéndonos llegar este breve cuestionario:

1. ¿A qué grupo de interés pertenece?
2. ¿Cuál ha sido la parte de este informe que más útil encuentra?; ¿y la que menos?
3. ¿En qué aspectos considera que debería mejorar el Grupo BBVA?
4. ¿Cómo calificaría este informe (muy bueno, bueno, regular o malo)?
5. ¿Tiene alguna otra duda que desea que le respondamos?

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.

D.L.:

BBVA