BBVA

Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa 2004

Memoria Social BBVA

“Para BBVA, la Responsabilidad Social Corporativa es parte del *camino a la excelencia* en que estamos embarcados.”

Francisco González, Presidente de BBVA

> Índice

2 CARTA DEL PRESIDENTE

6 EL GRUPO BBVA

16 EL RETO DE MIRAR DE CERCA EL FUTURO

22 EL COMPROMISO DE BBVA

> 24. Compromiso con los grupos de interés > 26. Principios de acción > 30. Poniendo los principios en práctica > 32. Organización de la responsabilidad social corporativa en BBVA.

35 CREACIÓN DE VALOR

> 40. Creación de valor directo > 50. Creación de valor indirecto.

54 SOLUCIONES PARA UN FUTURO MEJOR

> 56. El cliente como centro del negocio > 62. Banca de particulares > 68. Los fondos de inversión y la inversión socialmente responsable en BBVA > 70. Banca de pequeñas y medianas empresas y microempresas > 74. Banca de grandes empresas y financiación de proyectos > 78. Banca de instituciones > 82. Participaciones empresariales e inmobiliarias.

84 LAS PERSONAS DE BBVA

> 86. Una organización con visión de futuro > 90. Desarrollo profesional y reconocimiento del mérito > 92. Aprendizaje y desarrollo > 98. Conducta ética > 100. Selección y creación de empleo > 102. Salud y seguridad > 106. Desarrollo personal > 110. Asociacionismo.

112 GESTIÓN SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS

> 114. Indicadores clave de desempeño ambiental > 116. Compromiso de gestión sostenible > 118. Sistema de Gestión Ambiental > 120. Ecoeficiencia en el consumo de recursos naturales > 124. Cambio climático y pérdida de la biodiversidad > 126. Impacto ambiental indirecto. Gestión de riesgos > 128. Formación y sensibilización ambiental.

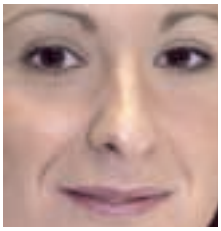
130 APOYO A LA COMUNIDAD

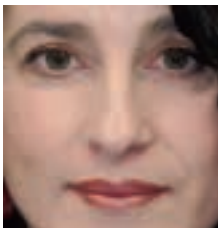
> 132. Introducción > 134. Las fundaciones del Grupo BBVA > 138. El Plan Familias BBVA > 140. Campos temáticos.

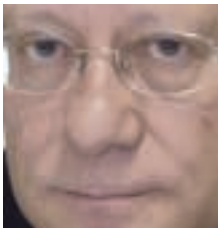
152 PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO EN 2005

156 ANEXOS

> 158. GRI > 166. Pacto Mundial > 168. Principios de Ecuador > 170. Principios que rigen este Informe > 172. Informe de verificación > 174. Cómo participar en el desarrollo del compromiso de BBVA.







> Carta del Presidente

Desde 2002, BBVA viene editando un **Informe de Responsabilidad Social Corporativa** para informar a nuestros accionistas, a los mercados y a todos los que se interesen por ello de cómo entendemos y ejecutamos nuestros compromisos con todos nuestros grupos de interés. En este Informe plasmamos de forma concreta cómo hemos pasado de las palabras a los hechos, cómo hemos *trabajado por un futuro mejor para las personas.*

A ello responde nuestra voluntad de responsabilidad corporativa, que pretende, ante todo, fortalecer y orientar adecuadamente la respuesta de nuestro Grupo ante los principales desafíos que le presenta el entorno en el que opera. Y porque así entendemos nuestra responsabilidad, estamos firmemente convencidos de la importancia de plantear esta respuesta de forma integral y atendiendo activamente a las expectativas que frente a BBVA mantienen todos los sectores que con él se relacionan. Para BBVA, ejercer la Responsabilidad Social Corporativa es parte del *camino a la excelencia* en que estamos embarcados.

Si eso es cierto para cualquier tipo de empresa, lo es más en el Sector Financiero, en virtud de su papel central en la economía y en la vida cotidiana de sus agentes. Los bancos, entre muchos otros aspectos, facilitan e intermedian de múltiples formas la actividad diaria de empresas, instituciones, familias y personas, contribuyen al ahorro, agilizan los pagos y suministran financiación de actividades productivas y de consumo, canalizando así recursos excedentes a donde más se necesitan. Una actividad que resulta esencial para el crecimiento económico y para la mejora general de la calidad de vida, pero que comporta también una responsabilidad especialmente acusada.

BBVA la asume plenamente, desde la seguridad de que contribuye así a la mayor generación de valor para todos sus grupos de interés, pero también a la mayor solidez económica del Grupo y al crecimiento sostenido en el tiempo de sus resultados.

Es un camino, sin duda, de largo recorrido, en el que BBVA avanza con paso decidido año a año. Así ha sucedido también en 2004, que ha sido testigo de pro-

gresos sustanciales. Así, merecen recordarse entre ellos temas como la firma de los Principios de Ecuador del Banco Mundial (siendo, por el momento, el único banco español en hacerlo), la aplicación en todo el Grupo del Código de Conducta, la decisión de reducir drásticamente la actividad en paraísos fiscales, la puesta en marcha de un Sistema de Gestión Ambiental, la consecución de una cifra récord en apoyo a la sociedad o el lanzamiento del Plan Familias y del Préstamo Nacimiento. Y todo ello, al tiempo que alcanzaba la mayor cifra de beneficios de su historia. Avances, además, que no son sino elementos parciales de una estrategia general orientada al crecimiento sostenido e integral del valor: es decir, a la generación equilibrada de valor económico, social y ambiental. Una estrategia, en ese sentido, presidida por el objetivo de sostenibilidad, en el más amplio y comprensivo sentido de la expresión.

Es ése el compromiso de BBVA: un compromiso con el que trata de estar a la altura de las exigencias de nuestro tiempo, mirando con decisión y optimismo al futuro y tratando de aportar el mayor beneficio posible a sus accionistas, clientes, empleados y proveedores, así como al conjunto de sociedades en que opera.

EL INFORME 2004

De todo ello trata el presente Informe, que constituye para BBVA un importante instrumento para hacer partícipes a sus diversos grupos de interés de la forma en que ha enfocado durante el año 2004 sus esfuerzos por cumplir con sus compromisos.

Es, por otra parte, un informe en el que hemos realizado sustanciales cambios en contenido y estructura. Esta memoria se ha elaborado en conformidad con la Guía de 2002 del GRI, y constituye una presentación equilibrada y razonable del desempeño económico, ambiental y social de nuestra organización. Hemos pretendido además seguir en él los principios de nuevos estándares emergentes, como la norma AA1000 de AccountAbility (de la que se han tomado en consideración algunos de los principios que la inspiran), para orientar la delimitación de su contenido, al tiempo que se han sometido a verificación independiente los datos referidos a los indicadores GRI. De esta manera, fortalecemos nuestra intención por proporcionar información relevante y sólida, que complementa a la aportada por el Informe Anual (en el que se integra un informe específico de Gobierno Corporativo) y por nuestro sitio en Internet (www.bbva.com).

Ya en el informe del año anterior intentamos dar una imagen clara del desempeño del Grupo en relación a los compromisos contraídos con sus diversos grupos de interés, realizando un notable esfuerzo por describir amplia y detalladamente el funcionamiento básico de las principales áreas y entidades del Grupo y la forma en que contribuyen al compromiso social de BBVA. Un esfuerzo materializado en un extenso Informe, que supuso una sólida base de referencia para demostrar con transparencia cómo BBVA asume los mencionados compromisos.

Desde esa referencia, hemos pretendido orientar la estructura del Informe de 2004 con un foco central: reflejar cómo trata el Grupo BBVA de hacer realidad su visión de trabajar por un futuro mejor para las personas.

Partiendo de este enunciado, hemos querido iniciar el Informe reafirmando nuestra voluntad de afrontar con decisión el futuro, apoyados en una doble voluntad de innovación y de transparencia y convencidos de que el camino que asegura el mañana está basado en el sólido y permanente compromiso de aportar el máximo valor posible a quienes confían en el Grupo.

Porque ése, en definitiva, es el compromiso de BBVA: un compromiso con todos aquellos que se ven afectados por sus actuaciones. Un compromiso, por tanto, múltiple: con sus accionistas, para crear más valor de forma sostenida en el tiempo; con sus clientes, para buscar las mejores soluciones que hagan de BBVA su primera opción; con sus empleados, para ofrecer un estilo de gestión que genere entusiasmo, facilite la formación, la motivación y el desarrollo personal y profesional; con sus proveedores, para encontrar en BBVA un aliado que potencie el beneficio mutuo; con las sociedades donde ope-

ra, para contribuir de forma activa en su desarrollo; con los reguladores de mercados, para actuar con absoluta integridad y cumplir rigurosamente la legalidad.

El cumplimiento de estos compromisos sólo es posible a través de sólidos principios. Principios que reflejan nuestros valores y nuestra forma de actuar y que se concretan en una cultura corporativa compartida por todos los que trabajamos en el Grupo y que debe guiar nuestro comportamiento. En este contexto, es de particular importancia *La Experiencia BBVA*, expresión de nuestro modelo cultural y orientación general para capitalizar adecuadamente el valor de los intangibles estratégicos del Grupo: la marca, la cultura y la reputación corporativa.

Definir y optar decididamente por una forma de hacer las cosas es muy importante. Pero demostrar con hechos la capacidad de BBVA de poner los principios en práctica lo es aún más. Para ello, se apunta en el Informe el conjunto de sistemas de gestión que facilitan esta tarea.

Son sistemas que se orientan a un objetivo común: la creación de valor para nuestros grupos de interés. Un objetivo que exige entender las diferentes vías por las que el Grupo genera riqueza y, por supuesto, trabajar inteligentemente para maximizarlas. Creamos valor de manera directa, a través de los flujos monetarios tangibles que resultan de nuestras actividades, e intangiblemente, gracias al valor que aportan elementos como la reputación, la transparencia y el capital intelectual del Grupo. Pero también de manera indirecta, como la contribución a la configuración de sistemas financieros estables y confiables, la aportación que realizan nuestros sistemas de gestión al mejor funcionamiento del mercado, la lucha contra el crimen, la corrupción y el fraude o el impulso a la innovación tecnológica que genera nuestra actividad.

Desde que en 2003 diseñamos la nueva estrategia de BBVA, nuestra apuesta fue clara, centrando la oferta en la creación de lo que hemos denominado soluciones para un futuro mejor: productos y servicios innovadores, de calidad y eficientes, que tienen su referencia básica en las necesidades del cliente (como centro de nuestro trabajo) y que maximizan la rentabilidad, al tiempo que permiten materializar en la práctica nuestros principios y nuestra visión. Asegurando, así, en nuestra actividad diaria en el mercado la coherencia entre lo que decimos y lo que hacemos.

Nada de esto es posible sin todos los profesionales que trabajan en el Grupo: las personas de BBVA. Nuestro equipo es realmente el artífice de este ambicioso proyecto de generación de valor. Guiados por esta convicción, trabajamos para fomentar el desarrollo profesional de nuestra gente, compensando adecuadamente su esfuerzo, proporcionando un ambiente de trabajo conducente a la igualdad de oportunidades, a la valoración del mérito y de la diversidad, a la comunicación abierta y a la preservación de su salud y su seguridad. En contrapartida, de nuestro equipo esperamos un comportamiento ético y una exigente integridad en su actividad profesional. Sin ello, sería vana toda pretensión de responsabilidad corporativa.

La realización de nuestras actividades requiere también de recursos materiales. Por tanto, implican un impacto ambiental, a través de los consumos energéticos y materiales directos y de la forma en que se tratan los residuos materiales de la actividad. Pero el impacto ambiental de un banco es mucho más importante si se toma en consideración el efecto indirecto de su actividad comercial. En esta medida, para BBVA la gestión sostenible implica no sólo la continua búsqueda de la eficiencia en el uso de los recursos materiales que emplea, sino también la equilibrada asunción de las responsabilidades que conllevan tanto la gestión de los recursos confiados al Grupo como la de los recursos que éste pone al alcance de sus clientes y de la sociedad en general.

Se ha dicho más de una vez que difícilmente puede una empresa conseguir un éxito permanente en una comunidad que no prospera. Es una creencia que compartimos decididamente en BBVA. Desde una perspectiva puramente económica, en ella descansa nuestro convencimiento de que el apoyo a la comunidad es parte esencial de nuestra responsabilidad social corpo-

“Este es el compromiso de BBVA con nuestros accionistas, clientes, empleados y todas las sociedades donde opera.”

rativa. Algo que ejercemos desde nuestra actividad empresarial característica, pero a lo que se orienta específicamente nuestra política de acción en la sociedad. Una política enfocada a contribuir al desarrollo de las sociedades en que BBVA está presente y que responde en buena medida a criterios éticos de carácter general, pero que no debe entenderse en un sentido simplemente filantrópico. La acción social no tiene para BBVA ningún carácter lucrativo, pero, adecuadamente gestionada, constituye asimismo una vía de fortalecimiento a medio y largo plazo de la solidez económica del Grupo. Es una inversión estratégica que genera valor recíproco: para la sociedad y para la empresa.

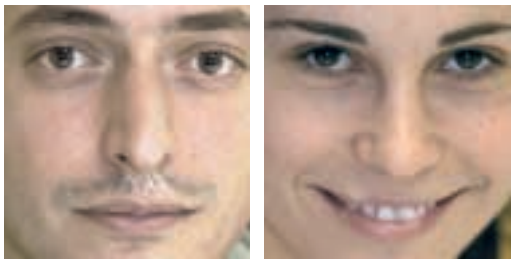
Cumplir con este compromiso requiere necesariamente un diálogo abierto que permita entender y atender las necesidades básicas de las sociedades en las que el Grupo opera. BBVA dispone de múltiples canales para el ejercicio de este diálogo. De muchos de ellos se da cuenta en este Informe. Pero el propio Informe debe entenderse como un componente esencial de esta conversación permanente que nuestro Grupo quiere mantener con todos los sectores con los que se relaciona. Desde la convicción de que de su calidad depende en buena medida la calidad de esas relaciones y la calidad general de la actividad.

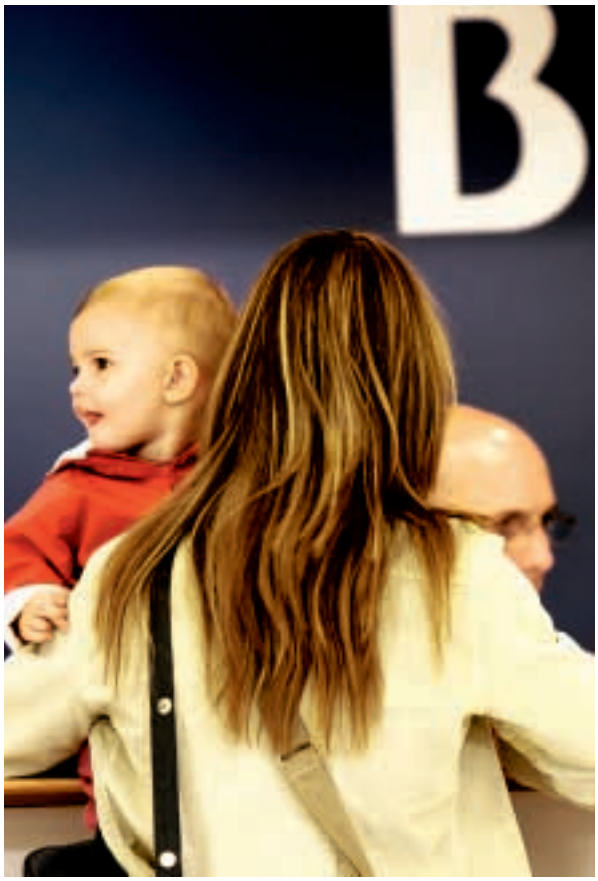
Éste es el enfoque que preside este documento. Un enfoque que creemos congruente con nuestra visión, nuestra estrategia de negocio y nuestra realidad. Un enfoque, también, plenamente coherente con el sentido en el que entendemos la expresión **adelante**, que hemos adoptado como emblema de la cultura BBVA y que responde a un entorno y una forma de trabajo y de vida en los que la única constante es el cambio. Es, finalmente, la forma en que enfocamos nuestra pretensión de trabajar por un futuro mejor para las personas.

Sólo me resta invitarles a leer este Informe y a participar del compromiso de BBVA: **adelante**.

10 de Febrero de 2005
Francisco González Rodríguez

> El Grupo BBVA





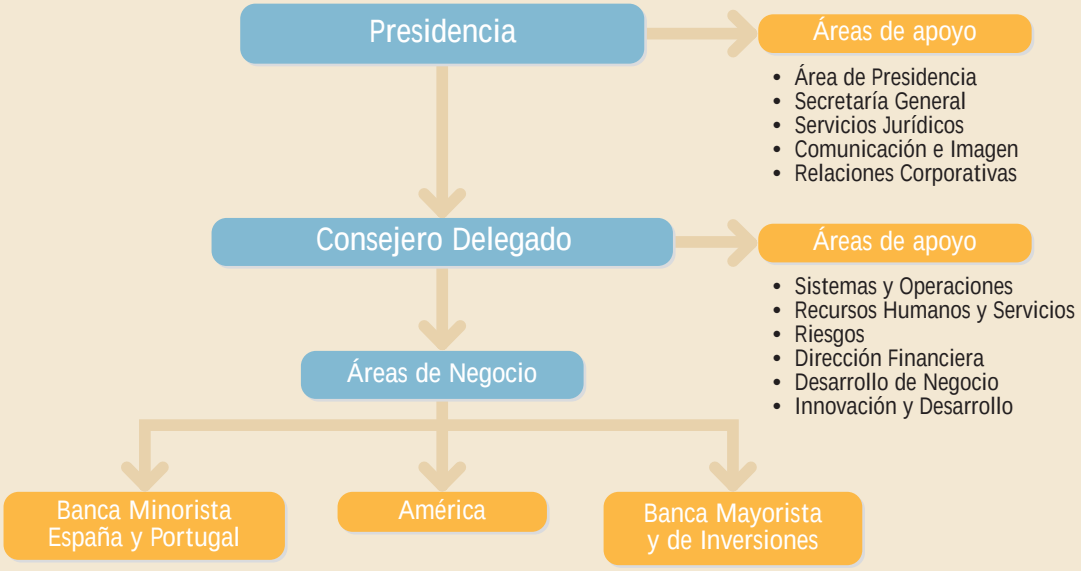
El Grupo BBVA atiende a 35 millones de clientes en 32 países a través de una red de cerca de 7.000 oficinas y 84.000 personas, gestionando un volumen de negocio de 500.000 millones de euros con la máxima excelencia y responsabilidad individual, trabajando para todos los que con él se relacionan: los accionistas, los clientes, los empleados, los proveedores y la sociedad. Todo ello con un objetivo común: unir todas las fuerzas para establecer relaciones duraderas con clientes cada día más satisfechos.

BBVA es un grupo financiero global, de gran dimensión y elevada solvencia, con una sólida posición en el mercado español y una franquicia líder en Latinoamérica.

Un grupo que mira de cerca el futuro, decidido a crear y aprovechar nuevas oportunidades, preparado para los retos del mercado global y con todas las ventajas competitivas de un gran equipo dispuesto a obtener los mejores resultados a lo largo de un camino que asegura el mañana.

BBVA Organigrama

(Diciembre 2004)



Perfil del Grupo BBVA

Datos básicos Grupo BBVA

	2004	2003
Activos (millones euros)	311.072	287.150
Créditos s/clientes (millones euros)	174.615	153.271
Total recursos gestionados (millones euros)	323.984	295.905
Beneficio atribuido (millones euros)	2.802	2.227
Nº de clientes (millones)	35	35
Empleados	84.117	86.197
• En España	30.765	31.095
• Fuera de España	53.352	55.102
Oficinas	6.848	6.924
• En España	3.375	3.371
• Fuera de España	3.473	3.553

Los datos que aparecen en el mapa corresponden a los empleados y oficinas del Grupo BBVA consolidado en cada país.
Aparecen señalados sólo aquellos países en los que el Grupo BBVA cuenta con entidad bancaria.
Además, en Ecuador, Bolivia y República Dominicana se cuenta con entidades gestoras de pensiones y/o seguros.

Suiza	
Empleados	91
Oficinas	1

Andorra	
Empleados	233
Oficinas	14

España	
Empleados	30.765
Oficinas	3.375

Gibraltar (Reino Unido)	
Empleados	2
Oficinas	1

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 Banco Uruguay
- BBVA Bancomer (México)
- BBVA Chile
- BBVA Colombia
- BBVA Panamá
- BBVA Paraguay
- BBVA Puerto Rico

Resto del Grupo

- Banc Internacional d'Andorra-Banca Mora
- BBVA Portugal
- BBVA Privanza Bank (Jersey) Ltd (Channel Islands)
- BBVA Privanza Internacional (Gibraltar) Ltd
- BBVA Suiza
- Valley Bank (Estados Unidos)

Sucursales

Bruselas	Londres	Nueva York
Gran Caimán	Miami	París
Hong-Kong	Milán	

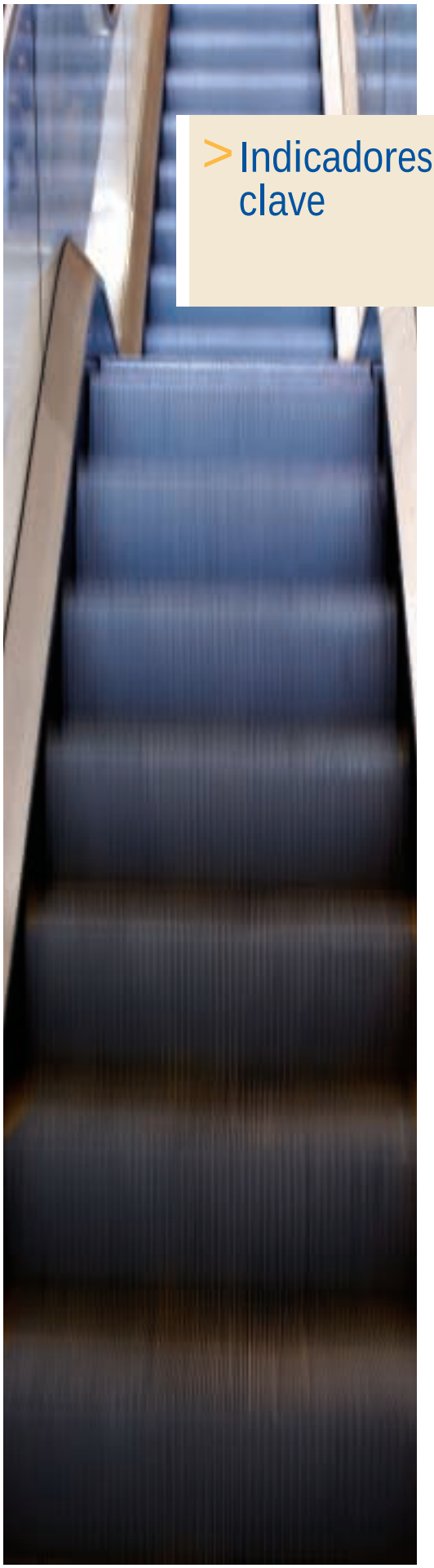
Oficinas de representación

Beijing	La Habana	Sao Paulo
Bruselas	Montevideo	Teherán
Frankfurt	Moscú	Tokio

Principales hechos de BBVA en 2004

Fecha	Acontecimiento
Enero 04	- BBVA anuncia la inversión de 34,3 millones de euros en formación en 2004. - Uno-e, el banco *on-line* del Grupo BBVA, lanza la primera tarjeta MasterCard Mini Oro del mundo. - BBVA crea la Unidad de Innovación y Desarrollo.
Febrero 04	- Se celebra la Junta General de Accionistas de BBVA, en la que se presentan el Informe Anual, el Informe de Gobierno Corporativo y el Informe de Responsabilidad Social Corporativa. - BBVA implanta un nuevo sistema para la prevención de la financiación del terrorismo. - BBVA refuerza su compromiso con la sociedad y lanza el Plan Familias. Destacan como productos estrella los Préstamos Familiares, iniciados con el Préstamo Nacimiento.
Marzo 04	- BBVA concluye la OPA sobre BBVA Bancomer y alcanza el 98,88% de su capital. - Inicio en México de la exposición itinerante por América Latina "Obras Maestras de la Colección BBVA". - Concentración de los centros de procesos de datos de Latinoamérica en Monterrey (México).
Abril 04	- BBVA Patrimonios lanza la primera sociedad de inversión inmobiliaria para altos patrimonios del mercado español. - BBVA, primer banco español en adoptar los "Principios de Ecuador".
Mayo 04	- Se anuncia la adquisición de Valley Bank en California (EE.UU.). - La Fundación BBVA presenta los Premios a la Conservación de la Biodiversidad, con una dotación de un millón de euros. - BBVA y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) firman un convenio de colaboración. - La Oficina de Apoyo para la Sociedad de la Información, iniciativa conjunta de BBVA, HP, Microsoft y Telefónica, ha asesorado a 300.000 pymes en su primer año de actividad.
Junio 04	- BBVA y representaciones sindicales crean el Comité de Empresa Europeo. - BBVA lanza una nueva estrategia inmobiliaria sobre la base de la marca ANIDA. - BBVA decide reducir la actividad en centros *off-shore*. - BBVA Colombia lanza el Crédito Ecológico. - Comienza la XIX edición de Ruta Quetzal BBVA.
Julio 04	- BBVA completa la implantación de su Código de Conducta en todas las sociedades del Grupo. - Implantación de la nueva arquitectura multicanal NACAR en España, con más de 34.000 puestos de trabajo. - El Informe de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA de 2003 recibe la calificación "*in accordance*" de GRI, convirtiéndose en el segundo banco a nivel mundial en conseguirla. - BBVA crea una unidad de negocio para desarrollar su estrategia de banca minorista en Estados Unidos.
Agosto 04	- BBVA financia al 0% de interés matrículas y becas universitarias a través del Programa Blue Joven.

Fecha	Acontecimiento
Septiembre 04	- BBVA Bancomer se consolida como líder del mercado hipotecario mexicano tras el anuncio de compra de Hipotecaria Nacional de México. - BBVA anuncia la adquisición de Laredo National Bancshares, grupo financiero con dos bancos que operan en Texas (EE.UU.). - BBVA firma un acuerdo financiero con los Centros Especiales de Empleo afiliados a la Confederación Coordinadora Estatal de Disminuidos Físicos de España.
Octubre 04	- BBVA lanza el fondo de inversión BBVA Desarrollo Sostenible. - BBVA lanza la segunda edición del Préstamo Nacimiento, tras el éxito de la primera edición, que superó las 11.700 concesiones. - BBVA impulsa un fondo –Palladium Equity Partners III– que invertirá 500 millones de dólares en compañías hispanas de EE.UU.
Noviembre 04	- BBVA entra a formar parte del Comité Ejecutivo de la Asociación Española del Pacto Mundial. A lo largo de 2004 se adhieren al Pacto Mundial: BBVA Bancomer, BBVA Banco Francés, BBVA Colombia y BBVA Banco Continental. - I Convocatoria de la Fundación BBVA de Ayudas a la Investigación en Biología de la Conservación, por un total de 2,3 millones de euros. La Fundación ha convocado también en 2004 la III Convocatoria de Ayudas a la Investigación en Ciencias Sociales, con un presupuesto de 1,4 millones de euros. - Se reducen en un 24% las reclamaciones al BBVA presentadas en el Banco de España, según la Memoria de Reclamaciones del Banco de España de 2003, frente a un aumento medio del Sector Financiero del 23,9%.
Diciembre 04	- BBVA entrega a la Fundación Víctimas del Terrorismo 842.000 euros para las víctimas del 11 de marzo, de los que 500.000 euros son aportados por BBVA y el resto por clientes y empleados. - La acción de BBVA acumula en 2004 una subida del 19,2%, la mayor entre los principales bancos europeos, superando los 44.000 millones de euros de valor de mercado. - BBVA entra a formar parte del índice "FTSE ISS Corporate Governance", que valora la calidad del Gobierno Corporativo. Este hecho se suma a la renovación de la inclusión de BBVA en los dos principales índices de sostenibilidad del mundo: Dow Jones Sustainability Index y FTSE4Good. - BBVA, líder del mercado hipotecario en España, con más de 120.000 operaciones financiadas en 2004 y más de 810.000 operaciones vivas. - BBVA logra el mayor resultado de su historia al obtener un beneficio de 2.802 millones de euros, con un crecimiento del 25,8% respecto a 2003. - Primer banco en préstamos sindicados en España (Dealogic, Bloomberg, Loan Pricing Corporation). - Segundo banco en préstamos sindicados en América Latina (Loan Pricing Corporation). - Primer banco en *Project Finance* en América Latina (Dealogic). - BBVA, líder mundial por número de operaciones de *trade finance* en 2004 (Dealogic y Trade Finance).



> Indicadores clave

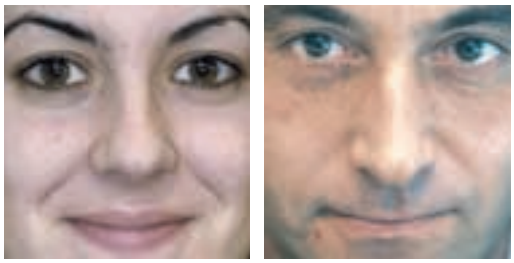
Dentro de este contexto de eventos y logros, BBVA ha continuado mejorando su comportamiento con relación a su responsabilidad social corporativa. Los indicadores que se presentan a continuación dan una imagen condensada y concreta de este desempeño. La diferencia entre los indicadores clave de 2003 y los del presente informe responde al objetivo de centrar la atención en los aspectos fundamentales de la sostenibilidad del Grupo. Los indicadores que no figuran en el cuadro se siguen utilizando y en su mayoría se incluyen dentro de este Informe.

Indicadores clave de RSC Grupo BBVA(*)

Indicador	2004	2003
Beneficio atribuido (millones de euros)	2.802	2.227
Rentabilidad sobre recursos propios (ROE)	20,0%	18,4%
Precio / Valor contable (veces)	2,8	2,8
Número medio de días en resolver una reclamación (España)	18	26
Número de certificaciones ISO	64	76
Fondos de inversión socialmente responsable respecto al total de fondos de inversión gestionados	1,8	1,7
Emisiones CO_2 por empleado (toneladas)	3,75	3,68
Consumo de papel por empleado (kilogramos)	130,4	116,8
Mujeres en puestos directivos (porcentaje)	11,2	11,1
Diversidad hombres-mujeres (porcentaje)	57/43	58/42
Importe total de la inversión en formación (millones de euros)	34,3	34,6
Horas de formación por empleado (media)	45	43
Personas promocionadas (porcentaje sobre plantilla total)(1)	13	26
Número de consultas atendidas por la Oficina del Accionista (anual)	10.737	11.939
Índice de satisfacción de clientes (Fuente FRS Ibérica) referido a España	75%	74%
Índice de satisfacción de empleados(2)	n.d.	60,4%
Índice de satisfacción de proveedores (sobre 5)	3,7	3,8
Auditorías para verificar el cumplimiento de los procedimientos de prevención del blanqueo de capitales	1.460	458
Creación de valor para accionistas: rentabilidad por dividendo	3,39%	3,51%
Creación de valor para empleados: gastos generales de personal (millones de euros) (incluye sueldos y salarios, seguros sociales, dotaciones a fondos de pensiones y otros gastos)	3.184	3.263
Creación de valor para clientes: créditos sobre clientes (bruto en millones de euros)	174.615	153.271
Creación de valor para proveedores: otros gastos administrativos(3) (millones de euros)	1.779	1.768
Creación de valor para la sociedad: impuesto sobre sociedades (millones de euros)	957	915
Creación de valor para la sociedad: recursos destinados por el Grupo y sus fundaciones a acción social (millones de euros)	38,3	35,3

(*) Los indicadores son para el Grupo, salvo en aquellos casos en los que se señala otro alcance.
(1) El alto porcentaje de promociones del año 2003 se debe a que la reestructuración del Grupo llevó consigo una gran movilidad de funciones, con asunción de responsabilidades mayores.
(2) Este indicador se mide de forma bienal.
(3) Se ha seleccionado este concepto como aproximación adecuada de los pagos realizados a terceros en concepto de compras y servicios prestados.
n.d. = no disponible.

> El reto de mirar de cerca el futuro



> Trabajamos por un futuro mejor para las personas

La dinámica de los mercados y las crecientes demandas de la sociedad en su conjunto requieren que las empresas sean capaces de aportar más valor a colectivos adicionales a los que concentraban sus esfuerzos de forma tradicional. BBVA reconoce la necesidad de afrontar este reto mirando de cerca un futuro en el que desea ser un agente activo y positivo.

En BBVA existe el convencimiento de que el camino que asegura el mañana está basado en el sólido y permanente compromiso de aportar el máximo valor posible a aquellos que confían en él, ya sea trabajando en sus oficinas, utilizando sus servicios, invirtiendo, vendiendo sus productos, etc. Para todos, BBVA trabaja por un futuro mejor.

Para hacerlo posible, BBVA ha desarrollado su cultura corporativa –formalizada en el documento denominado *La Experiencia BBVA*– que define la visión del Grupo, regula su manera de actuar y le permite afrontar con éxito los retos del futuro.

La base del cumplimiento del compromiso de BBVA se encuentra en un diálogo abierto y constante que permita en todo momento conocer las expectativas y necesidades que más preocupan y, en definitiva, ser de más ayuda, con el fin de obtener el mayor beneficio mutuo posible.

BBVA es consciente de que sus decisiones y actuaciones no sólo tienen consecuencias económicas y financieras para sus socios en el negocio, sino que pueden tener también importantes impactos –directos e indirectos– sobre la creación de riqueza, el medio ambiente, las comunidades y su prosperidad presente y futura. Por esta razón, BBVA ha decidido integrar en su modelo de negocio la evaluación de los riesgos que puedan derivarse de la labor del Grupo en todos estos aspectos e identificar las oportunidades que su papel en los mercados pueda conllevar.

La visión empresarial que guía el comportamiento de BBVA se formaliza, entre otras políticas, en su concepción de la responsabilidad social corporativa (RSC), que asume en un sentido integral.

Aunque existe disparidad de opiniones en cuanto a su definición, contenido y aproximación exactos, BBVA entiende la responsabilidad social corporativa como su compromiso de aportación del máximo valor

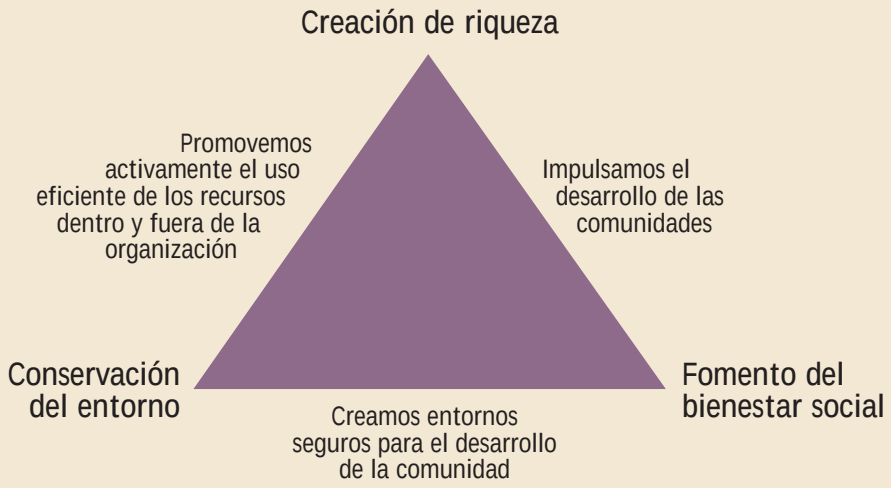
La visión de BBVA

La visión de BBVA nace como un enunciado que establece objetivos del más alto nivel, adecuando las necesidades de las personas con lo que el Grupo puede ofrecer.

Trabajamos por un futuro mejor para las personas

La visión de BBVA hace especial énfasis en el concepto de futuro. Toda la actividad del Grupo está encaminada a crear futuro para las personas, entendiendo futuro en términos positivos y sostenibles. Futuro es un mañana mejor.

> Un futuro mejor para las personas



posible a todos sus grupos de interés –accionistas, clientes, empleados, proveedores, reguladores y conjunto de la sociedad–. Un compromiso que no responde a motivaciones subjetivas o pretensiones cosméticas, sino a la necesidad de conseguir relaciones estables, sólidas y mutuamente beneficiosas con todos estos grupos, como columna vertebral de su estrategia.

Desde esta perspectiva, para BBVA la responsabilidad social se integra en todas las áreas y actividades del Grupo, como un eje transversal que orienta actitudes y criterios, persiguiendo coherentemente el objetivo de la calidad total y la excelencia.

En este sentido, todas las áreas están implicadas –en todas las actividades y en todas las unidades se puede y se debe integrar criterios de RSC–. Para una organización del Sector Financiero, esto implica atender detenidamente tanto a los criterios y prácticas de gestión de los empleados y los recursos materiales utilizados, como a los criterios y prácticas para el desarrollo y gestión de los productos y servicios ofrecidos; entendiendo las responsabilidades como aquéllas que conllevan tanto la gestión de los recursos confiados al Grupo como la de los recursos que éste pone al alcance de sus clientes y de la sociedad en general.

La necesidad de encontrar esta alineación entre la RSC, las prácticas internas y los productos y servicios, así como la habilidad para demostrar claramente cómo a través de los mismos se aporta valor a los grupos de interés, presenta para el sector de la banca dos grandes retos: innovación y transparencia. BBVA está decidido a crear y aprovechar nuevas oportunidades en estos ámbitos y, por tanto, reconoce la importancia de hacer frente a tales retos.

La innovación es una palanca de progreso en BBVA. Resalta la importancia de la creatividad eficiente y la aplicación de las tecnologías al servicio del cliente y de cara a los compromisos sociales y medioambientales de BBVA.

Trabajar para aumentar la transparencia en la forma de hacer las cosas es otro vector de acción fundamental. BBVA ha realizado cambios en su estructura con el objetivo no sólo de ser más accesible y abierto, sino también de lograr una mayor flexibilidad y un mayor enfoque al cliente. Se refuerza este concepto a través de las nuevas herramientas de comunicación interna y externa y mediante la formalización y aplicación de códigos y principios de buen funcionamiento.

Asimismo, con el objetivo de avanzar en un proceso de mejora permanente, a lo largo de 2004 se ha puesto especial atención en destacar los compromisos concretos en diferentes aspectos importantes de la RSC. El presente Informe pretende también proporcionar una imagen del Grupo tan completa como sea posible y, en su mayoría, la información se extiende a todos los países y sectores en los que el Grupo tiene presencia significativa. Detalles adicionales sobre las metodologías seguidas y el alcance

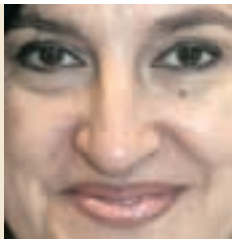
Visión:
Trabajamos por
un futuro mejor
para las personas

de este Informe se pueden encontrar en el epígrafe "Principios que rigen este Informe". Con el propósito de centrarse en lo más relevante, el Informe ha seguido un riguroso y sistemático proceso para la identificación de los aspectos de la RSC que son relevantes o materiales para BBVA y que es importante comunicar a sus grupos de interés. Para esto, se han seguido guías y metodologías de reconocimiento internacional. En particular, cabe mencionar AA1000 (de la que se han tomado en consideración algunos de los principios que la inspiran) y Global Reporting Initiative (GRI), cuyos requisitos el presente Informe aspira a cumplir "*in accordance*".

> El compromiso de BBVA

> Compromiso con los grupos de interés
> Principios de acción
> Poniendo los principios en práctica
> Organización de la responsabilidad social corporativa en BBVA

> Compromiso con los grupos de interés



El objetivo de *La Experiencia BBVA* es que en cada uno de los múltiples contactos que el Grupo mantenga con los grupos de interés con los que se relaciona se transmita una experiencia única y diferencial que aporte valor sostenible.

En BBVA se denominan principales grupos de interés a las personas, colectivos o instituciones a los que afectan las decisiones que toma el Grupo y cuya participación es la base del éxito de su proyecto. Son los principales:

- Accionistas.
- Clientes.
- Empleados.
- Proveedores.
- Reguladores.
- Sociedad.

Con todos ellos BBVA desea mantener compromisos firmes, sólidos y transparentes. Por tanto, es esencial para BBVA tener claramente identificados quiénes conforman estos grupos y qué aspectos les son de importancia, así como conocer las expectativas que tienen depositadas en el Grupo.

Nace de aquí una necesidad de comunicación: una comunicación que debe ser capaz no sólo de expresar la posición de BBVA frente a diferentes asuntos, sino que debe ser bidireccional y susceptible de captar las expectativas de cada uno de los grupos de interés. Avanzando en este compromiso, BBVA entiende que sólo trabajando con sus grupos de interés logrará generar soluciones que aporten beneficios para todos ellos y para la Entidad.

Compromisos de BBVA con sus grupos de interés

Conociendo las expectativas de los grupos de interés

Para poder cumplir con este compromiso, BBVA desarrolla, mantiene y mejora canales y técnicas de comunicación que le permiten establecer diálogos con cada colectivo (y que se detallan a lo largo de este Informe). Esta comunicación bidireccional de beneficio mutuo permite a BBVA conocer los intereses y expectativas de sus grupos de interés. Para ello, no existe un solo método: los mecanismos utilizados dependen tanto de la naturaleza y dinámica de cada grupo como de cada asunto en particular.

> Principios de acción

BBVA considera que poner en funcionamiento su visión y construir un futuro mejor para los grupos de interés exige una cultura corporativa sólida, que garantice un comportamiento ético y una actitud responsable en la gestión del negocio y en la relación con todas las partes interesadas. Es la cultura que se trata de reforzar día a día en el marco de *La Experiencia BBVA*, y que se traduce en:

- Siete Principios de actuación.
- Código de Conducta del Grupo BBVA.
- Principios de Gobierno Corporativo.
- Principios internacionales suscritos.
- Códigos de conducta específicos de funciones del Grupo.

> Siete Principios de actuación

En BBVA, los principios de actuación se encuentran en el centro mismo de la cultura corporativa. Son parte intrínseca de la forma de pensar y de trabajar del Grupo. Un estilo que comprende tanto los compromisos con los accionistas, los clientes, los empleados y la sociedad en general como los comportamientos a seguir con los mismos. Estos compromisos se materializan en siete Principios Corporativos, cada uno de los cuales conlleva maneras específicas de comportamiento ante los grupos de interés. Estos siete Principios Corporativos son:

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

6. La innovación como palanca de progreso.
7. La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo.

Mediante el enunciado del último principio, el Grupo ha querido plasmar de una manera explícita su compromiso con la RSC. El séptimo principio implica que el compromiso del Grupo con el progreso social, económico y ambiental debe ser un elemento indispensable de su actuación. Sin embargo, es importante reconocer que el seguimiento de los seis principios anteriores es esencial para conseguir el compromiso de BBVA con la RSC, aportando el máximo valor posible a sus grupos de interés. Estos siete principios representan un importante factor diferenciador para BBVA y contribuyen al fortalecimiento de la cultura, de la marca y de la reputación del Grupo.

> Código de Conducta del Grupo BBVA

El Código de Conducta del Grupo BBVA, que fue aprobado en diciembre de 2003, es una pieza clave para preservar la Integridad Corporativa y concreta el quinto principio de la cultura corporativa de BBVA, que define "el comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad". Pero además, como manifestación que se ha hecho pública, es la expresión de los compromisos de BBVA con la sociedad; compromisos en los que se sustenta la confianza de accionistas, clientes, empleados, proveedores y otros grupos de interés.

El Código se aplica a todas las entidades que forman parte del Grupo y vincula a todos sus empleados y directivos, pudiendo extenderse a cualquier otra persona que se relacione con el Grupo cuando, por la naturaleza de dicha relación, su forma de actuar pueda afectar a la reputación de BBVA. En este sentido, sirve como una guía segura de comportamiento que permite mantener los mejores estándares de integridad y honestidad, constituyendo una pieza clave para preservar la Integridad Corporativa del Grupo BBVA. Mediante su cumplimiento, se da seguridad y confianza a los accionistas, clientes, empleados, proveedores y a la sociedad en general, sobre las capacidades del Grupo para cumplir los compromisos que se derivan de sus actividades y negocios.

Es importante señalar que dentro del Código se destacan valores éticos que resultan claves para la cultura del Grupo, entre los que cabe remarcar los siguientes:

- 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.

Más específicamente, las pautas de actuación contenidas en el Código se estructuran en base a las diferentes formas que adopta la Integridad Corporativa para BBVA:

Integridad Relacional: referida a las relaciones que BBVA establece con los distintos grupos de interés. Algunos de los puntos más relevantes que se recogen en este apartado son los siguientes:

- Confidencialidad y transparencia en la relación con los clientes.
- Criterios y aspectos relativos a la selección, gestión, desarrollo y seguridad y salud del personal.
- Principios de actuación relativos a la selección y gestión de proveedores.
- Prevención del lavado de dinero y de la financiación de actividades terroristas, neutralidad política y 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 transparencia de los mercados en los que interviene, desarrollando procedimientos para evitar la manipulación de los mercados y el uso inapropiado de la información privilegiada, junto con el compromiso con la libre competencia y transparencia en la información al mercado.

Integridad Personal: relativa a las pautas de actuación individual que han de respetar todos los empleados del Grupo, donde se incluyen, entre otros temas, criterios para la prevención de conflictos personales de interés, así como cuestiones relevantes para la gestión del patrimonio personal y la aceptación de regalos y compensaciones.

Integridad Organizativa: en la que se caracterizan los órganos y funciones específicas para velar

por el cumplimiento del contenido del Código y preservar eficazmente la Integridad Corporativa:

- Los Comités de Gestión de la Integridad Corporativa.
- La Función de Cumplimiento.

Los aspectos mencionados son sólo una muestra. El documento completo del Código está disponible en la web de BBVA (www.bbva.com). El Código tiene una muy amplia cobertura, tanto en lo relativo al tipo de principios como respecto a su aplicación en todas las actividades que desarrolla el Grupo.

Adicionalmente, para poder gestionar adecuadamente la gran variedad de operaciones y aspectos éticos y de comportamiento relacionados, BBVA sigue numerosos códigos de conducta y principios de gestión. Coherentes con el Código de Conducta del Grupo, los empleados de BBVA afectados en cada caso tienen también la obligación de seguir los alineamientos establecidos en estos códigos.

Un reciente informe de la Fundación Ecología y Desarrollo señala que el Código de Conducta del Grupo BBVA es uno de los trece que considera como más completos de todas las empresas del Ibex.

> Principios de Gobierno Corporativo

La buena gestión del gobierno de una empresa está en gran medida ligada a las reglas que guían las relaciones entre el equipo directivo, el Consejo de Administración y los accionistas. Es por tanto de importancia máxima establecer principios que impulsen la óptima materialización de estas relaciones, que generen confianza y que favorezcan el éxito de la empresa. Estos principios son el fundamento del Gobierno Corporativo.

BBVA ha desarrollado desde el año 2002 un nuevo Sistema de Gobierno Corporativo que determina las normas de régimen interno y funcionamiento del Consejo y de sus comisiones, así como los derechos y deberes de los consejeros.

Desde la perspectiva de la RSC, el Sistema de Gobierno Corporativo debe generar confianza sobre la solidez de sus principios y favorecer el éxito de la empresa. En este sentido, el Sistema de Gobierno Corporativo requiere que al menos dos tercios de sus consejeros sean independientes. Asimismo, el Sistema de Gobierno Corporativo establece claras reglas para el nombramiento de consejeros y dispone que se expongan las retribuciones de cada miembro del Consejo dentro del Informe Anual a los accionistas, medidas que aportan transparencia a la forma en la que el Grupo es gestionado.

BBVA considera su Sistema de Gobierno Corporativo como un proceso dinámico, función de los cambios en la sociedad y en el propio Grupo, de la normativa y de las recomendaciones sobre mejores prácticas que sean relevantes en cada momento. De esta manera, el Grupo garantiza estar regido por principios éticos y profesionales rigurosos, adecuados al entorno en el que opera.

Toda la información y documentación sobre el Gobierno Corporativo de la Entidad se encuentra disponible en la página web del Banco (www.bbva.com). Además, en el Informe Anual 2004 se incluye un apartado específico con información sobre los aspectos más relevantes del Sistema de Gobierno Corporativo. Asimismo, el Banco publica, de acuerdo con lo dispuesto en la normativa de transparencia, un Informe de Gobierno Corporativo que se pone a disposición de los accionistas en su página web.

> Principios internacionales suscritos

La forma de actuar de BBVA no sólo responde a los principios que internamente se ha fijado. BBVA entiende la importancia y los beneficios que implica la adopción de principios de carácter internacional. Estos principios son compartidos por la comunidad empresarial y reflejan las principales preocupaciones y aspectos críticos donde la actuación de las empresas puede tener importantes impactos. En este sentido, BBVA se ha comprometido a seguir los principios establecidos por tres importantes iniciativas internacionales:

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (www.pactomundial.org): BBVA se adhiere a esta iniciativa en 2002. Mediante la adhesión a este pacto, BBVA se compromete a seguir los principios establecidos con relación a Derechos Humanos, normas laborales, protección del medio ambiente y lucha contra la corrupción.

A lo largo de 2004, se han adherido específicamente al Pacto cuatro bancos del Grupo en América Latina: BBVA Bancomer, BBVA Banco Francés, BBVA Banco Continental y BBVA Colombia. BBVA es, además, miembro del Comité Ejecutivo de la Asociación Española del Pacto Mundial.

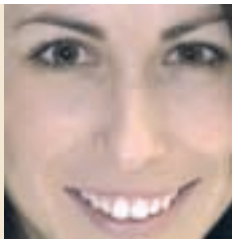
- Iniciativa para Entidades Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI) (www.unepfi.org): es un programa de las Naciones Unidas que agrupa los esfuerzos de entidades financieras a favor de la protección del entorno. BBVA forma parte de la iniciativa desde 1998. La declaración destaca el compromiso con el desarrollo sostenible, establece los principios fundamentales de la gestión ambiental para las instituciones financieras y consigna el compromiso de difundir estos principios de actuación.
- Principios de Ecuador (www.equator-principles.com): BBVA es el primer banco español en adherirse a estos Principios, que establecen criterios ambientales y sociales para la financiación de proyectos de inversión de más de 50 millones de dólares en países emergentes. Los Principios han sido impulsados por la Corporación Financiera Internacional, agencia dependiente del Banco Mundial.

> Códigos de conducta específicos de funciones del Grupo

Los principios anteriormente expuestos –tanto internos como externos– aportan las máximas fundamentales que determinan la actuación de BBVA. Sin embargo, es necesario extender y explicitar la aplicación de estos principios a funciones específicas del Grupo. Para poder dar este paso práctico, BBVA ha formulado y desarrollado numerosos códigos a escala funcional. A continuación, se apuntan algunos de los códigos más relevantes:

- Estatuto del Consejero.
- Código de Conducta en los Mercados de Valores.
- Código Ético para la Selección de Personal.
- Código Ético del área de Compras, Inmuebles y Servicios.
- Código Ético del área Inmobiliaria.
- Principios Básicos de la Gestión del Riesgo.
- Estatuto de Auditoría Interna.

> Poniendo los principios en práctica



> Organización y sistemas

BBVA dispone de un modelo avanzado de gestión que hace posible que los compromisos del Grupo sean una realidad. Se basa en la integración de procesos y sistemas que persiguen que la acción de BBVA en las comunidades en las que opera genere beneficios simultáneos para la Entidad y para todos sus grupos de interés.

De esta manera, los modelos de gestión actúan como vínculos generadores de valor entre las dimensiones internas y externas de BBVA. Los principales sistemas de gestión del Grupo son los siguientes:

- Sistema de Gobierno Corporativo.
- Sistema de Negocio.
- Sistema de Gestión del Riesgo.
- Sistema de Gestión de la Calidad.
- Sistema de Gestión de Recursos Humanos.
- Sistema de Cumplimiento.
- Sistema de Auditoría.
- Sistema de Gestión de Proveedores.
- Sistema de Gestión de la Seguridad.
- Sistema de Gestión de la Comunicación.
- Sistema de Gestión de la Reputación.
- Sistema de Coordinación de la Responsabilidad Social Corporativa.

> Organización de la responsabilidad social corporativa en BBVA

BBVA entiende que el compromiso con los grupos de interés es una tarea de todas las personas y unidades del Grupo. Cada vez en mayor medida, este compromiso explícito se refleja en los procedimientos de actuación diaria, de modo que esté presente no sólo en la cultura de la entidad, sino también en las actuaciones concretas.

Para impulsar y coordinar este proceso, BBVA cuenta con un Departamento de Responsabilidad Social Corporativa, dependiente de la Dirección de Relaciones Corporativas, cuyo Director informa directamente al Presidente. Esta proximidad a la máxima dirección del Grupo refleja la importancia que BBVA concede a la RSC.

El Departamento de RSC tiene como funciones principales:

- Coordinar la política de RSC del Grupo y facilitar su integración. Para lograr este objetivo, el Departamento tiene la responsabilidad de gestionar directamente el Sistema de Gestión de la Información de RSC, el Sistema de Gestión Ambiental y el Sistema de Acción Social.
- Coordinar las actuaciones e iniciativas de RSC del Grupo. Una coordinación cuya importancia deriva de la necesidad de actuar al amparo de una estrategia general, con el objetivo de aprovechar y maximizar las ventajas competitivas que puede aportar este tipo de prácticas.
- El Departamento de RSC desempeña también un papel activo hacia el exterior de BBVA, a través de constantes iniciativas de promoción de los principios, los criterios y las prácticas de la RSC y de la participación en múltiples foros, instituciones y grupos de trabajo. Actividades todas que permiten no sólo la difusión y el estímulo de la RSC entre diferentes agentes económicos y sociales, sino también participar en iniciativas externas y aprender de ellas, en un ejercicio compartido que para BBVA constituye una vía fun-

Sistema de Coordinación de la Responsabilidad Social Corporativa

El sistema posibilita a BBVA identificar expectativas de las partes interesadas y coordinar acciones que permitan a la organización integrarlas en los sistemas de gestión. El Sistema de Coordinación de la RSC comprende tres sistemas diferenciados, pero estrechamente interrelacionados entre sí y con otros sistemas del Grupo.

Sistema de Gestión de la Información de RSC

Este sistema tiene dos objetivos en relación con la información más relevante en materia de RSC. El primero hace referencia a la comunicación externa en temas de RSC y el segundo, al flujo interno de este tipo de información. Para cumplir estos dos objetivos, el sistema de gestión sigue un proceso estructurado de planificación, implantación, evaluación, comprobación y corrección.

El proceso parte de una planificación basada en el análisis de la demanda de información, tanto interna como externa. En función de esta demanda informativa, se establecen estructuras y se desarrollan herramientas necesarias para su gestión. Como paso siguiente, la información se evalúa y se somete a un proceso de verificación.

Finalmente, se revisan los objetivos de demanda de información y se llevan a cabo las acciones correctoras necesarias para lograr la mejora continua. Los resultados básicos de estas funciones se materializan fundamentalmente en el *Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa*, en la información sobre RSC que se incluye en la página web del Grupo y en la información con la que se cumplimentan los múltiples cuestionarios de sostenibilidad que se reciben.

Sistema de Gestión Ambiental

La gestión ambiental se enmarca dentro de la Política Medioambiental del Grupo, correspondiendo su seguimiento y la evaluación de su desempeño al Comité de Política Medioambiental, bajo la coordinación del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa. La gestión de aspectos medioambientales integra tanto las áreas de negocio como las áreas de apoyo, siguiendo el modelo de mejora continua propuesto por el estándar internacional de gestión ambiental ISO 14001. De esta manera, BBVA pretende gestionar tanto los impactos directos generados por sus actividades como los impactos indirectos que generan sus productos y servicios.

Los mecanismos enfocados a gestionar los impactos no sólo tienen influencia en las actividades directas, sino que consideran y gestionan también el impacto que pueden tener los proveedores sobre el desempeño del Grupo, así como la gestión del riesgo en materia de productos y servicios: una cuestión de suma importancia, por lo que BBVA incorpora dentro de sus procesos de evaluación de riesgo un creciente número de aspectos ambientales, así como diversas herramientas para llevar a cabo estas evaluaciones.

Sistema de Acción Social

Tiene como objetivo coordinar, impulsar y contribuir a materializar el compromiso de BBVA con la sociedad. Más concretamente, el sistema asume cuatro funciones específicas:

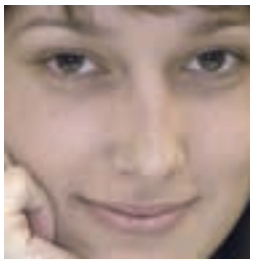
- Coordinación: de la actuación de las diversas entidades internas del Grupo que operan en este ámbito (en el que desempeñan un papel particularmente relevante las fundaciones), canalizando las peticiones de organizaciones no lucrativas de beneficio social.
- Diseño: de proyectos y actividades, a través de la elaboración de convenios y asesoramiento para su mantenimiento, control y continuidad. El sistema también persigue dar seguimiento, a través de indicadores, del impacto de cada actuación.
- Información: interna y externa de la acción social realizada por el Grupo BBVA, en sus distintas fases y aspectos.
- Acción directa: a través del análisis y materialización de acciones de patrocinio y mecenazgo, de la promoción de actuaciones específicas de acción social y de la participación en foros y actos públicos.

damental de aprendizaje social y de impulso general de la RSC, así como de promoción de un papel más positivo y constructivo de las empresas en la sociedad.

- Finalmente, el Departamento participa directamente en actividades de patrocinio social, manteniéndose de esta manera cerca de la realidad social y asumiendo una función activa en su mejora.

El Departamento cuenta con equipo ubicado en Madrid, que coordina todas las actividades de RSC del Grupo. Este equipo tiene el soporte de una red de coordinadores en los países en donde BBVA tiene presencia más significativa (Argentina, Chile, Colombia, México, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela), responsables de impulsar y gestionar la RSC en cada entidad.

> Creación de valor



> Creación de valor directo
> Creación de valor indirecto

Los servicios financieros desempeñan una función nuclear en la actividad económica y en la capacidad de crecimiento de las sociedades. Canalizan recursos de sus accionistas y clientes, empleándolos en la creación de nuevas oportunidades que permiten el progreso de las sociedades a las que sirven. Los bancos, en particular, son los grandes "facilitadores" (*enablers*) de las sociedades modernas, desarrollando una función multiplicadora de los recursos esencial para el dinamismo de la economía. Constituyen, al tiempo, un elemento básico del sistema de pagos global, que permite la actividad diaria de las personas y de las empresas, facilitando el ahorro y la financiación de las actividades productivas y de consumo. En consecuencia, son un elemento clave en el engranaje económico y en el proceso de desarrollo, pero también en el devenir cotidiano de la sociedad, incidiendo de forma casi omnipresente en la vida diaria de las familias, las instituciones y las empresas de todo tipo, desarrollando funciones de importancia crucial para todos.

Este papel convierte a las entidades financieras en agentes decisivos de creación de valor, de potenciación de capacidades de actuación y de colaboración en la realización de proyectos. Una creación de valor para sus grupos de interés directos, pero también para el conjunto de las sociedades en que operan y que se transmite por diferentes vías: directas e indirectas, tangibles e intangibles.

> Creación de valor

CREACIÓN DE VALOR DIRECTO	CREACIÓN DE VALOR INDIRECTO
Tangible	Tangible
Distribución directa de rentas provenientes de la actividad hacia los accionistas, clientes, trabajadores, proveedores, administraciones y sociedad.	Efecto inducido de creación de riqueza por otros agentes gracias a la actividad de la empresa.
Intangible	Intangible
Efectos positivos de carácter inmaterial que la empresa puede aportar directamente a los diferentes sectores con los que se relaciona.	Efectos positivos de carácter general en beneficio de agentes específicos, del conjunto de la comunidad y del funcionamiento del sistema social en los países en que la empresa opera y en el contexto internacional, generando seguridad y confianza, induciendo la expansión de la actividad económica y fortaleciendo la capacidad de innovación y desarrollo.

En el caso del Grupo BBVA, la multiplicidad de formas que adquiere este proceso de creación de valor social es particularmente rica. A este fenómeno multifacético, y no sólo a su estricta actividad financiera, responden en buena medida los numerosos reconocimientos de todo tipo que el Grupo recibe cada año.

> Premios y reconocimientos concedidos al Grupo BBVA en 2004

- BBVA, entre las diez primeras empresas europeas que mejor desarrollan a sus líderes (Hewitt Associates)
- Mejor Banco de Financiación de Comercio Internacional en España (Global Finance)
- Entidad con mejor reputación corporativa del sector bancario español (Merco)
- Premio Alpha a la Gestión de la Marca (Club de Dirigentes de Marketing)
- Premio Plata de Eficacia Publicitaria (Asociación Española de Anunciantes)
- "Euro de Oro" al mejor producto financiero en 2004 al Préstamo Nacimiento, concedido por la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (AUSBANC)
- Gestora de fondos de inversión más premiada en la XVI edición de los Premios Expansión y S&P
- Premio Base Ibex 35 al mejor fondo de inversión al Fondo BBVA Índice Plus (Bolsas y Mercados)
- Banco mejor valorado en RSC entre las empresas del Ibex 35 (Actualidad Económica)
- Mejor banco de España (The Banker)
- BBVA Net, mejor banca *on-line* para particulares (AQMetrix)
- Mejor banco por Internet en España, Chile, Perú y Venezuela (Global Finance)
- Mejor banco de América Latina (The Banker)
- Mejor banco de América Latina (Lafferty)
- BBVA Bancomer, mejor banco de América Latina (Latin Finance)
- BBVA Bancomer, mejor banco en México (Lafferty)
- AFP Horizonte de Perú, reconocida entre las "100 mejores empresas para trabajar en Latinoamérica" (Great Place to Work)

> Creación de valor directo

> La creación de valor directo tangible

Las empresas generan rentas y capacidades económicas que distribuyen de forma directa entre diferentes colectivos, contribuyendo al desarrollo de las sociedades en las que operan. El Grupo BBVA contribuye a este proceso con las aportaciones directas a sus diferentes grupos de interés que figuran en el cuadro adjunto.

Creación de valor directo tangible

Creación de valor directo tangible* (Millones de euros)

Concepto	31-12-2004	Δ% s/año anterior	31-12-2003	Δ% s/año anterior	31-12-2002
ACCIONISTAS					
Dividendos	1.497	20,1	1.247	12,4	1.109
CLIENTES					
Créditos sobre clientes (bruto)	174.615	13,9	153.271	4,7	146.413
Recursos gestionados de clientes	323.984	9,5	295.905	2,3	289.385
EMPLEADOS					
Gastos de personal	3.184	(2,4)	3.263	(11,8)	3.698
PROVEEDORES					
Otros gastos administrativos**	1.779	0,6	1.768	(14,7)	2.074
COMUNIDAD					
Impuesto sobre sociedades	957	4,6	915	40,1	653
Recursos destinados por el Grupo y sus fundaciones a acción social	38,3	8,5	35,3	26,1	28

* Datos obtenidos de las cuentas anuales consolidadas del Grupo.
** Se ha seleccionado este concepto como aproximación adecuada de los pagos realizados a terceros en concepto de compras y servicios prestados.

Creación de valor directo tangible para los accionistas y la comunidad inversora

Para BBVA, la generación de valor sostenible para sus accionistas es una prioridad central. La creación de valor directo se produce a través del pago del dividendo y de los incrementos en la cotización del valor. El Grupo cuenta con aproximadamente 1,1 millones de accionistas (con una base sustancial de inversores particulares), propietarios de 3.390 millones de acciones. El valor de mercado de BBVA a 31-12-2004 era de 44.251 millones de euros.

Los títulos de BBVA cotizan en el mercado continuo español, en los principales mercados europeos (Frankfurt, Londres, Milán y Zurich) y en la Bolsa de Nueva York. Su amplia base de contratación y liquidez permite que cualquier accionista pueda recuperar su inversión de manera inmediata, con un bajo coste, disminuyendo el riesgo de su inversión.

Creación de valor directo tangible para accionistas (Millones de euros)

Concepto	31-12-2004	Δ% s/año anterior	31-12-2003	Δ% s/año anterior	31-12-2002
Dividendos	1.497	20,1	1.247	12,4	1.109

Ratings financieros

Agencia	Largo	Corto	Fortaleza financiera
Moody´s	Aa2	P-1	B+
Fitch / IBCA	AA–	F-1+	B
Standard & Poor´s	AA–	A-1+	–

Ratings de responsabilidad social corporativa

Logo	Agencia	Posición de BBVA
	Dow Jones Sustainability Index www.sustainability-indexes.com	Sitúa a BBVA entre las mejores entidades a nivel internacional, con una mejora destacada de la valoración en 2004 respecto al 2003.
FTSE4Good Index Services	FTSE4Good www.ftse.com/ftse4good/index.jsp	Incluido en este índice desde el año 2003.
BEST IN CLASS environmental and social performance STOREBRAND SRI	Storebrand Investment / SRI www.storebrand.com	Incluido en la lista de los 26 mejores bancos mundiales -"*Best in Class*"- en prácticas sociales y medioambientales.
Innovest STRATEGIC VALUE ADVISORS	Innovest www.innovestgroup.com	Calificación AA. Sitúa a BBVA en el puesto 11 de 59 entidades financieras en Europa Continental, por sus prácticas sociales y medioambientales.

Creación de oportunidades para los clientes de BBVA

Para BBVA, sus más de 35 millones de clientes son el centro básico de su atención. BBVA desea ir más allá de la oferta de servicios financieros de alta calidad que satisfagan sus necesidades, para estar más cerca de ellos, serles de más ayuda en sus proyectos y crear más valor para ellos. El Grupo fundamenta su negocio en una relación a largo plazo, basada en la confianza y en el valor recíproco.

Las aportaciones de valor directo tangible que en esta función el Grupo desarrolla con sus clientes son, básicamente (y atendiendo sólo a lo que constituye su negocio principal), de dos tipos: rendimiento por los recursos que los clientes depositan y financiación para los proyectos que (tanto en el ámbito del consumo como de la inversión) quieren realizar.

> Creación de valor directo tangible para clientes (Millones de euros)

	Recursos gestionados de clientes				
Concepto	31-12-2004	Δ% s/año anterior	31-12-2003	Δ% s/año anterior	31-12-2002
RECURSOS DE CLIENTES EN BALANCE	199.485	9,1	182.830	1,3	180.570
Débitos a clientes	147.051	4,3	141.049	(3,8)	146.560
Valores negociables	44.326	28,9	34.381	24,9	27.523
Pasivos subordinados	8.108	9,6	7.400	14,1	6.487
OTROS RECURSOS GESTIONADOS DE CLIENTES	124.499	10,1	113.075	3,9	108.815
Fondos de inversión	51.041	11,6	45.752	5,0	43.582
Fondos de pensiones	41.490	3,7	40.016	9,4	36.563
Carteras de clientes	31.968	17,1	27.307	(4,8)	28.670
TOTAL DE RECURSOS GESTIONADOS DE CLIENTES	323.984	9,5	295.905	2,3	289.385

	Créditos sobre clientes por sectores				
Concepto	31-12-2004	Δ% s/año anterior	31-12-2003	Δ% s/año anterior	31-12-2002
Administraciones Públicas	15.483	15,5	13.404	6,7	12.562
Agricultura	1.227	16,2	1.057	51,3	698
Industrial	12.759	6,4	11.991	0,2	11.970
Inmobiliaria y construcción	19.260	29,9	14.823	8,6	13.652
Comercial y financiero	13.513	6,1	12.742	36,5	9.336
Préstamos a particulares	52.827	19,6	44.160	14,7	38.515
Leasing	4.840	16,4	4.160	29,3	3.216
Otros	13.004	(2,5)	13.332	3,2	12.923
RESIDENTES	132.913	14,9	115.669	12,4	102.872
NO RESIDENTES	41.702	10,9	37.602	(13,7)	43.541
Europa	10.346	25,2	8.267	10,9	7.454
Estados Unidos	3.044	(2,6)	3.126	304,9	772
América Latina	27.195	8,5	25.070	(20,0)	31.336
Resto	1.117	(1,8)	1.139	(71,4)	3.979
TOTAL CRÉDITOS SOBRE CLIENTES (bruto)	174.615	13,9	153.271	4,7	146.413

Creación de valor para las personas de BBVA

BBVA busca el beneficio mutuo de los profesionales que desarrollan su labor en el Grupo con reglas de juego claras, que eviten la discriminación y promuevan la igualdad de oportunidades y el reconocimiento del mérito. La política, los planes y los resultados del esfuerzo del Grupo como generador de empleo se encuentran descritas en el capítulo "Las personas de BBVA".

Al margen de todos los restantes componentes de valor que se detallan en dicho capítulo, BBVA genera distintas rentas hacia las personas que componen el Grupo: por un lado, los empleados reciben una contraprestación en forma de sueldos y salarios; una parte como retribución fija –incluyendo los pagos obligatorios que BBVA realiza para la previsión social de sus empleados– y otra parte como retribución variable, dependiente del desempeño individual y de los resultados del Grupo. La política de retribuciones de BBVA se apoya en la máxima objetividad y transparencia, buscando remunerar a sus empleados en función de las responsabilidades que asumen e incentivando el trabajo en equipo.

Por otro lado, BBVA distribuye rentas entre sus empleados en forma de distintos beneficios y prestaciones sociales, como son las aportaciones a fondos de pensiones, ayudas familiares y de estudios y condiciones bancarias especiales, entre otros.

> Creación de valor directo tangible para empleados (Millones de euros)

Concepto	31-12-2004	Δ% s/año anterior	31-12-2003	Δ% s/año anterior	31-12-2002
Sueldos y salarios	2.416	(1,7)	2.458	(10,4)	2.744
Seguros sociales	430	(5,2)	436	(11,4)	492
Dotaciones y aportaciones a fondos de pensiones internos y externos	112	(17,0)	135	1,5	133
Otros gastos	226	(3,3)	234	(28,9)	329
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	3.184	(2,4)	3.263	(11,8)	3.698

Creación de valor para los proveedores de BBVA

El volumen de compras del Grupo viene alcanzando recurrentemente cifras muy relevantes, canalizándose principalmente a servicios de tecnología, sistemas, comunicaciones, publicidad, alquiler de inmuebles e instalaciones.

BBVA ha homogeneizado los procesos y el establecimiento de una metodología global de compras y negociación con el objetivo de aumentar la transparencia y la eficiencia del proceso. La actuación dentro de estos procesos está dictada por principios éticos establecidos en el Código de Compras, Inmuebles y Servicios. La aplicación de dicho Código aspira a la generación de valor equilibrado para cada una de las partes.

Creación de valor directo tangible para proveedores* (Millones de euros)

Concepto	31-12-2004	Δ% s/año anterior	31-12-2003	Δ% s/año anterior	31-12-2002
Otros gastos administrativos**	1.779	0,6	1.768	(14,7)	2.074

* Datos obtenidos de las cuentas anuales consolidadas del Grupo.
** Se ha seleccionado este concepto como aproximación adecuada de los pagos realizados a terceros en concepto de compras y servicios prestados.

Código Ético de Compras, Inmuebles y Servicios

El Código guía el comportamiento de los profesionales del área y garantiza la protección de los intereses de los clientes y proveedores, tanto internos como externos, velando por:

- El respeto a la legalidad.
- La fidelidad a la política de la empresa.
- La integridad.
- La transparencia.
- La confidencialidad.
- La responsabilidad social.

Con la publicación de este Código, el área asume públicamente unos compromisos que, aunque ya venían rigiendo su actividad, suponen un aumento de la responsabilidad y permiten que cualquier afectado pueda solicitar su cumplimiento.

El Código, además, recoge expresamente el principio de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA, que se materializa en la solicitud a proveedores y contratistas del cumplimiento de los principios sociales y medioambientales incluidos en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Aportaciones de valor directo tangible a la comunidad

Las comunidades en las que opera el Grupo BBVA reciben rentas directas a través de la contribución en impuestos y tributos como resultado de la actividad de BBVA, pero también a través del importante esfuerzo que destina a la acción social, como se detalla en el capítulo “Apoyo a la comunidad”.

Creación de valor directo tangible para la comunidad (Millones de euros)

Concepto	31-12-2004	Δ% s/año anterior	31-12-2003	Δ% s/año anterior	31-12-2002
Impuesto sobre sociedades	957	4,6	915	40,1	653
Recursos destinados por el Grupo y sus fundaciones a acción social	38,3	8,5	35,3	26,1	28

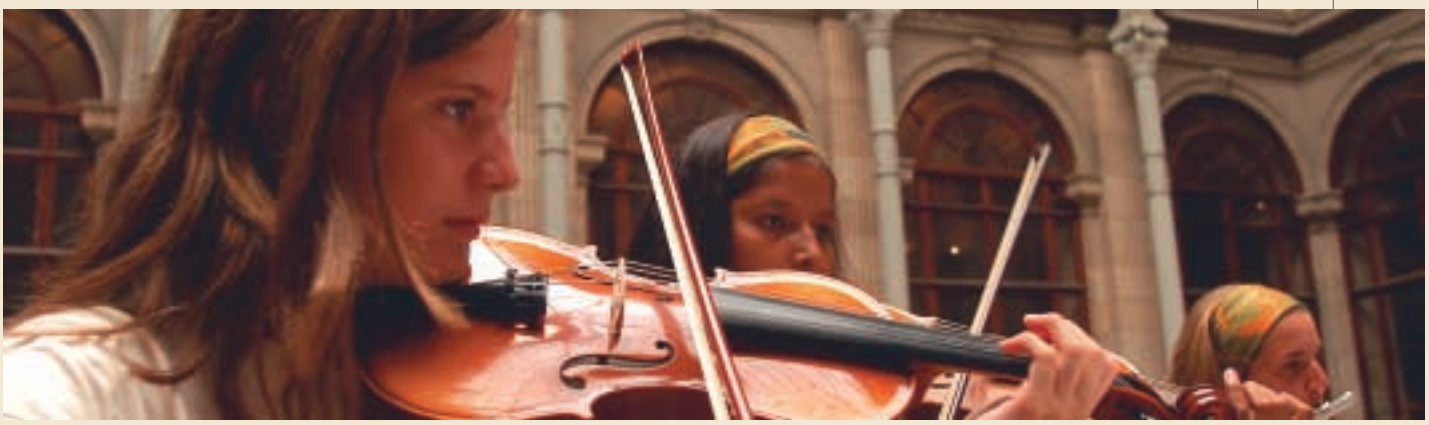
Creación de valor directo intangible

La relación del valor de capitalización bursátil de BBVA –o valor de mercado– respecto a su valor contable es una de las más altas del sistema financiero. Este ratio representa la valoración que el mercado otorga a una empresa, en función no sólo de su valor contable en libros, sino también en función de aspectos intangibles no observables ni medibles directamente, como son la reputación, la calidad del servicio o las capacidades de los empleados, pero que son percibidos por el mercado a través de los distintos grupos de interés.

Son elementos que, por otra parte, posibilitan una paralela aportación de valor intangible del Grupo a todas sus partes interesadas y al conjunto de la sociedad. Aportación que se canaliza por múltiples vías, que, de una forma genérica, pueden sintetizarse en el conjunto de prácticas desarrolladas por el Grupo para mejorar la calidad de la relación con todos sus grupos de interés. Elementos básicos en ello son los sistemas de gestión mencionados en el epígrafe "Poniendo los principios en práctica", dentro del capítulo "El compromiso de BBVA", que tienen en esa mejora relacional uno de sus objetivos básicos.

En este contexto, merecen destacarse algunos aspectos específicos particularmente relevantes desde esta perspectiva y a los que el Grupo está dedicando una especial atención:

- **El fortalecimiento de la reputación**, que posibilita mayores niveles de confianza y satisfacción en la relación que todos los grupos de interés mantienen con BBVA. En ello centra su trabajo uno de los sistemas antes mencionados: el Sistema de Gestión de la Reputación, que está desarrollando un proyecto de alineación de la gestión interna y la percepción externa por medio de un modelo de monitorización que permita profundizar en el conocimiento de la relación entre reputación y generación de valor, delimitar los aspectos que más inciden en la reputación e identificar las áreas en que es más necesario actuar, facilitando la involucración de cada área en la mejora de la reputación.
- **El crecimiento del capital intelectual**, que propicia mayor eficiencia, mayor capacidad de generación de beneficio y mayor calidad en la prestación de bienes y servicios y en la relación con todos los grupos de interés. Se trata de un concepto al que el Grupo concede la máxima importancia en su sistema de gestión, incluyendo en él tres componentes –el capital humano, el capital estructural y el capital relacional– que considera básicos para sus objetivos de eficiencia, de calidad y de generación de valor. Sobre ellos viene trabajando en el diseño de indicadores que permitan evaluar con objetividad los avances conseguidos.
- **La transparencia informativa y la calidad de la comunicación y de la atención a los diferentes grupos de interés**. Una finalidad con muchos frentes de actuación, para la que BBVA dispone de numerosos canales: la política de comunicación corporativa, que gestiona el Área de Comunicación e Imagen, y mecanismos específicos para el diálogo y la atención a cada grupo de interés directo concreto. Existen sistemas relacionales muy avanzados con clientes, empleados, proveedores y accionistas e inversores. De los tres primeros se da cumplida cuenta en diferentes lugares de este Informe. En cuanto al último, pueden verse algunos aspectos reseñables en el cuadro adjunto.



Algunos indicadores representativos del capital intelectual

	Grupo de interés	Indicador	2004	2003
Capital humano	EMPLEADOS			
	Gestionar la diversidad como ventaja competitiva, asegurando la igualdad de oportunidades y el respeto a las personas.	Diversidad hombres-mujeres en el Grupo (porcentaje).	57/43	58/42
	Potenciar el desarrollo profesional y personal, conciliando los intereses del Grupo con los individuales.	Horas de formación por empleado (media del Grupo).	45	43
	Reconocer el mérito, medido por la consecución de resultados, el servicio al cliente y la visión global del Grupo.	Personas promocionadas (porcentaje sobre plantilla total)(1).	13	26
Capital estructural	EMPLEADOS			
	Estimular la generación de ideas y la capacidad de implantación.	Número de planes de eficiencia implementados.	842	1.277
	Crear un clima de confianza basado en la relación abierta y el respaldo al equipo.	Número de foros de cultura corporativa sobre *La Experiencia BBVA* (reuniones celebradas).	54	39
	Fomentar el trabajo en equipo dentro de un marco de responsabilidad personal que favorezca la iniciativa y la toma de decisiones.	Número de foros de trabajo virtuales en funcionamiento.	347	169
Capital relacional	CLIENTES			
	Merecer la confianza de los clientes a través del cumplimiento de los compromisos y de la actuación ética y transparente.	Índice de satisfacción de clientes (Fuente: FRS Ibérica) referido a España.	75%	74%
	Prestar un servicio proactivo y personalizado, sabiendo atender a cada cliente en función de sus necesidades y potencial.	Número de empleados con certificación europea de asesoramiento financiero (EFPA) en España.	1.505	451
	SOCIEDAD			
	Impulsar la participación en programas cercanos a las inquietudes sociales.	Recursos destinados por el Grupo y sus fundaciones a acción social (millones de euros).	38,3	35,3
	Contribuir a la configuración de sistemas financieros estables en todos los mercados donde el Grupo está presente.	Auditorías para verificar el cumplimiento de los procedimientos de prevención del blanqueo de capitales.	1.460	458
	ACCIONISTAS			
	Facilitar información oportuna, completa y exacta.	Número de consultas atendidas por la Oficina del Accionista (anual).	10.737	11.939

(1) El alto porcentaje de promociones del año 2003 se debe a que la reestructuración del Grupo llevó consigo una gran movilidad de funciones, con asunción de responsabilidades mayores.

Acciones informativas de BBVA

España	2004	2003
Ruedas de prensa de negocios	25	16
Ruedas de prensa corporativas, institucionales y socio-culturales	42	16
Conferencias y otras (entrevistas, columnas, etc.)	18	15
Otras notas de prensa de negocios	64	52
Otras notas de prensa corporativas, institucionales y socio-culturales	84	43
TOTAL ESPAÑA	233	142

América Latina	2004	2003
Ruedas de prensa de negocios	38	27
Ruedas de prensa corporativas, institucionales y socio-culturales	52	20
Conferencias y otras (entrevistas, columnas, etc.)	912	90
Otras notas de prensa de negocios	260	107
Otras notas de prensa corporativas, institucionales y socio-culturales	270	146
TOTAL AMÉRICA LATINA	1.532	390
TOTAL GRUPO	1.765	532

Creación de valor directo intangible para los accionistas y la comunidad inversora

BBVA cuenta con unidades específicamente dedicadas a la atención de sus accionistas –ya sean éstos grandes inversores institucionales o pequeños accionistas individuales–, inversores y analistas. Objetivo básico de todas es la comunicación en tiempo útil de la información relevante disponible y su transmisión correcta y verazmente, simétrica y equitativamente. Para lograrlo, y entendiendo que cada grupo tiene diferentes necesidades de información, se hace uso de un amplio número de medios de información, como teléfonos 902, buzón único, cartas, correo electrónico, atención personal, website y la revista *Ábaco*.

En particular, caben destacar los siguientes mecanismos:

- Roadshows para analistas e inversores: a lo largo de 2004, se han realizado más de 500 reuniones con analistas e inversores en todo el mundo.
- Webcast: permite realizar retransmisiones a través de Internet de las presentaciones institucionales comunicadas por la Dirección, haciendo posible, de manera simultánea, a analistas e inversores poder realizar preguntas en directo.
- Revista *Ábaco*: disponible gratuitamente para aquellos tenedores de más de 600 acciones y con una tirada de 236.000 ejemplares trimestrales. Este canal de información incluye información financiera relevante del Grupo, noticias sobre los beneficios de Privilegio Club de Accionistas, información sobre productos de BBVA y artículos periodísticos de actualidad.
- Unidad de Gestión de Grandes Accionistas: integrada en el área de Presidencia del Banco, se encarga de atender de forma personalizada a más de 2.000 accionistas del Grupo en todo el mundo.
- Oficina del Accionista: pionera en el sector, es un canal de comunicación bidireccional abierto a todos los accionistas de BBVA con el fin de poner a disposición del accionista y el inversor una línea directa y personal donde:
  - Encontrar información sobre la marcha de la Entidad y de la acción.
  - Obtener productos especiales.
  - Resolver cuestiones relacionadas con las acciones BBVA.
  - Recoger sugerencias.

Para contactar con la Oficina del Accionista, puede hacerse a través de:

- El teléfono 902.200.902.
- La dirección de correo electrónico: clubaccion@grupobbva.com
- Correo postal en la dirección BBVA. Oficina del Accionista. Gran Vía 1, 6ª planta. 48001 BILBAO.

BBVA dispone, además, de un Plan de Reinversión de Dividendos: una fórmula que permite al accionista reinvertir sus dividendos en acciones de BBVA. Se articula en una cuenta especial, con un tipo de interés preferencial y exenta de gastos y comisiones.

> Creación de valor indirecto

Se trata de contribuciones que derivan del efecto inducido que la actividad del Grupo BBVA genera en los diferentes agentes económicos y sociales de las sociedades en que opera. Son, sin duda, efectos de difícil conceptualización y de compleja medición, pero que tienen una importancia incuestionable.

En lo que sigue, se apuntarán muy sintéticamente, y con carácter sólo ilustrativo, algunos de los canales de generación de valor indirecto que BBVA considera más significativos.

> Contribución a la configuración de sistemas financieros estables y confiables

Una de las aportaciones más importantes que puede hacer a la sociedad un banco eficiente, transnacional, de gran dimensión y de avanzados sistemas de gestión es su contribución a la consolidación de sistemas financieros estables, eficaces y modernos. Piezas decisivas para su óptima materialización son los sistemas de gobierno corporativo, de cumplimiento y de gestión del riesgo, junto a las innovaciones tecnológicas y a sus esfuerzos por promover socialmente la cultura de la responsabilidad empresarial. Del primero se pueden encontrar detalles en el Informe de Gobierno Corporativo, que se publica integrado en el *Informe Anual 2004* de BBVA, y en la página web del Grupo (www.bbva.com). De los restantes aspectos –a los que ya se han hecho referencias anteriores en este Informe– se apuntan algunos elementos a continuación.

> Lucha contra el crimen y el fraude

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

Con el fin de minimizar el riesgo reputacional al que se ve sujeto el Grupo BBVA en sus relaciones comerciales, BBVA se ha dotado de un Modelo de Gestión del Riesgo de Lavado de Dinero cuyo proceso de desarrollo y consolidación se ha focalizado durante 2004 en: (1) la formación a empleados y directivos, (2) la implantación de herramientas informáticas y (3) los recursos humanos asignados específicamente a actividades de prevención de lavado de dinero.

Durante los años 2003 y 2004, las acciones formativas en materia de prevención de blanqueo de capitales han sido dirigidas a más de 39.000 participantes a través de cursos presenciales, a distancia o mixtos, así como también a través de la intranet del Grupo. El objetivo ha sido promover la familiarización de los empleados y directivos con las regulaciones vigentes y con las normas y procedimientos internos, lo que ha permitido mejorar la capacidad para identificar, prevenir y comunicar aquellas situaciones que pudieran exponer al Grupo BBVA al riesgo de que sus productos y servicios sean utilizados con fines delictivos.

Por otra parte, se han implantado en todos los bancos del Grupo BBVA sistemas informáticos que permiten contrastar la identidad de las personas relevantes en cada relación comercial con la de aquellas personas, físicas o jurídicas, que figuran en diversas listas generadas por organismos oficiales (nacionales e internacionales) como asociadas al crimen organizado, eliminando con ello el riesgo de establecer relaciones de negocio con las citadas personas. El Grupo BBVA ha alcanzado en 2004 distintos acuerdos con proveedores especializados para el desarrollo de herramientas de monitorización avanzadas, para ajustar estos procesos a las recomendaciones del Comité de Supervisión Bancaria del Banco Internacional de Pagos. Esto supondrá una inversión de 6 millones de euros aproximadamente durante el trienio 2004-2006 en sistemas de monitorización, que, si bien no son sustitutivos de las habilidades de empleados y directivos para identificar indicios de actividades sospechosas (únicamente apreciables como consecuencia del conocimiento y relación directa con la clientela), constituyen una aportación relevante a las capacidades de detección.

En cuanto a las personas especializadas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas, se ha incrementado su número en un 18% al 31 de diciembre de 2004, con un total de 140 personas asignadas en las áreas de Cumplimiento del Grupo BBVA.

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. Igualmente, en las auditorías financieras que se realizan 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.

Prevención del fraude

Se realizan sistemáticamente pruebas destinadas a la prevención de fraudes y estafas. Además de las realizadas por otras áreas, debe mencionarse el sistema de auditorías a distancia, plenamente implantado en España y en varios bancos de América Latina (Argentina, Venezuela, Colombia y Perú), que, mediante distintas alertas diseñadas al efecto, permite identificar operaciones sospechosas para su posterior análisis y resolución y contribuye a reforzar el control de la operativa en la red y, en consecuencia, a mejorar la prevención del fraude.

Centros *off-shore*

BBVA ha adoptado la política de limitar al máximo las actividades desarrolladas mediante establecimientos domiciliados en jurisdicciones calificadas como *off-shore*, lo que implica:

- Abordar un plan de reducción de los establecimientos existentes.
- No crear nuevos establecimientos, con excepción de aquellos que sean estrictamente necesarios para realizar los procesos de redomiciliaciones previstos, para su concentración en determinadas jurisdicciones.

La ejecución de dicho plan prevé la reducción a 17 del número de entidades del Grupo concentradas en tres jurisdicciones *off-shore* al finalizar 2006: Andorra (5), Islas Caimán (9, de ellas 6 emisoras de valores) y Panamá (3). En todo caso, los negocios y actividades que se desarrollan por estas entidades se ajustan escrupulosamente a las disposiciones legales y demás normas que en cada caso son de aplicación, adaptándose igualmente el desarrollo de sus operaciones a los usos y criterios que en cada momento resulten más extendidos en la práctica bancaria internacional. La citada política manifiesta la adhesión de BBVA a los principios que emanan de la Memoria de la Supervisión Bancaria de 2003, del Banco de España.

Independientemente de que la actividad y los negocios que desarrolla actualmente el Grupo BBVA en estas jurisdicciones cumple escrupulosamente la normativa vigente, BBVA asume que su responsabilidad social debe responder también a la sensibilidad social, aumentando la transparencia y evitando las actuaciones que pudieran afectar negativamente a su reputación. En este sentido, a la línea de actuación caracterizada por la intensificación de los mecanismos de control interno de las actividades llevadas a cabo en estas jurisdicciones, ahora se añade el compromiso de reducir significativamente su presencia en este tipo de centros.

> Un Sistema de Gestión del Riesgo creador de capital social

El sistema de análisis y gestión del riesgo constituye el elemento central del proceso productivo de un banco. A través de él, además, la banca desempeña un papel nuclear en la actividad económica y en el buen funcionamiento del mercado.

El Sistema de Gestión del Riesgo del Grupo BBVA se encuentra entre los más avanzados del sector a nivel internacional, incorporando permanentemente mejoras enfocadas a conocer con la mayor precisión posible el nivel de exposición y el perfil y cuantía del riesgo asumido en cada operación, en cada cliente y en cada actividad, de forma tal que se garantice la más correcta asignación del capital en cada línea de negocio y las máximas garantías y creación de valor para los accionistas.

Son finalidades que BBVA quiere hacer compatibles con una creciente consideración en esta actividad de criterios éticos, sociales y ambientales a través de rigurosas normas deontológicas internas y de la introducción paulatina en el análisis del riesgo crediticio de consideraciones sociales y ambientales. Por otra parte, BBVA colabora muy activamente en foros nacionales e internacionales encaminados a la consolidación y difusión de las mejores prácticas en este ámbito: prácticas que redundan en mayores niveles de eficiencia y utilidad social de los mercados financieros y, por ello, en beneficios económicos y sociales para la comunidad.

Un caso paradigmático de lo anterior, tanto por su importancia como por la actividad en él de BBVA, ha sido el proceso de trabajo desarrollado por el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, en el marco del Nuevo Acuerdo de Capital, conocido habitualmente como Basilea II. El Acuerdo establece estándares de transparencia y anticipación mayores y, fundamentalmente, requerimientos de capital más exigentes a cada entidad en función de los diferentes niveles de riesgo de sus prestatarios, lo que exigirá metodologías e instrumentos más precisos para la evaluación y calificación del riesgo. Las aportaciones de BBVA se han orientado muy especialmente a suavizar las posibles dificultades de financiación que el Acuerdo podría comportar para los países de menor nivel de desarrollo.

> Desarrollos tecnológicos

Pocas dudas pueden caber de la trascendental importancia de la innovación tecnológica en los intensos cambios que está experimentando el mundo contemporáneo y en la capacidad de crecimiento económico general. Es un fenómeno en el que está desempeñando un papel crucial la aceleración en las tecnologías de la información y la comunicación

(TIC's), que afectan de forma particularmente relevante al sector financiero, tanto por las transformaciones que en él impulsan como por la propia capacidad de expansión de estas tecnologías que están desarrollando muchas entidades del sector.

BBVA, que ha hecho de la innovación uno de sus ejes vertebrales, está realizando un importante esfuerzo en el desarrollo de nuevas tecnologías, configurando en muchos casos estándares de utilización por el mercado. Entre las muchas iniciativas que viene desarrollando en este ámbito –y que resulta imposible sintetizar en pocas líneas–, merece destacarse la organización cada año por el Centro de Innovación del área de Innovación y Desarrollo de unas Jornadas Anuales de Innovación Tecnológica de BBVA, que se configuran como un escaparate de las principales innovaciones que está impulsando (y en muchos casos, desarrollando directamente) el Grupo y que aportan valor de forma práctica a los clientes y, a través de ellos, al conjunto de la sociedad. En el mes de julio de 2004 se celebraron las III Jornadas, que concedieron un especial protagonismo a tres temas:

- Servicios móviles: soluciones de provisión de banca móvil y para el trabajo en movilidad, tanto desde la perspectiva de los nuevos dispositivos como de las nuevas tecnologías de comunicación por redes móviles.
- Medios de pago y autenticación: nuevos desarrollos de reconocimiento de voz a través de tecnología biométrica, además de las posibilidades de tarjetas bancarias con nueva tecnología que aporta mayor seguridad a las operaciones y que permite desarrollar nuevas aplicaciones.
- Multimedia y entornos compartidos: se trata de soluciones que aportan capacidades de reproducción de contenidos de audio y de vídeo mediante redes de banda ancha aplicadas al acceso de contenidos multimedia.

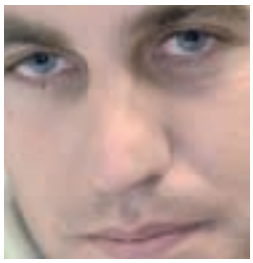
> Liderazgo en el movimiento de responsabilidad social corporativa

El Grupo BBVA quiere desempeñar un papel protagonista en el desarrollo de la responsabilidad social corporativa en los países en los que opera. Algo que se materializa en aspectos centrales de su organización, de su cultura, de su gestión y de su actividad y en la importancia que dedica a la preservación del entorno ambiental y a la acción social (en sus diferentes manifestaciones), así como en su labor de fomento social de la cultura de la responsabilidad de las empresas.

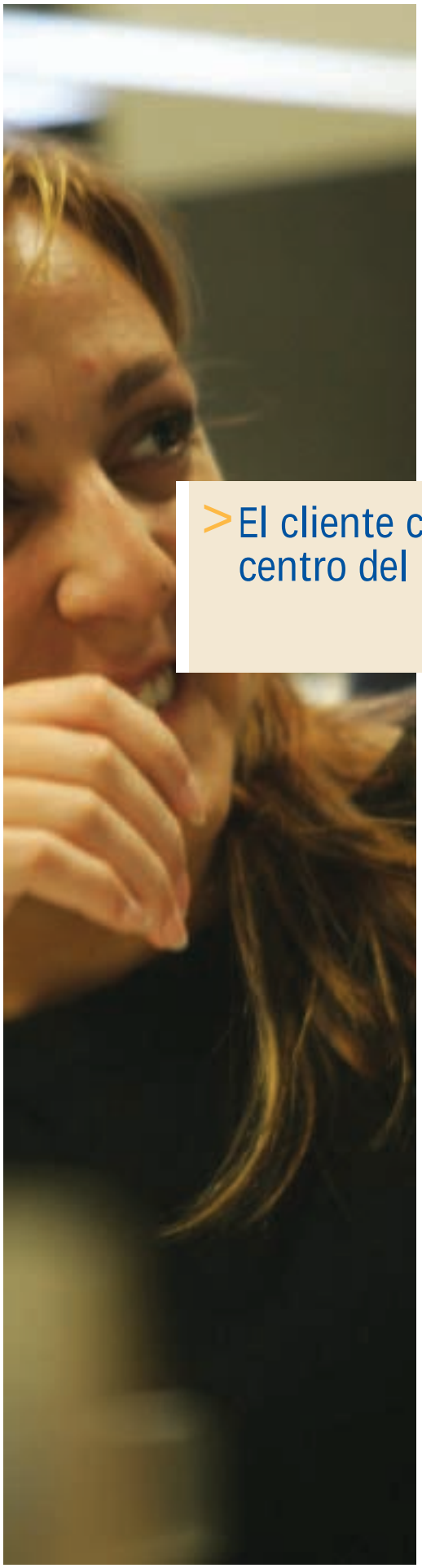
Es un papel dinamizador y de liderazgo que se manifiesta también en los compromisos internacionales que ha asumido, como lo reflejan el hecho de ser el primer banco español firmante de los Principios de Ecuador y su activa adhesión a iniciativas como el Pacto Mundial, UNEP-FI o Global Reporting Initiative, entre otras.

BBVA entiende esta labor como un compromiso con sus grupos de interés que contribuye decisivamente a la generación sostenida de valor para la entidad, pero comparte también la convicción de que constituye una línea de trabajo que se suma a un movimiento que contribuye en medida nada irrelevante al enriquecimiento integral de las sociedades en que trabaja: a la acumulación de capital económico, humano, ambiental y social. Una aportación que se integra plenamente con lo que, para las tendencias más actuales e innovadoras de la Teoría del Desarrollo, constituye uno de los factores esenciales del progreso integral de las sociedades: la consolidación de instituciones eficaces en sus objetivos específicos, pero capaces al tiempo de impulsar el desarrollo general y de producir valor para el conjunto de la sociedad.

> Soluciones para un futuro mejor



> El cliente como centro del negocio
> Banca de particulares
> Los fondos de inversión y la inversión socialmente responsable en BBVA
> Banca de pequeñas y medianas empresas y microempresas
> Banca de grandes empresas y financiación de proyectos
> Banca de instituciones
> Participaciones empresariales e inmobiliarias



La principal responsabilidad social de BBVA es hacer realidad su compromiso de trabajar cada día por un futuro mejor para las personas: una preocupación que se materializa muy especialmente en el diseño, desarrollo y comercialización de soluciones innovadoras, capaces de generar más valor a sus clientes y a las comunidades en las que opera.

La actividad de negocio del Grupo BBVA se configura en torno a tres grandes áreas, que agrupan los negocios minoristas, los negocios mayoristas y la actividad de BBVA en Latinoamérica.

> El cliente como centro del negocio

> La calidad en BBVA

La calidad cumple un papel esencial en la relación entre BBVA y sus distintos grupos de interés. Durante 2004, se ha consolidado el desarrollo del Proyecto Cliente en México, España y Perú y los planes de calidad en el resto de unidades, tanto de negocio como de apoyo. Todo con el objetivo de ofrecer a los clientes de BBVA una prima de calidad como elemento diferenciador en sus productos y servicios. En este contexto, y con la finalidad de contribuir a la calidad del servicio, el Grupo garantiza la seguridad física de los clientes en el uso de sus instalaciones. BBVA no ha tenido ningún procedimiento judicial o administrativo en 2004 sobre esta materia.

Banca Minorista España y Portugal

2004 es el último año de desarrollo de su Proyecto Cliente, iniciado en 2002 y que ha conseguido resultados muy satisfactorios en terminos de calidad percibida por el cliente. Ha sido clave en su desarrollo la figura del Promotor de Calidad en cada oficina, con el fin de establecer planes de mejora. Junto con su esfuerzo, un intenso despliegue de formación y comunicación ha permitido su implantación.

El proceso de comunicación ascendente se ha apoyado en los foros virtuales de discusión de los promotores, vehículo de alto interés para la mejora.

Banca en América

En 2004 se afronta el primer plan regional de calidad, basado en cinco ejes:

- Segmentación de la base de clientes sobre los que lanzar distintos planes de calidad.
- Desarrollo del Modelo de Atención al Cliente BBVA.
- Nuevo aplicativo de gestión de reclamaciones (proyecto piloto en Perú).
- Acuerdos de Calidad de servicio con las áreas proveedoras.
- Inicio de la implantación de los mapas de calidad y procesos clave en *front-end*.

Banca Mayorista y de Inversiones

Desarrolla el modelo de calidad con especial énfasis en el cliente externo y en las personas, con planes de calidad en todas sus unidades (Banca Corporativa, Banca de Instituciones y Mercados), con un importante esfuerzo formativo y buscando la consolidación en sus posiciones de liderazgo. Se fundamenta en un modelo de gestión basado en las tres "R": Rentabilidad, Relación y Riesgo, con clara traducción en resultados.

Sistemas y Operaciones y áreas de apoyo

En Sistemas y Operaciones se ha lanzado un nuevo modelo de Calidad que pretende introducir al cliente externo e interno en todas sus decisiones. Los elementos básicos son los acuerdos de calidad de servicio, tanto entre el área y las restantes áreas del Grupo y sus propias unidades, como con proveedores externos. Todo ello permite unas métricas homogéneas para todo el Grupo, un *benchmarking* activo y un avance hacia la gestión por procesos en toda su extensión. En esta línea, destaca el uso de una nueva metodología (Six Sigma, traducida por DMAS en BBVA) como instrumento muy eficaz para la mejora.

Por otro lado, el resto de áreas de apoyo trabajan en sus planes de calidad en línea con el modelo de acuerdos de calidad de servicio y de métricas de satisfacción del cliente interno.

Proyectos singulares

Elementos básicos corporativos en la mejora de la calidad en la relación con los clientes son el Modelo de Atención al Cliente, los nuevos circuitos y los nuevos protocolos de gestión de reclamaciones.

El *Modelo de Atención al Cliente* es un impulso adicional y singular para el Proyecto Cliente desarrollado en 2004. Implantado de forma piloto en España, pretende homogeneizar los modos de actuación en los procesos habituales de atención al cliente, con el objetivo de lograr la máxima satisfacción del cliente a través de un trato exquisito. Dentro de esta perspectiva, BBVA presta una especial atención al estricto cumplimiento de las exigencias legales en materia de información y de publicidad sobre sus productos y servicios, así como en todo lo referente a la intimidad y protección de los datos personales de sus clientes. BBVA no ha tenido incumplimientos sobre estas materias en 2004.

Gestión de Reclamaciones (GERE). BBVA estima que sólo en España más de 2.500 clientes al mes contactan a través de los diferentes canales a su disposición para trasladar sus incidencias, sus comentarios y sus propuestas. GERE es una herramienta diseñada para gestionar la insatisfacción de los clientes: escuchar, aprender y aportar soluciones rápidas. Es un procedimiento centralizado, donde más de 25.000 usuarios han sido incorporados a la herramienta –todos los canales, todos los negocios y todas las redes– y más de 3.300 posibles motivos de insatisfacción pueden ser gestionados.

El mejor indicador de la calidad lo constituye el índice de satisfacción global del cliente, que muestra una clara tendencia positiva a lo largo de los últimos tres años.

En 2004, BBVA ha aprobado el Reglamento para la Defensa del Cliente en España del Grupo BBVA, estableciendo un sistema integrado para la resolución de las quejas y reclamaciones de los clientes que no hayan sido estimadas en la oficina o centro de cualquier entidad del Grupo BBVA que preste servicios en España. La mayor novedad y originalidad del Reglamento consiste en el modo de entender que toda reclamación formal, antes de poder pasar a instancias superiores (Defensor del Cliente, comisiona-

Participación de la plantilla en formación en calidad en España (2004)

Cursos	Nº cursos	Nº participantes
Proyecto Cliente (presencial)	21	462
Proyecto Cliente (módulos)	107	14.122
GERE (Gestión de Reclamaciones)	8	160
Modelo de Atención al Cliente	16	345
Orientación al Cliente	10	143
TOTAL	162	15.232

Índices de satisfacción del cliente

Indicador	2004	2003	2002
ENCUESTA EXTERNA MULTIMARCA. Satisfacción global del servicio BBVA (Fuente: FRS Ibérica) referido a España	75,0%	74,0%	70,0%
MISTERY SHOPPER* MULTIMARCA. Índice de calidad objetiva sectorial "EQUOS" (base 10)	7,06	6,73	6,38
MISTERY SHOPPER* SOBRE OFICINAS PROPIAS. Índice de calidad objetiva	72,0%	74,8%	71,2%
MEDICIONES EXTERNAS PROPIAS. Satisfacción global del servicio	76,7%	75,2%	74,4%

* Visitas a las oficinas por un profesional que simula ser un cliente.

Reclamaciones presentadas en el Servicio de Atención al Cliente(1) en 2004

Clasificación	Número
Resueltas totalmente a favor del cliente	910
Resueltas parcialmente a favor del cliente	447
Resueltas a favor del Banco	1.552
Pendientes de respuesta a 31-12-2004	418
TOTAL	3.327

(1) El SAC se constituye formalmente en julio de 2004 aunque existía anteriormente como departamento bajo otras competencias.

Reclamaciones (por causas)

Causa	Porcentaje
Comisiones y gastos en cuentas y depósitos	20,0
Servicios (recibos domiciliados, funcionamiento cajeros, etc.)	16,0
Productos activo (condiciones, reembolsos)	13,0
Información y respuesta a clientes	13,0
Medios de pago (tarjetas de crédito)	7,0
Productos financieros y de prevision (asesoramiento y rentabilidad)	4,5
Otros	26,5
TOTAL	100,0

Defensor de la Clientela*

Clasificación de los expedientes por la forma de conclusión	2004 1ª fase 2004 (01/01-23/07)	2004 2ª fase 2004 (24/07-31/12)	2004 TOTAL 2004	2003 1ª fase 2003 (01/01-23/07)	2003 TOTAL 2003
ENTRADAS	2.049	394	2.443	2.447	4.024
INADMITIDOS POR CAUSA REGLAMENTARIA	205	11	216	487	683
CONCLUIDOS	1.844	320	2.164	1.960	3.341
Solución amistosa	834	97	931	763	1.311
Aclaraciones al cliente	733	183	916	778	1.279
Desestimada	106	39	145	182	401
Resolución formal (a favor del reclamante)	160	63	223	232	350
Falta de contestación (solicitud de documentación adicional)	11	1	12	5	0

* El 23 de julio de 2004 se aprobó el nuevo "Reglamento para la Defensa del Cliente en España del Grupo BBVA", que aborda simultánea y conjuntamente las normas aplicables al Servicio de Atención al Cliente (SAC) y al Defensor de la Clientela. Este cambio implica que las series historicas dejen de ser homogéneas y que no sea factible comparar ejercicios completos. Por ello, a efectos meramente informativos, se ha comparado el primer período del año (anterior al nuevo reglamento) con el mismo período del año anterior.

Número medio de días en resolver una reclamación

Canal	2004	2003
Reclamaciones internas	18	26
Defensor de la Clientela	18	22

Total certificaciones ISO

Certificaciones	España	Portugal	Andorra	México	Resto América	Total
ISO 9001	19	1	2	7	31	60
ISO 14001	2	–	2	–	–	4
TOTAL	21	1	4	7	31	64

dos del Banco de España, CNMV o DGS), debe ser atendida por el Servicio de Atención al Cliente (SAC) corporativo o por el Defensor de la Clientela del Grupo BBVA como segunda instancia.

En el ámbito de la gestión de procesos, junto con la nueva metodología Six Sigma introducida en 2004, las certificaciones ISO 9000 siguen siendo una herramienta de valor para determinados procesos.

> Plan de Continuidad de Negocio

Desde 2002, y en línea con los desarrollos internacionales más avanzados en materia de responsabilidad social, BBVA ha puesto en marcha un conjunto estructurado de iniciativas dirigido a asegurar la continuidad del negocio ante eventuales catástrofes o contingencias de carácter excepcional. El Plan abarca las áreas críticas de negocio y se materializa en dos tipos de actuaciones:

- Preventivas: organizando las estructuras de gestión de crisis y los correspondientes protocolos de funcionamiento ante este tipo de eventualidades.
- Reactivas: por medio de la elaboración de planes de recuperación que se activarían cuando los mecanismos normales de respuesta se viesen superados.

> Sistemas y Operaciones, tecnología e I+D+I

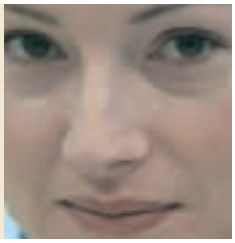
BBVA, tras destinar 360 millones de euros a la implantación del plan de Servicios Financieros Personales, que ha supuesto la transformación tecnológica y de formación de la plantilla, va a dar un nuevo paso con la inversión de más de 200 millones de euros para expandir la red de oficinas a partir de 2005, abriendo

nuevas sucursales en zonas de reciente crecimiento, tales como los nuevos barrios que han surgido en la periferia de grandes ciudades.

Otras progresos destacados en 2004 han sido:

- Mejora de la información que se envía a los clientes a través de los extractos de cuenta, con el objetivo de reforzar este canal de comunicación.
- Impulso de la estrategia de innovación tecnológica.
- Consolidación del Centro Corporativo Regional (CCR) de Monterrey (México), en el que se integra la tecnología de las operaciones en América Latina. Consolidación que se produce con la incorporación de los centros de proceso de datos de Colombia, Venezuela y la AFP Provida de Chile. El objetivo es la mejora de la calidad del servicio para los clientes del Grupo en estos países, y supone la integración de los millones de transacciones bancarias que BBVA efectúa cada mes en América Latina. De este modo, BBVA se sitúa a la cabeza de los principales grupos financieros internacionales, al integrar en una única plataforma unificada todos los bancos en la región.
- Finalización de la implantación de la nueva arquitectura multicanal de acceso remoto NACAR en toda la red BBVA de España, con la instalación de más de 34.000 puestos de trabajo en 4.000 oficinas y departamentos centrales.
- Desarrollo de la Comunidad de Innovación Tecnológica (CIT) con carácter global, para adaptar las nuevas tecnologías a los retos del sistema financiero en los próximos años. Esta Comunidad es pionera en el sector financiero español y su objetivo es generar un foro dinámico con todos los empleados del Grupo para avanzar en el diseño y desarrollo de soluciones para los clientes.

> Banca de particulares



BBVA quiere estar cada día más cerca de sus clientes para conocer mejor sus necesidades financieras y poderles ser de mayor ayuda, tratando de prestar un servicio de elevada calidad, con las mejores condiciones del mercado, crecientemente adecuado a sus características y necesidades y procurando reducir todo lo posible las dificultades de acceso a las personas con necesidades especiales o con menores recursos.

> Los mejores profesionales a su servicio

La apuesta del Grupo por una nueva forma de banca, basada en un mayor asesoramiento y un importante esfuerzo de formación, ha permitido mejorar la vinculación de los clientes, los indicadores de satisfacción del cliente y la productividad. En este marco, y dentro del Plan de Servicios Financieros, BBVA ha firmado un acuerdo con la Asociación Europea de Planificación Financiera (EFPA) para la formación y certificación europea de sus profesionales. Cerca de 2.000 empleados de BBVA han obtenido este certificado.

> Facilitando el acceso a través de nuevos canales

BBVA cuenta con una amplia red de oficinas y con servicios innovadores de banca *on-line* (a los que se puede acceder desde el ordenador personal), conectados a Internet durante las 24 horas del día y los 365 días del año, o a través de teléfono fijo o móvil en amplios horarios.

Los servicios de banca *on-line* rompen con las barreras de la distancia y la falta de tiempo, ofreciendo una amplia gama de servicios caracterizados por la sencillez, la agilidad y la máxima seguridad en los accesos y en la operativa. BBVA ha obtenido excelentes calificaciones en este servicio en las evaluaciones que diferentes empresas independientes llevan a cabo sobre este tipo de productos. Según las clasificaciones de la agencia Aqmetrix, BBVA ha ocupado durante cinco trimestres consecutivos la primera posición del sector financiero español en banca de particulares.

El Grupo pone a disposición del cliente todos los medios de acceso que la mejor tecnología posible facilita a la hora de operar: oficinas, autoservicios, banca por Internet o teléfono. La oficina es el medio de contacto preferido –más de 1.500 millones de operaciones por año–. Los autoservicios (cajeros automáticos) superan los 190 millones de operaciones en España y la banca por Internet cuenta con cerca de 1.300.000 clientes, con más de 35 millones de visitas al año sólo en España.

> Adaptación a las necesidades específicas de los colectivos

BBVA ha creado soluciones adaptadas a las personas que demandan sus servicios, atendiendo a sus condiciones y proyectos y tratando de adaptarse al máximo a sus necesidades. Cuenta con unidades especializadas en diferentes colectivos (jóvenes, personas mayores, familias, no residentes, inmigrantes...), desarrollando productos y servicios adecuados a las características de cada segmento.

Población joven

Para este colectivo, BBVA ha diseñado el Programa Blue Joven, pionero en la banca española, que cuenta con más de 1.500.000 clientes e incluye múltiples ventajas de ahorro y financiación. Este programa cuenta con una web propia (www.bluejoven.com), que además facilita ofertas de empleo, programas de formación, ocio y cultura, compras, etcétera.

Personas mayores

Es un colectivo que requiere de productos y servicios adecuados a sus necesidades, donde la seguridad y la tranquilidad son fundamentales. Para él, BBVA ha desarrollado una amplia variedad de productos y servicios específicos, como las Multiventajas, que incluyen un seguro gratuito que pone a disposición de los clientes mayores diferentes servicios y productos en condiciones ventajosas. BBVA también ayuda gratuitamente a sus clientes a gestionar todos los trámites necesarios para la solicitud de la pensión de jubilación a la Seguridad Social.

> Algunas de las ventajas incluidas en las Multiventajas BBVA

Teleasistencia	Servicios de alarma, información y localización.
Asistencia y ayuda domiciliaria	Envío de medicamentos, envío de médicos y ambulancias de urgencia, ayuda domiciliaria, reparaciones en el hogar y gestión de residencias.
Asesoramiento legal y médico	Línea médica telefónica para consultas y asesoramiento legal a través de consultas con abogados.
Información de ocio y cultura	Descuentos especiales, organización de viajes, eventos culturales, exposiciones, medios de transporte, museos o programas autonómicos, entre otros.

> Facilitando el acceso a los que más lo necesitan

Servicios para adquisición de vivienda

La vivienda constituye una necesidad básica de toda persona. Contribuir a facilitar el acceso a ella es para BBVA una vertiente fundamental de su responsabilidad social, que asume con una amplia gama de productos y servicios y con una orientación especialmente destacada hacia el mercado de la vivienda protegida, con líneas especiales para la adquisición de vivienda dirigidas a colectivos de baja capacidad adquisitiva.

BBVA es la entidad de referencia del sector inmobiliario español. En 2004, el número de viviendas de protección pública financiadas por BBVA fue de aproximadamente 9.000, manteniendo el liderazgo en Vivienda de Protección Oficial (VPO).

Mención especial merece la nueva Hipoteca Fácil de BBVA, que permite rebajar hasta un 20% las cuotas mensuales, y que beneficia especialmente a los jóvenes. Este producto mejora la capacidad de pago de la vivienda de las familias, reduce el esfuerzo inicial de acceso y propicia una mayor protección ante movimientos de los tipos de interés.

De otro lado, BBVA ofrece en este campo productos y servicios en condiciones ventajosas a la población joven. En México, BBVA Bancomer, con la compra de Hipotecaria Nacional –materializada en 2005–, ha reforzado su compromiso con la región, consolidándose como líder del mercado hipotecario privado mexicano. Hipotecaria Nacional tiene una cartera con más de 90.000 clientes y supone una apuesta por el mercado hipotecario.

BBVA Chile, por su parte, ha desarrollado el Crédito Hipotecario Cien, destinado a colectivos con insuficiente ahorro previo (particularmente a jóvenes), facilitando el 100% del coste de la vivienda.

Servicios para colectivos con rentas bajas

Dentro de la amplia gama de servicios financieros que oferta BBVA, existen diferentes modalidades especialmente orientadas a facilitar la relación financiera al mayor número de personas. Aspectos como facilidades especiales de pago, congelación de cuotas o posibilidad de aplazar pagos en determinadas situaciones, se encuentran integrados de forma co-

Préstamos Familiares. El Préstamo Nacimiento

La línea de Préstamos Familiares se enmarca dentro del Plan Familias BBVA, como el proyecto emblemático de uno de sus tres programas de actuación: el Programa de Financiación Familiar. Con ella se pretende ayudar a afrontar necesidades familiares básicas en condiciones financieras muy favorables.

El Préstamo Nacimiento

El Préstamo Nacimiento ha sido el primer proyecto puesto en vigor. Es un préstamo de hasta 3.000 euros, a un plazo de tres años, con un tipo de interés cero 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 seis meses posteriores al nacimiento o adopción de su hijo. A lo largo de las dos campañas desarrolladas en 2004, se han concedido 16.342 préstamos por un valor de 48,6 millones de euros.

tidiana en las ofertas que BBVA pone a disposición de su clientela.

En esta misma perspectiva, también desarrolla productos y servicios especialmente diseñados para colectivos con recursos económicos escasos, que de forma habitual sólo tienen acceso a créditos en el mercado no oficial o en establecimientos comerciales que exigen condiciones duras. Merece ser mencionada en esta línea la Tarjeta Congelada en México, para colectivos de bajos ingresos.

Servicios para las familias

Facilitar el bienestar de la familia y la realización de sus proyectos de vida es un objetivo básico de BBVA. Como unidad de convivencia y de proyectos comunes, precisa de un tratamiento específico, para el que BBVA ha desarrollado numerosas iniciativas, entre las que destacan las Multiventajas Nómina Familia (con numerosas prestaciones de seguros de ayuda escolar, hogar y salud y condiciones preferentes en productos y servicios para familias con nómina domiciliada) y el Plan + Familia (con condiciones especiales para las familias numerosas en variados productos y servicios).

Mención especial merece un programa específico de apoyo a la familia sin ánimo de beneficio puesto en marcha en febrero de 2004: el denominado Plan Familias BBVA, que centra la atención prioritaria de la acción social de BBVA en el ámbito de la economía familiar, en buena medida a través de formas de actuación características de un banco: productos y servicios financieros. Puede encontrarse más información en el capítulo “Apoyo a la comunidad”.

Más oportunidades y mejores servicios para inmigrantes

Facilitar los envíos de remesas de inmigrantes y contribuir a su estabilidad, a su seguridad y a su abaratamiento representa no sólo un importante instrumento para fomentar la inclusión financiera de capas sociales habitualmente desfavorecidas en el país receptor y para proveer de nuevas oportunidades a sus familiares en el país de origen, sino también una nada despreciable fórmula de apoyo a una de las más relevantes vías de financiación en la actualidad para muchos países en desarrollo.

BBVA Bancomer desempeña desde hace tiempo un destacado papel en este ámbito: a través de su empresa filial Bancomer Transfer Services, tiene una importante presencia en el mercado de envíos de dinero por parte de inmigrantes mexicanos que residen en Estados Unidos (22 millones de clientes me-

xicanos que viven en EE.UU. y que transfieren remesas a sus hogares, con un volumen anual de aproximadamente 14.500 millones de dólares). Un mercado en el que BTS ocupa una posición de claro liderazgo, con una cuota cercana al 40%, una red de oficinas propias en California y Texas y alianzas estratégicas con US Postal y Wells Fargo.

Durante 2004, BBVA ha reforzado sus servicios a este colectivo con la compra de Valley Bank en California (EE.UU.) y de Laredo National Bancshares (grupo financiero cuya compra se ha materializado en 2005 y propietario de dos entidades bancarias: The Laredo National Bank y South Texas Bank). Valley Bank cuenta con una red de seis oficinas en California, en tanto que Laredo y South Texas disponen de una red de 35 sucursales en Texas. Con ellos se reforzará poderosamente la actividad del Grupo BBVA relacionada con las remesas, al tiempo que se consolida la estrategia en el mercado bancario de EE.UU.

Otra de las iniciativas para este colectivo en España es BBVA Dinero Express, cuya actividad se centra en la canalización de las remesas de inmigrantes en España hacia sus países de origen. Además, los empleados de BBVA Dinero Express son también de origen inmigrante.

> Asegurando la vida, la actividad y el entorno: Seguros

BBVA Seguros colabora también con el compromiso de responsabilidad social del Grupo por medio de una labor presidida por el objetivo de garantizar el mantenimiento de la calidad de vida y la estabilidad económica y social de personas, familias, empresas e instituciones, a través de una amplia gama de productos alineados con las necesidades específicas de cada cliente. Es una labor orientada a aportar soluciones frente a problemas personales, familiares, económicos o sociales en ocasiones muy graves y que ocupa, por ello, una posición central en el esquema de protección y en la generación de entornos de seguridad.

> Asegurando el futuro: Planes de Pensiones

Garantizar el mantenimiento de un nivel de vida adecuado en la vejez es una necesidad evidente, a la que BBVA da soluciones financieras eficaces, como parte esencial de su cometido, pero entendiendo que constituye también una de las vertientes de su responsabilidad social. Los fondos de pensiones que comercializa tratan de dar respuesta específica a esta necesidad, combinando rentabilidad y seguridad según el perfil de cada cliente.

En España, el Grupo mantiene una posición de claro liderazgo en este segmento y un importe gestionado de alrededor de 13.500 millones de euros a finales de 2004.

Es una actividad particularmente relevante en América Latina, en la que el Grupo ocupa también una posición de claro liderazgo, con más de 12 millones de afiliados y una cuota de mercado del 26%, gestionando cerca de 28.000 millones de euros. Está presente en la práctica totalidad de países que han privatizado total o parcialmente sus sistemas de pensiones, ocupando posiciones destacadas en Chile, México, Argentina, Colombia, Perú, Bolivia, Panamá, Ecuador y República Dominicana. En Chile, el Grupo atiende el pago del 70% de las pensiones existentes, lo que supone la aplicación de rentas mensuales de alrededor de 200 millones de dólares.

Es un ámbito en el que el Grupo BBVA ha manifestado su más contundente apoyo al desarrollo de los fondos de pensiones como herramienta al servicio de la creación de riqueza. No puede olvidarse en este sentido que la gestión eficaz de estos cometidos constituye en sí misma una aportación básica al bienestar de las poblaciones afectadas, pero también a la modernización y solidez de los sistemas financieros, a la generación de mecanismos solventes de canalización de ahorro a largo plazo y, por ello, a la capacidad de desarrollo de los países en los que el Grupo opera.

> Pensiones en 2004

Zona geográfica	Volumen gestionado (millones euros)	Millones de afiliados
España	13.501	1,9
Resto del mundo	27.989	12,0

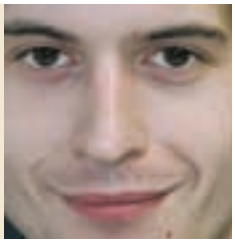
> Colaboración con organizaciones humanitarias

BBVA es plenamente consciente de la importante labor que, cada día con más entidad y eficacia, desarrollan las organizaciones humanitarias para paliar muchos de los principales problemas que acucian al mundo actual y para ayudar a los colectivos más desfavorecidos o necesitados. En este sentido, Banca Minorista viene colaborando por diferentes vías con muchas de estas organizaciones, complementando así la labor realizada por Banca de Instituciones y la canalizada por las políticas de acción social del Grupo.

Entre las principales iniciativas, cabe destacar los fondos de inversión solidarios, como BBVA Biogen y BBVA Solidaridad (que se comentan en el epígrafe "Los fondos de inversión y la inversión socialmente responsable"), así como el desarrollo y comercialización de tarjetas con causa: tarjetas Visa Cruz Roja, Visa Solidaridad Internacional (creada en 2004) y una tarjeta de colaboración con Iberia, Repsol, Grupo Eroski y Telefónica. Las dos primeras ceden el 0,7% de los pagos con ellas realizados a las organizaciones respectivas; la tercera posibilita a los usuarios de los productos y servicios de las empresas colaboradoras la acumulación de puntos que pueden ser cedidos voluntariamente a proyectos de ayuda humanitaria en América Latina.

Son vías de colaboración a las que se añade el apoyo a ONG's y campañas de emergencia canalizado a través del programa Colabor@, funcionalidad de BBVAnet para la realización de donaciones a numerosas organizaciones humanitarias por vía electrónica, así como colaboraciones sistemáticas con campañas específicas de algunas ONG's (como la de felicitaciones de Navidad de UNICEF o el Sorteo del Oro de la Lotería Nacional de Cruz Roja Española).

> Los fondos de inversión y la inversión socialmente responsable en BBVA



BBVA busca adaptarse a las necesidades de sus clientes. Prueba de ello es el lanzamiento a lo largo de 2004 de diferentes fondos de inversión en los que prima la innovación, como el BBVA Triple Óptimo y los BBVA Plan Rentas. BBVA ha sido también la gestora española más premiada en la XVI edición de los premios Expansión y S&P, liderando este ranking desde 1999.

Dentro de este ámbito, tienen una especial importancia en términos de responsabilidad social corporativa los fondos de inversión que centran su estrategia inversora en empresas con buenas prácticas éticas, sociales, laborales o ambientales y en proyectos sostenibles o que donan parte de los beneficios a organizaciones y causas de interés social.

Son fondos dirigidos a todos aquellos ahorradores (individuales o institucionales) que desean tomar en consideración criterios sociales y ambientales en el destino de sus inversiones. Para ellos, BBVA ha diseñado productos propios específicos y ha incorporado a su cartera de productos fondos externos que cumplen las expectativas que demanda su clientela.

BBVA gestionaba a finales de 2004 más de 900 millones de euros en fondos de inversión socialmente responsables, lo que supone el 1,8% del total de fondos de inversión gestionados. Se trata de fondos clasificables en dos tipos básicos:

- Solidarios.
- Con criterios RSC.

El Grupo BBVA también comercializa fondos externos socialmente responsables como son:

- Renta 4 Siglo XXI.
- CS Global – Sustainability.
- ING Invest Sustainable Growth.

Fondos de inversión socialmente responsables

Indicador	Número de partícipes	Volumen (millones de euros)
Total fondos de inversión socialmente responsables	50.206	932,6

Fondos solidarios (destinan parte de las comisiones que recaudan a fines de utilidad pública)

Nombre del fondo	Tipología	Fines de utilidad pública a los que se dedican	Número de partícipes	Volumen (millones de euros)
BBVA Biogen	Fondo subordinado a Biogen FIMP, gestionado por Iberagentes	Cesión del 0,45% del patrimonio del fondo a la Fundación para la Investigación Médica Aplicada, dependiente de la Universidad de Navarra	529	3,2
BBVA Solidaridad	Fondo de renta mixta internacional	Cesión del 0,55% del patrimonio del fondo entre más de 20 ONG's, a selección del partícipe	485	11,2

Fondos con criterios RSC
(añaden a los criterios convencionales de riesgo y rentabilidad nuevos requerimientos sociales y ambientales de sostenibilidad)

Nombre del fondo	Tipología	Criterios de selección	Número de partícipes	Volumen (millones de euros)
BBVA Extra 5 II Garantizado	Indexación a cesta integrada por las 25 mayores compañías del índice FTSE4Good Global 100	Inversión en las empresas integrantes del índice de sostenibilidad FTSE4Good	30.958	842,0
BBVA Desarrollo Sostenible	Fondo de renta variable internacional seleccionada con criterios de RSC	Análisis realizado por Innovest en base a criterios sociales, ambientales y de gobierno corporativo	18.234	76,2

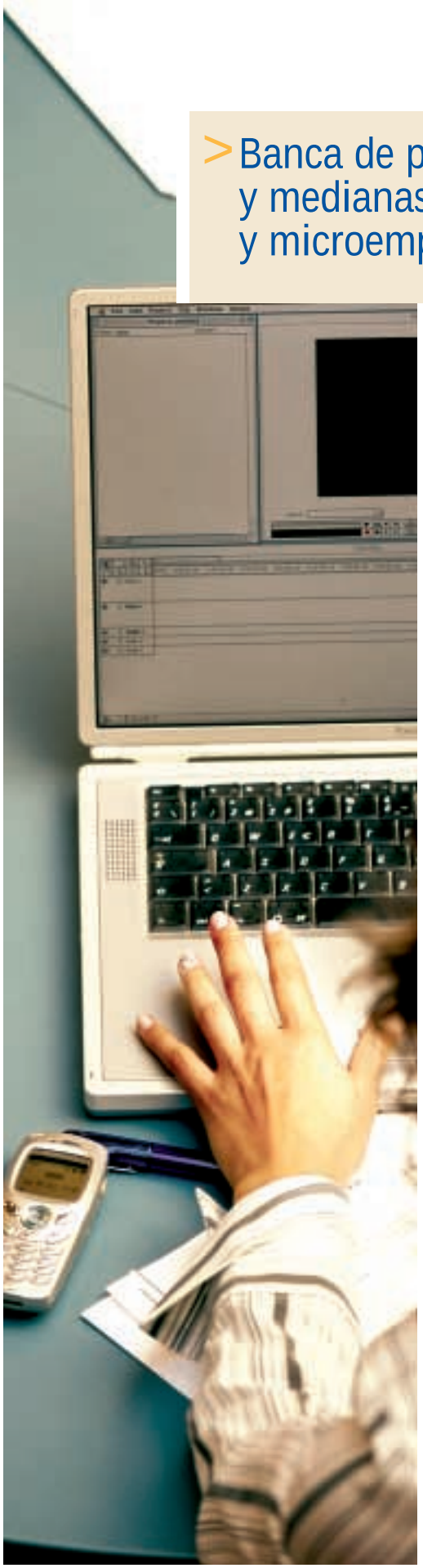
Indicador	2004	2003
Fondos de inversión socialmente responsables respecto al total de fondos de inversión gestionados (%)	1,8	1,7

Fondo BBVA Desarrollo Sostenible

BBVA lanzó en octubre de 2004 el Fondo BBVA Desarrollo Sostenible que centra su estrategia inversora en empresas en las que coincidan una gestión económica de calidad y criterios exigentes en materia de RSC (en aspectos sociales, ambientales y de gobierno corporativo), con el objetivo de maximizar el valor de la inversión en el tiempo, desde la perspectiva de que la empresa que es capaz de manejar mejor que sus competidores el valor de sus intangibles y los riesgos en materia de RSC tiende también a superarles financieramente. El fondo pretende, así, ofrecer una alternativa de inversión que compatibilice rentabilidad económica y apoyo a la sostenibilidad.

El proceso de selección combina el análisis de BBVA Gestión con el análisis RSC que desarrolla la firma especializada Innovest, cuya metodología introduce criterios de sostenibilidad. Se basa en el estudio de más de 160 factores, agrupados en cuatro áreas (gobierno corporativo, *stakeholder* capital, medio ambiente y capital humano).

> Banca de pequeñas y medianas empresas y microempresas



Las empresas de pequeña y mediana dimensión constituyen un elemento fundamental en el tejido empresarial de la economía, dependiendo de ellas buena parte de la generación de empleo, de innovación y de creación de riqueza.

BBVA detenta importantes cuotas de mercado en el apoyo al tejido empresarial en todos los países donde opera. Soluciones a las necesidades desde la calidad y la innovación son los principios que caracterizan su oferta de productos y servicios.

Un ejemplo del permanente compromiso del BBVA con la innovación en la prestación de productos y servicios a las pequeñas empresas lo constituye la colaboración con HP, Telefónica y Microsoft, que dio origen a la creación en 2003 de la Oficina de Apoyo para la Sociedad de la Información, con el objetivo de aportar información, asesoramiento y soluciones tecnológicas y financieras a pymes en materia de nuevas tecnologías de la información. Al cabo de un año de su puesta en marcha, los resultados de la Oficina han sido indudablemente positivos: ha atendido más de 300.000 consultas de pymes repartidas por todo el territorio español y pertenecientes a muy diversos sectores empresariales (www.oficinadeapoyo.org).

> Líneas preferentes, convenios y otras vías de apoyo

BBVA está en permanente contacto con asociaciones y colectivos empresariales para el diseño de soluciones financieras cada vez más adaptadas a las necesidades de las pequeñas empresas.

Una línea ya clásica en BBVA es la participación en la comercialización de líneas públicas preferentes del Instituto de Crédito Oficial, entidad pública adscrita al Ministerio de Economía y Hacienda.

BBVA viene desarrollando además otras iniciativas paralelas, como la Línea Agraria (con produc-

Principales líneas Instituto de Crédito Oficial (ICO) formalizadas en 2004

Producto	Destino	Mercado objetivo	Cifras de comercialización
Línea ICO PYMES 2004	Financiación de nuevos activos productivos.	Pymes que tengan menos de 250 trabajadores, que su volumen de negocio anual sea inferior a 40 millones de euros o que su balance general anual no exceda de 27 millones de euros y que no estén participadas, en un 25% o más, por una empresa o conjunto de empresas que no cumpla las características anteriores. Excluye sociedades patrimoniales, empresas públicas, entidades sin ánimo de lucro y ONG's.	El total de fondos dispuestos es de 3.000 millones de euros, de los que BBVA ha formalizado operaciones por un importe total cercano a 716 millones de euros, volviendo a ser la primera entidad financiera por importe formalizado (24% de cuota).
Línea ICO CDTI (Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial) 2004	Mejora y modernización de componentes tecnológicos.	Sociedades mercantiles, sin limitación de tamaño.	El total de fondos dispuestos es de 240 millones de euros, de los que BBVA ha formalizado operaciones por un importe aproximado de 36 millones de euros (15% de cuota).
Línea ICO IDAE (Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía) 2004	Inversión en la implantación de energías renovables y mejora de la eficiencia energética.	Personas físicas y jurídicas, de naturaleza pública o privada, sin limitación de tamaño.	El total de fondos dispuestos es de 100 millones de euros, de los que BBVA ha formalizado operaciones por un importe de 9 millones de euros.
Línea Proyectos Emprendedores del Ministerio de Defensa	Promoción y apoyo de la integración laboral no militar y el autoempleo al personal de las Fuerzas Armadas.	Personas físicas que, tras una trayectoria en la vida militar, se incorporen a la vida laboral no militar y dispongan de un proyecto de inversión viable.	El total de fondos dispuestos ha sido de casi 300.000 euros, de los que BBVA ha formalizado el 30% del total de la línea.
Línea ICO-ICAA (producción cinematográfica)	Financiación de la producción cinematográfica de largometrajes.	Empresas privadas de producción cinematográfica, inscritas en el Registro de Empresas del ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales).	El total de fondos dispuestos ha sido de 32 millones de euros, de los que BBVA ha formalizado el 75% del total de la línea.
Línea Incendios Forestales (Real Decreto 6/2003)	Línea para financiar la reparación de los daños producidos por los incendios acaecidos en Extremadura en 2004.	Personas físicas o jurídicas que hayan sufrido daños como consecuencia de los incendios forestales.	El total de fondos dispuestos ha ascendido a 332.000 euros, de los que BBVA ha formalizado el 21% del total de la línea.

tos financieros y de seguros especialmente adaptados a las necesidades de los pequeños agricultores) y diferentes convenios específicos, entre los que cabe destacar el mantenimiento del acuerdo con CEPYME (para facilitar el acceso de las pymes a nuevas tecnologías) y los firmados con SOGARPO (www.sogarpo.es) y con la Confederación de Empresarios de Andalucía y Crediaval (www.crediaval.es) (ambos con condiciones financieras especiales y asesoramiento a pymes avaladas por las respectivas asociaciones).

Deben mencionarse también otras soluciones especiales para pymes, como los seguros gratuitos ante subidas de tipos de interés, los contratos de *renting* para productos informáticos o los planes de pensiones de promoción conjunta para empleados de pymes y empresarios autónomos, entre los que destaca en 2004 el firmado con NORPYME para el desarrollo de un plan de previsión de empleo (plan colectivo de pensiones) con pymes del País Vasco.

Una atención especial merecen para BBVA los proyectos innovadores de los pequeños empresarios, necesitados frecuentemente de apoyo financiero especial para su materialización, pero también del reconocimiento social que corresponde a proyectos de un gran efecto social y económico y muchas veces desarrollados con recursos muy escasos. Es una línea de actuación en la que son dignas de mención diferentes iniciativas del Grupo en América con claros criterios de RSC:

- El mantenimiento del convenio de BBVA Bancomer con la Secretaría de Economía del Gobierno de México y la Fundación para el Desarrollo Sostenible para la financiación de pymes y microempresas.
- Los ya tradicionales premios al Emprendedor Solidario de Argentina que impulsa BBVA Banco Francés.
- El convenio firmado por BBVA Banco Francés con la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional para la financiación en condiciones preferentes de pymes argentinas.

521 millones de dólares en créditos para las microempresas y pymes mexicanas

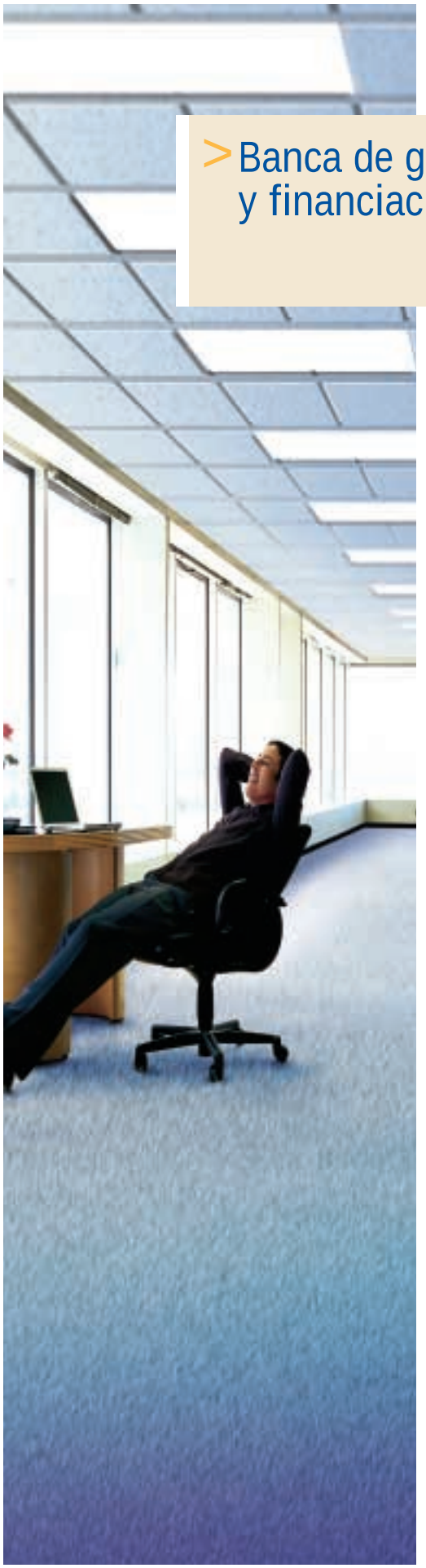
Las pymes en México aportan el 42% del Producto Interno Bruto (PIB) y emplean al 53% de la población económicamente activa. Una de las quejas más frecuentes contra los bancos en México es precisamente que no disponen de créditos adecuados para estas empresas, que en su mayoría tienen que financiarse a través de sus proveedores.
BBVA Bancomer ha puesto a disposición de las empresas más pequeñas 521 millones de dolares a través de la "Tarjeta Negocios Bancomer", un programa de crédito para negocios y personas con actividad empresarial que la institución lanzó en septiembre de 2003. Esta iniciativa se desarrolla conjuntamente con la Secretaría de Economía, que dota de un fondo de garantía a estos créditos con el fin de que puedan ser ofrecidos en condiciones preferentes.

- El Crédito Ecológico creado en 2004 por BBVA Colombia (destinado a financiar proyectos de inversión de impacto ambiental positivo).
- Las diferentes líneas de financiación especial, formación y asesoramiento de BBVA Colombia a pymes, con especial atención a los sectores agrario e industrial y a la actividad exportadora.
- El lanzamiento en 2004 del fondo de inversión Palladium Equity Partners III canalizador de inversiones a empresas hispanas de mediana dimensión en Estados Unidos.

> El microcrédito frente a la exclusión financiera

Son también destacables las actuaciones del Grupo dirigidas al apoyo y fomento de las microempresas, con el objetivo prioritario de facilitar el acceso al sistema financiero a colectivos frecuentemente desfavorecidos que quieren impulsar pequeños proyectos empresariales.

Es un ámbito de trabajo en el que diferentes bancos del Grupo mantienen una notable actividad en América Latina, pudiendo destacarse los casos de BBVA Bancomer en México, BBVA Provincial en Venezuela (con condiciones especiales para empresas de hasta 10 trabajadores y con el desarrollo de un Programa de Formación para Microempresarios en colaboración con la Universidad Metropolitana), BBVA Paraguay (con condiciones especiales para cooperativas agrícolas) o BBVA Colombia. Este último dispone de una línea especial para microempresas no declarantes de impuestos y de otra avalada por el Fondo Nacional de Garantías, que ha incrementado en 2004 en un 135% el crédito a microempresas, concediendo financiación de hasta el 70% de los proyectos presentados. Este programa ha supuesto en el año más de 4.000 millones de dólares, habiendo concedido financiación a más de 2.000 microempresas colombianas.



> Banca de grandes empresas y financiación de proyectos

La actividad de Banca Mayorista cobra gran importancia en la política de responsabilidad social corporativa de BBVA, desde la perspectiva de la incuestionable relevancia que las grandes empresas y los grandes proyectos empresariales tienen en el desarrollo de toda sociedad: en su competitividad, en el dinamismo de su economía y en el bienestar de sus ciudadanos. La adecuada atención de sus necesidades financieras constituye por ello una de las vertientes prioritarias de la responsabilidad empresarial que BBVA asume.

Desde esta perspectiva, la línea de actuación más destacada en este ámbito se centra en la evaluación del impacto social y ambiental de las principales operaciones, tanto en la vertiente de Banca Corporativa como en la financiación de proyectos.

> Banca Corporativa

BBVA dispone de una unidad especializada en satisfacer las necesidades financieras de los 2.000 mayores clientes corporativos de BBVA en todo el mundo. Presente en quince países de cuatro continentes, atiende esas necesidades gracias a un equipo humano, a su vocación de servicio y a su cultura de atención al cliente. Este valor añadido y el grado de satisfacción de los clientes distingue a BBVA de la competencia, dotándole de mayor potencial de crecimiento.

Según el instituto de investigación Inmark, el 97% de las grandes empresas que operan en España trabajan con BBVA y en el 80% mantiene una posición de liderazgo. En el caso de América Latina, BBVA da servicio al 74% de las grandes corporaciones en los mercados latinoamericanos donde tiene presencia, siendo líder en el 43% de las mismas.

BBVA, primer banco español que se adhiere a los Principios de Ecuador

Los Principios de Ecuador son un conjunto de directrices impulsadas por la Corporación Financiera Internacional, agencia dependiente del Banco Mundial, que plantean criterios sociales y ambientales rigurosos en la financiación de grandes proyectos de inversión (*project finance*) en países emergentes. La adhesión a estos principios internacionales supone la evaluación medioambiental y social de este tipo de proyectos antes de conceder la financiación y su posterior seguimiento.
BBVA ha sido, desde mayo de 2004, el primer (y hasta el momento, único) banco español en adherirse a los Principios. Con su adopción, BBVA se compromete a no financiar directamente proyectos de importe superior a 50 millones de dólares que no cumplan los estándares sociales y medioambientales establecidos por la Corporación Financiera Internacional. Para más información, www.equator-principles.com

Además de estar sujetas al Código de Conducta de BBVA, las oficinas españolas y las unidades de producto están sujetas también al Código de Conducta específico del mercado de valores. Este código requiere cumplir con procedimientos para la compra-venta de acciones de sociedades clientes de la unidad o relacionadas, así como el tratamiento confidencial de la información con la que se trabaja. Las oficinas de la red exterior tienen suscritos acuerdos de conducta específicos, como por ejemplo, Londres (The Banking Code), Milán (el Codigo de Conducta de la Asociación Bancaria Italiana), etc.

> Financiación de proyectos

Los grandes proyectos industriales y de infraestructuras llevan aparejados por igual oportunidades y riesgos para las comunidades. Por ello, BBVA integra en el análisis de riesgos de estas operaciones las implicaciones que conllevan desde el punto de vista social (desplazamiento de personas, cambios en el uso del terreno, etc.) y el medio ambiente (impactos sobre la biodiversidad, zonas de especial protección, etc.), atendiendo a sus criterios generales de responsabilidad social corporativa y con el fin de cumplir con los compromisos específicos que el Grupo ha suscrito, como son, entre otros, el Pacto Mundial de Naciones Unidas y los Principios de Ecuador, impulsados por la Corporación Financiera Internacional.

> Principales proyectos de Banca Corporativa Global y de Inversiones con criterios RSC en 2004

Proyectos	Importe BBVA	País
Construcción de presa y central hidroeléctrica	50 millones $	México
Construcción de planta de tratamiento de basura	4 millones €	España
Parques eólicos en Minnesota, Oregon y Washington	28 millones $	EE.UU.
Parques eólicos en España	116 millones €	España
Construcción línea de Metro	14 millones €	España
Construcción depuradora de aguas	16 millones $	México
Concesiones de aguas	40 millones $	Chile
Construcción infraestructura viaria	115 millones €	España
Financiación de otras energías renovables	59 millones €	España

> Objetivos del Milenio

Objetivo	Líneas de actuación y proyectos emblemáticos
Erradicar la pobreza extrema y el hambre	– Crédito Comprador: financiación en condiciones muy favorables para países en vías de desarrollo. – Fondos de Ayuda al Desarrollo (FAD): utilizado en países cuya renta per cápita es inferior a 2.200 dólares. A través de esta vía se financian proyectos de marcado componente social.
Lograr la enseñanza primaria universal	– BBVA "Escuelas para la Paz" en Colombia: programa de acción contra el hambre que busca la eliminación de la vulnerabilidad infantil a través de la mejora del entorno escolar y la implicación de las familias y de las comunidades en las que viven. – Financiación de nuevos equipamientos y material escolar. En 2004 se han concedido créditos en Venezuela por importe de 53 millones de euros.
Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer	– Aplicación en todos los países del Código de Conducta del Grupo BBVA, que declara el respeto a la igualdad de las personas (artículo 3.1.2).
Reducir la mortalidad infantil	– Proyecto CIMA, que consiste en el desarrollo de un centro de investigación de las enfermedades que mayor número de muertes causan en el mundo occidental. BBVA, como accionista del 10% del proyecto, tiene el compromiso de invertir hasta 15 millones de euros.
Mejorar la salud materna	– Financiación de equipamientos y material sanitario que mejoren las condiciones de atención a las mujeres en el parto. Una operación destacable en este ámbito es la financiación en condiciones preferentes otorgada al Consorcio Sanitario de Tenerife por importe de 15 millones de euros.
Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades	– Financiación para la construcción de infraestructuras y el suministro de equipos sanitarios.
Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	– Financiación de energías renovables, gestión de residuos y otras inversiones con efecto positivo en el medio ambiente, como es el caso de la financiación de parques eólicos (82 millones de euros en España) y de depuradoras (16 millones de dólares). – Análisis del impacto social y ambiental en la financiación de las operaciones de *project finance* en países en vías de desarrollo.

> Compromiso de hacer las cosas bien

Una parte importante de los grandes proyectos en los que participa BBVA se ubica en sociedades en desarrollo. Son proyectos, en muchos casos, de una incidencia trascendental para el potencial y la capacidad de desarrollo de los países concernidos. En este sentido, el Grupo se siente especialmente comprometido en el objetivo de apoyar la voluntad de progreso de estos países, sumándose así al esfuerzo colectivo de hacer realidad los denominados "Objetivos del Milenio", planteados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Los Objetivos establecidos en la Declaración del Milenio comprometen a todos los países a tomar nuevas medidas y aunar esfuerzos en la lucha contra los mayores problemas del mundo menos desarrollado. Los Objetivos, así, constituyen una prueba de la determinación de los países en desarrollo para liberar, estimular y canalizar la energía creativa de sus pueblos. Pretenden, además, ofrecer al mundo medios que permitan acelerar el ritmo del desarrollo y evaluar sus resultados.

Claramente, son objetivos que los países afectados no pueden alcanzar por sí solos. Por ello, para llevarlos a la práctica resultan imprescindibles medidas de apoyo de las instituciones públicas y privadas del mundo desarrollado. Entre ellas, tienen una especial relevancia las iniciativas de impulso y financiación de proyectos productivos por parte de las entidades financieras.

Es ésta una línea de trabajo en la que el Grupo BBVA viene realizando numerosas actuaciones. Algunas de las más destacadas se apuntan en el cuadro superior, además de la nutrida labor de sus diferentes programas de acción social en las sociedades en que tiene una presencia más significativa (programas que pueden consultarse en el capítulo "Apoyo a la comunidad").

> Evaluación de riesgos

Como se ha mencionado, los riesgos ambientales y sociales de operaciones singulares de grandes empresas y los proyectos de inversión de gran dimensión se analizan de forma sistemática, y muy especialmente en aquellos proyectos donde también participan entidades supranacionales, como la Corporación Financiera Internacional, el Banco Interamericano de Desarrollo o similares.

> Apoyo a exportadores

BBVA tiene una fuerte vocación de apoyo a las empresas exportadoras. En el mercado español, el Grupo ha financiado una parte muy significativa de las operaciones de crédito a la exportación con apoyo oficial realizadas en España durante 2004, a través del Crédito Comprador (empleado fundamentalmente para países en vías de desarrollo). Igualmente significativa ha sido la actividad del Banco como agente de pagos de los Fondos de Ayuda al Desarrollo (con destino a países de renta per cápita inferior a los 2.200 dólares). La mayoría de estas operaciones tiene un elevado componente social en su destino: infraestructuras básicas para el desarrollo, educación, sanidad, transporte o tratamiento de aguas. De manera creciente, BBVA está extendiendo la actividad de financiación de exportaciones con apoyo oficial a otros países donde tiene creciente presencia, como Francia, Italia, Escandinavia, Alemania y Estados Unidos, entre otros.

La aprobación de estas operaciones exige, por una parte, el Certificado Anticorrupción (como muestra del cumplimiento del Convenio de la OCDE de lucha contra la corrupción en las transacciones comerciales internacionales) y, por otra, el certificado de análisis del impacto ambiental para las operaciones que puedan afectar al medio ambiente.

En cuanto a operaciones de *trade finance* en sentido amplio, el Grupo BBVA ha conseguido situarse como el primer banco mundial por número de operaciones y cuarto por volumen durante 2004, según los datos de Dealogic y Trade Finance Magazine, siendo la primera vez que un banco español alcanza el liderato en este ranking.

> Banca de instituciones

BBVA es plenamente consciente de la relevancia que las instituciones públicas y las entidades sin ánimo de lucro tienen en el desarrollo de las sociedades y en la consecución de mayores cotas de bienestar de las personas. Dedica por eso una particular atención a las necesidades financieras de las Administraciones Públicas en sus diferentes niveles, procurando prestar la mejor asistencia posible a su cada vez más compleja demanda de servicios, en beneficio del óptimo funcionamiento de sus actividades, que redundan de forma muy directa en la calidad de vida presente y futura de los ciudadanos. Asimismo, BBVA concede una destacada prioridad a su relación financiera con las entidades no lucrativas, cada día más importantes frente a muchos de los problemas fundamentales del mundo actual. Labor que complementa con una amplia serie de colaboraciones con este tipo de entidades en materia de acción social, contribuyendo así a hacer realidad proyectos de incuestionable interés general y a materializar una importante faceta de su responsabilidad social.

> Sector Público

La actividad financiadora y facilitadora del Grupo BBVA con el Sector Público es muy relevante en todos los países en que tiene una presencia significativa, pero particularmente importante en el caso de España.

A través de su unidad de Banca de Instituciones, BBVA presta servicios a instituciones públicas y privadas, mediante una red de 41 oficinas, consolidándose como líder del mercado español, en el que el Grupo opera a través de la marca BBVA y del Banco de Crédito Local (BCL), que desde su creación en 1925 es referencia esencial en España en la financiación de las Administraciones Territoriales.

Plan FIDELS

Con la creación del Plan FIDELS (Financiación para el Desarrollo Local Sostenible), el Grupo BBVA pretende impulsar la financiación de proyectos medioambientales en el ámbito de las Administraciones Territoriales.
El objetivo es ayudar a la gestión de Ayuntamientos de ciudades con población inferior a 20.000 habitantes.
Esta actividad pionera en España contribuirá a facilitar que los Ayuntamientos continúen el camino del desarrollo sostenible enmarcado dentro de la Agenda 21 Local, accediendo a información sobre la normativa aplicable, las ayudas disponibles y las actuaciones necesarias para satisfacer el papel de garantes del bienestar de los ciudadanos.
BBVA-BCL contribuye a esta iniciativa con una línea de productos y servicios específicos destinados a financiar y facilitar la implantación de proyectos relacionados con la preservación del medio ambiente y la implantación de la Agenda 21 Local.

> Banca de instituciones (Millones de euros)

Operaciones de largo plazo	2004
Medio Ambiente	77
Infraestructuras	479
Modernización-Nuevas Tecnologías	1
Ahorro Energético	4
Obras y Servicios Municipales	348
Equipamiento - Mobiliario Urbano	2
Sanidad	35
Equipamientos Socioculturales	42
Educación	14
Otros Programas Sociales	57
Refinanciación	565
Otras	586
TOTAL OPERACIONES LARGO PLAZO	2.210

Gobernalia Global Net

Una iniciativa destacada del Banco de Crédito Local para la innovación y el desarrollo tecnológico de las Administraciones Locales ha sido Gobernalia Global Net, que permite el desarrollo de soluciones tecnológicas mediante la adaptación de herramientas desarrolladas por el Grupo o existentes en el mercado.
Estos servicios se prestan a través de un portal especializado dirigido a los profesionales de las Administraciones Locales denominado www.municipia.com o por medio de la creación y renovación de portales en este tipo de administraciones.
Este proyecto incluye asimismo actividades de formación a distancia a través de una plataforma de e-learning.

El Grupo desarrolla una intensa actividad de financiación a las Administraciones Públicas en servicios e infraestructuras en todo tipo de campos (gestión administrativa y económica, nuevas tecnologías, educación, salud, comunicaciones, etc.), con condiciones preferentes plasmadas en multitud de convenios (en muchas ocasiones, con la intervención de organismos internacionales) y contribuyendo así decisivamente a la mejora de los servicios prestados, a la calidad de vida de los ciudadanos, a la eficiencia tecnológica y de consumo de recursos naturales y a la preservación y cuidado del medio ambiente.

Es, por otra parte, una actividad complementada por Banca de Instituciones con una importante labor de asesoramiento, difusión y formación en el terreno de las "mejores prácticas" de cada sector, a través de foros, cursos, jornadas, publicaciones, soluciones informáticas y múltiples actuaciones de diferente carácter.

Entre otras iniciativas especialmente relevantes durante 2004, destacan:

- Formalización de dos nuevas líneas del Banco Europeo de Inversiones (BEI) por importe de 200 millones de euros cada una, para la financiación de proyectos medioambientales de Corporaciones Locales y otras Administraciones Públicas.
- Acuerdo de Colaboración con la Federación Española de Municipios y Provincias para:
  - Incrementar la capacitación profesional del personal de los entes locales.
  - Favorecer la investigación y el intercambio y la difusión de experiencias.
  - Promover la mejora de la calidad de los servicios y la modernización de la Administración Local.
  - Estrechar la colaboración con entidades locales extranjeras.

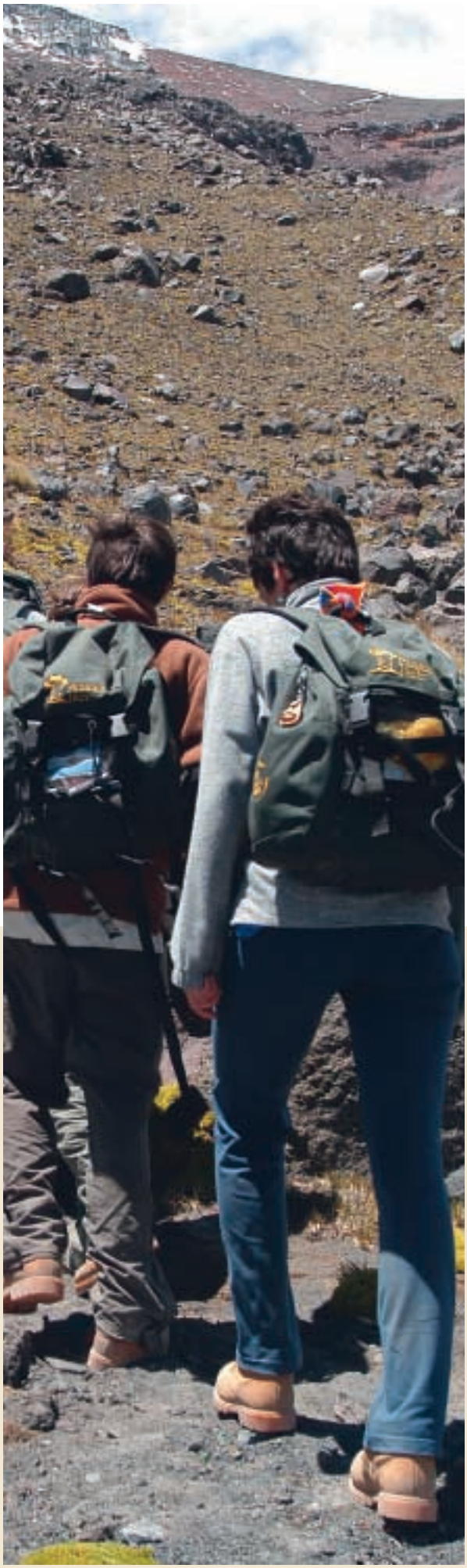
> Organizaciones no gubernamentales

La vocación y el interés que el Grupo BBVA ha mostrado siempre por las inquietudes y necesidades de las llamadas organizaciones no gubernamentales (organizaciones humanitarias, fundaciones y asociaciones sin fines de lucro) le ha conducido a establecer convenios y líneas de colaboración con muchas de las más importantes entidades de este sector, tales 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 su disposición una unidad dotada de especialistas dedicados exclusivamente a desarrollar una banca a medida para este tipo de entidades, con toda la gama de productos y servicios bancarios, entre los que cabe destacar la canalización de flujos de ayudas de la Unión Europea y la búsqueda de fuentes de financiación nacional e internacional, así como facilidades de anticipos a subvenciones oficiales. Para los Programas Europeos, el Banco aporta una central de información y documentación, con orientación preliminar, elaboración de estudios e informes, colaboración en presentaciones y asesoramiento financiero-fiscal.

Por otra parte, BBVA apoya la difusión de la labor de muchas de estas entidades a través de un programa de encartes (que desde 2004 ha adquirido un carácter sistemático y una periodicidad mensual, con más de dos millones y medio de envíos en el año), en la correspondencia bancaria hacia sus clientes, con información de sus actividades, de llamamientos de emergencia o de campañas de captación de socios.



> Participaciones empresariales e inmobiliarias

> Participaciones empresariales

El Grupo BBVA ha estado involucrado tradicionalmente en la financiación e impulso de proyectos empresariales (industriales, agrarios y de servicios) de toda índole, siendo una de las instituciones españolas líderes en la financiación de proyectos de este tipo, que contribuyen decisivamente a la cohesión y el desarrollo económico y social de las comunidades.

Es una línea de actividad a través de la que BBVA influye en las decisiones de inversión de los proyectos en los que interviene y en la que compromete también su voluntad de responsabilidad social corporativa, en la medida en que estos proyectos inciden poderosamente en la calidad de vida de las poblaciones afectadas y en las condiciones ambientales del entorno en que se enmarcan. Su estrategia en este ámbito atiende, en consecuencia, no sólo a objetivos económicos exigentes, sino también al respeto a criterios éticos, sociales y ambientales rigurosos. Un ejemplo de sus preocupaciones en este terreno lo constituye el Centro de Investigación Médica Aplicada de la Universidad de Navarra.

En la cartera de participadas de BBVA figuran compañías de gran relevancia por su compromiso social y ambiental, como es el caso de Gamesa (referente internacional en la fabricación de aerogeneradores), Iberdrola, Telefónica o Repsol (que cotizan en los índices de sostenibilidad más prestigiosos del mundo), entre otras.

> Participaciones inmobiliarias

En 2004, BBVA ha creado una nueva estrategia inmobiliaria con el lanzamiento de la marca ANIDA, que aspira a situarse entre las primeras firmas del

sector inmobiliario español bajo una óptica de compatibilidad de su rentabilidad con una actitud responsable social y ambientalmente, en el marco del Código Ético del área Inmobiliaria del Grupo.

Se trata de un modelo de crecimiento sostenido no especulativo, con un 75% de la cartera invertida en suelo y un 25% en edificación. Para ello, prevé una inversión anual de 250 millones de euros, distribuida entre desarrollo de suelo y promoción residencial.

ANIDA tiene el compromiso de reflejar sus ideas, atributos y valores de la marca a través de acciones tangibles:

- Programa verde de reforestación de bosques españoles, invirtiendo el 0,7% del beneficio neto anual (cifra cercana en 2004 a los 500.000 euros) de la mano de prestigiosas ONG's ambientales.
- Programa de formación para poblaciones próximas a proyectos que permitan acceder a nuevos puestos generados: hostelería, instalaciones deportivas, jardinería, etc.
- Construcción residencial con criterios de sostenibilidad.
- Proceso de ampliación de la certificación de calidad ISO 9000 y de la certificación de calidad ambiental ISO 14001.

Son acciones que buscan tres objetivos:

- Desarrollos urbanísticos respetuosos con el entorno.
- Identificar a ANIDA como compañía líder en términos de protección ambiental.
- Involucrar al equipo de ANIDA en colaboraciones de interés social y ambiental.

Más información en www.anidainmobiliaria.com

BBVA colabora en la creación del Centro de Investigación Médica Aplicada (CIMA)

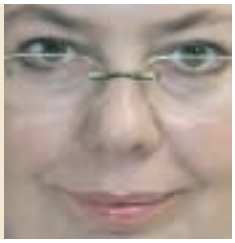
BBVA participa en el proyecto empresarial creado con el fin de poner en marcha el Centro de Investigación Médica Aplicada (CIMA) de la Universidad de Navarra con una participación accionarial del 10%.

Este centro acogerá a más de 350 médicos y científicos que centrarán su labor en la investigación de cuatro líneas prioritarias: oncología, enfermedades cardiovasculares, neurociencias y terapia génica en enfermedades hepáticas.

> Las personas de BBVA

- Una organización con visión de futuro
- Desarrollo profesional y reconocimiento del mérito
- Aprendizaje y desarrollo
- Conducta ética
- Selección y creación de empleo
- Salud y seguridad
- Desarrollo personal
- Asociacionismo

> Una organización con visión de futuro



Las más de 84.000 personas que trabajan en BBVA, materializando su estrategia de crecimiento rentable, han conseguido situarlo como una de las entidades de servicios financieros más eficiente y sólida del ámbito internacional.

> Las personas de BBVA

> Empleados por zonas geográficas

Zona	2004	2003
ESPAÑA	30.765	31.095
LATINOAMÉRICA	51.370	53.100
Argentina	5.223	5.223
Chile	3.524	3.414
Colombia	4.422	4.483
México	27.735	28.388
Perú	2.853	2.851
Puerto Rico	1.082	1.062
Venezuela	5.622	6.127
Resto Latinoamérica	909	1.552
RESTO	1.982	2.002
TOTAL	84.117	86.197

> Empleados por zonas geográficas (porcentaje sobre el total)

Zona	2004	2003
España	36,6	36,1
América Latina	61,0	61,6
Resto	2,4	2,3
TOTAL	100,00	100,00

> Edad de la plantilla (años)

Ámbito	2004	2003
Edad media	38,1	37,8
España	41,6	41,7
América	35,9	35,5

> Años de experiencia de la plantilla

Ámbito	2004	2003
Años de experiencia medios	12,9	13,2
España	18,2	19,6
América	9,7	9,3

> Una gestión orientada a resultados

Las organizaciones son organismos vivos, construidos y operados por y para personas. La gestión de un grupo humano tan rico y diverso como el que integra BBVA tiene como principal reto potenciar su desarrollo profesional y personal, haciendo realidad *La Experiencia BBVA* en la organización.

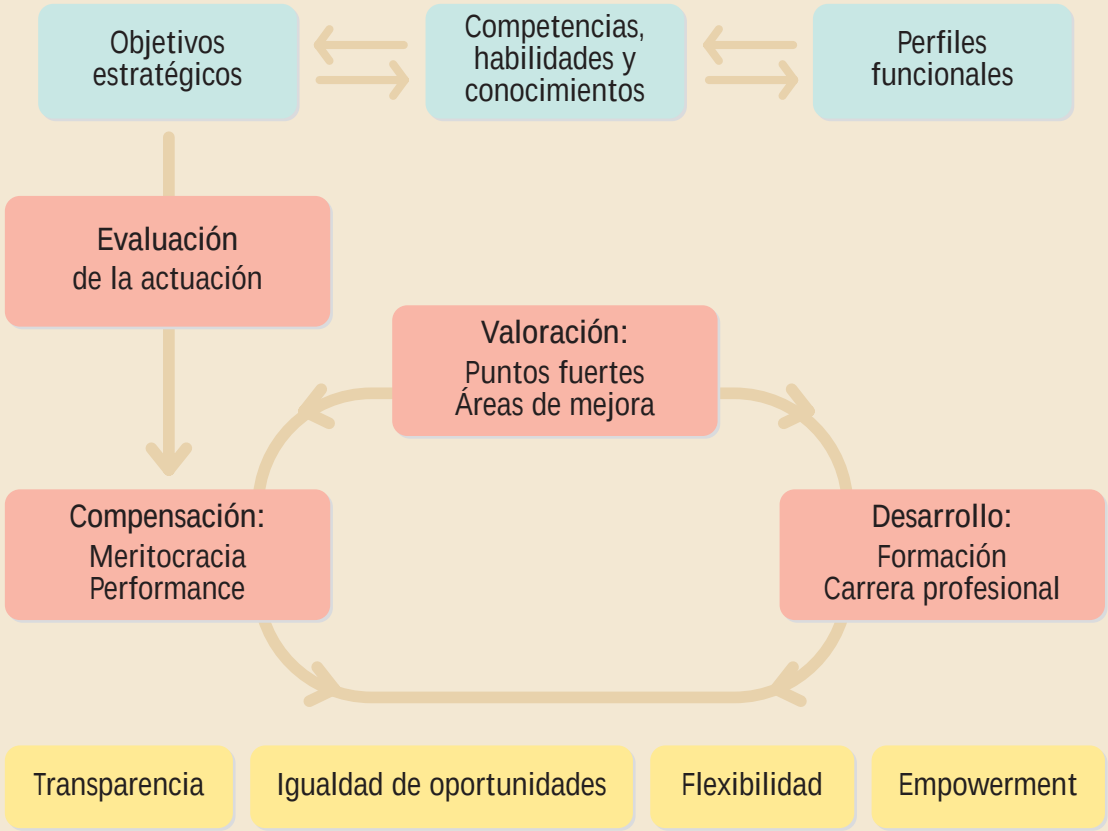
Las políticas de Recursos Humanos son comunes al conjunto de los empleados y se plasman en un modelo de gestión que se fundamenta en tres elementos: los objetivos estratégicos del Grupo BBVA, las competencias y los perfiles funcionales, sobre los que giran las políticas de valoración, desarrollo, evaluación y compensación.

Este modelo está diseñado en consonancia con el principio de la cultura corporativa de *La Experiencia BBVA* "El equipo como artífice de la creación de valor", que se materializa en una serie de compromisos con los empleados:

- Reconocer el mérito, medido por la consecución de resultados, el servicio al cliente y la visión global del Grupo.
- Potenciar el desarrollo profesional y personal, conciliando los intereses del Grupo con los individuales.
- Fomentar el trabajo en equipo dentro de un marco de responsabilidad personal que favorezca la iniciativa y la toma de decisiones individuales.
- Estimular la generación de ideas y la capacidad de implantación.
- Gestionar la diversidad como una ventaja competitiva, asegurando la igualdad de oportunidades y el respeto a todas las personas.
- Crear un clima de confianza basado en una relación abierta, el respaldo al equipo y la comunicación transparente.

Plasmado en un ambicioso programa, el modelo de Recursos Humanos responde así a los compromisos adquiridos por el Grupo con sus profesionales, a la vez que trabaja para que éstos conviertan en conductas habituales dichos compromisos.

El Modelo de Recursos Humanos en BBVA



Uno de los factores claves de la gestión de personas en una organización es su equipo directivo. BBVA ha rediseñado la función directiva, agrupando los puestos críticos en cinco niveles, que en la actualidad están ocupados por 1.729 directivos. La definición de tales puestos se mide por el nivel de ejecución de la estrategia, los recursos gestionados, la autonomía en la actividad y la complejidad de la función. Con ello se ha ganado en capacidad de adaptación a la estrategia y

Encuesta de satisfacción de empleados en España (mediciones bienales, en porcentaje)

Indicador	2003	2001
Satisfacción	60,4	52,4
Motivación	70,7	65,9
Imagen	73,7	70,6
Participación	47,5	38,6

Dos iniciativas desarrolladas por México y Venezuela

Banco	Proyecto	Iniciativa	Actuación
BBVA Bancomer (México)	Gente BBVA Bancomer	Calidad de Vida	Mejorar el ambiente de trabajo y la administración del tiempo.
		Líderes BBVA Bancomer	Fortalecimiento de los líderes.
		Reconociendo tu Valor	Aprendizaje a través del ejemplo y reconocimiento de las personas.
		Talento BBVA Bancomer	Conocer a las personas y desarrollar sus capacidades.
		Ampliando Horizontes	Promover el desarrollo profesional.
BBVA Banco Provincial (Venezuela)	Comunidad Provincial	Fortalecer vínculos con empleados	Programa de apoyo al empleado.
			Plan de Proximidad al Cliente Interno.
		Educación	Programa de formación para empleados sobre prevención integral.
			Talleres para padres sobre formación en valores.
		Deporte y ocio	Plan vacacional para los hijos de los empleados.
			Escuelas deportivas.
		Arte y cultura	Programas culturales y visitas guiadas a la Fundación BBVA Provincial.
		Salud	Operativos médicos y charlas en materia de prevención.
		Medio Ambiente *	Programa interno de sensibilización y reciclaje.
		Social **	Programa de voluntariado.

(*) Iniciativa a ejecutar en el 2005.
(**) Iniciativa a fortalecer en el 2005. En 2004 sólo se ejecutó en el marco del Proyecto Papagayo de la Fundación BBVA Provincial.

se ha favorecido la proximidad entre el equipo directivo (el 2% del total de profesionales) y el resto de las personas que componen la organización.

Para conocer en qué medida este modelo satisface el cumplimiento de compromisos con los empleados, BBVA realiza cada dos años encuestas de clima laboral. Esto permite desarrollar iniciativas de mejora acordes con las necesidades y demandas de los empleados. La última encuesta se realizó en 2003 y muestra una mejora en todos los indicadores.

> Desarrollo profesional y reconocimiento del mérito

Una de las características de las personas y equipos que trabajan orientados al futuro es su hábito y capacidad de aprendizaje. BBVA ha depurado en los últimos años un modelo de aprendizaje basado en el desarrollo de competencias y el reconocimiento del mérito.

> Valoración de competencias

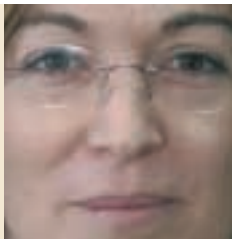
El Modelo de Gestión por Competencias parte de la consideración de que el nivel de desarrollo de las habilidades y conocimientos de los profesionales es decisivo para el rendimiento de la organización y que, por tanto, su gestión sistemática permitirá conseguir mejores resultados. Se basa en el contraste entre los perfiles funcionales –requisitos de cada puesto, tal como lo decide cada unidad– y los perfiles profesionales –de cada persona–, lo que permite identificar las necesidades de cada empleado en todo el Grupo. BBVA tiene un catálogo de 19 habilidades y más de 20 familias de conocimientos. Las habilidades definidas son comunes a todos los profesionales, con variaciones en el nivel requerido por cada puesto. El tipo y nivel de los conocimientos técnicos dependen enteramente de lo requerido por cada función y sirven de base a las distintas áreas de Recursos Humanos para los procesos de selección, formación y gestión de la carrera profesional.

Para el análisis de los perfiles profesionales, el Grupo cuenta con una gran variedad de herramientas, que aglutinan la opinión del propio profesional con la de su responsable. Así, los cuestionarios sobre comportamientos se unen a las entrevistas personales y a la certificación de conocimientos. Además, en el caso del equipo directivo, ejercicios de simulación y entrevistas 180º complementan el sistema de diagnóstico. Es de desta-

car que en el año 2004, el 87% de los colaboradores se ha prestado a opinar sobre el perfil de su responsable (entrevistas 180º).

Todas las personas que integran el Grupo BBVA pueden consultar en la intranet corporativa el mapa de las funciones, lo que dota al modelo de transparencia y permite que cada empleado dirija su desarrollo profesional hacia aquellas funciones más acordes con sus intereses, expectativas y capacidades.

> Aprendizaje y desarrollo



La valoración de competencias es el eje de la entrevista de desarrollo profesional, que cada responsable mantiene con su colaborador, y sirve para definir el Plan de Desarrollo Individual (PDI), en el que se establecen acciones formativas y de desarrollo profesional.

Por eso, la inversión en formación no es retórica en BBVA. Anualmente, esta ambición de mejora se concreta en un plan general de formación, que en 2004 se ha focalizado especialmente en el servicio al cliente y el desarrollo de habilidades, como queda demostrado por estas cifras: las actividades formativas relativas al servicio al cliente han supuesto el 60% del volumen total de la inversión y el 70% de las horas destinadas a formación, lo que supone un incremento del 30% del esfuerzo formativo respecto a 2003 en España.

En 2004, y en promedio, la formación por empleado ha sido de un total de 55 horas en España, un 3,2% de la jornada laboral. Son cifras que sitúan a BBVA a la cabeza del sector, en el que la media es de 37,1 horas por empleado y de un 2,18% sobre la jornada laboral, según las últimas cifras publicadas por el Grupo de Responsables de Formación del Sector Financiero (GREF).

En línea con la orientación al cliente, pautada por *La Experiencia BBVA*, el Grupo viene poniendo a disposición de sus profesionales un catálogo de certificaciones, con objeto de proporcionar al cliente la garantía de profesionales avalados por instituciones de prestigio internacional, y al profesional la empleabilidad y ratificación de sus conocimientos en el mercado. CFA (Chartered Financial Analyst), FRM (Financial Risk Management), CIA (Certificate Internal Auditors), EFPA (European Financial Planning Association) y BULATS (Business Language Testing Service) son las certificaciones que el Grupo ha trabajado en 2004.

Formación en BBVA

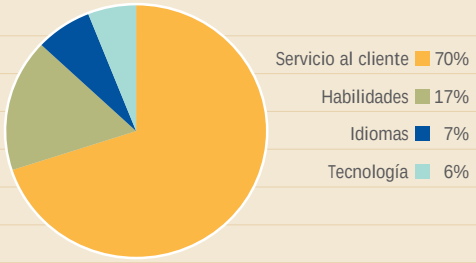
Indicador	2004	2003
Inversión total en formación (miles de euros)	34.315	34.568
Horas de formación impartidas (miles)	3.744	3.700
España	1.639	1.710
América	2.105	1.990
Horas de formación por empleado	45	43
España	55	55
América	40	37
Actividad formativa mediante *e-learning* (porcentaje)	9	9
España	9	9
América	4	4
Evaluación de la satisfacción de la formación (sobre 5)	4,1	4,2

Ejes del Plan de Formación 2004

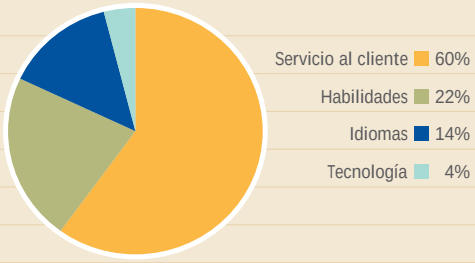
Servicio al cliente	Programas de atención al cliente para más de 15.000 empleados, programas de productos para más de 24.000 empleados y programas orientados a incrementar la agilidad en procesos de atención al cliente para más de 8.000 empleados.
Habilidades directivas	El desarrollo de habilidades en BBVA se realiza desde dos puntos de vista complementarios: los programas de la Escuela de Management, en la que en 2004 participaron más de 1.000 directivos del Grupo (más del 50% procedentes de las unidades de Latinoamérica) y el programa de desarrollo de habilidades, con la participación de más de 11.000 empleados.
Idiomas	La formación en idiomas es básica en BBVA, pues es un elemento clave para atender las necesidades de los clientes en un entorno globalizado. Por ello, BBVA, además de aumentar la actividad en este área, ha aumentado la calidad, mediante la disminución del número de alumnos por grupo y la implantación de nuevos recursos de aprendizaje, y también ofrece la posibilidad de cursos de "inmersión total" a través de su Escuela de Idiomas.
Tecnología	Este área formativa desarrolla programas relacionados con modelos y herramientas de gestión, metodologías de trabajo y productividad y microinformática.

Actividades formativas en 2004

% horas dedicadas



Presupuesto



En este punto, cabe mencionar la posición de liderazgo alcanzado por BBVA en España en certificaciones EFPA. Con 1.956 certificaciones acumuladas hasta el momento, el Grupo se ha situado a la cabeza del sector en número de profesionales con esta titulación. Además, este mismo año se ha iniciado el EFPA nivel II, en el que ya hay matriculados 301 profesionales.

Es de destacar la elección de BBVA entre las diez primeras empresas europeas en el desarrollo del liderazgo de sus directivos, según un estudio elaborado por Hewitt Associates entre 110 grandes empresas de 13 países europeos.

Debe indicarse, finalmente, que BBVA incluye en sus contenidos formativos un amplio espectro de temas relacionados con los derechos humanos.

> Canales para la formación

Toda la actividad formativa de BBVA se realiza a través de tres canales: presencial, a distancia y a través de *e-learning*. La efectividad que ha demostrado la formación a distancia en BBVA se traduce en la puesta en marcha de la plataforma global de *e-learning*, con un modelo homogéneo para todo el Grupo, que se encuentra en implantación de manera progresiva en España, México y Perú, con un alcance de más de 20.000 empleados.

> Gestión del conocimiento

La función de desarrollo y aprendizaje en BBVA se concibe en su más amplio sentido, como una labor extendida, en personas y canales, facilitada tanto por las nuevas tecnologías como por el substrato cultural.

Con esta idea nacen las Comunidades Virtuales, dirigidas al aprendizaje continuo a través del intercambio de experiencias en todo el Grupo. El lanzamiento del Proyecto Cliente, que llevó a la designación en cada oficina de responsables en su implantación –promotores de calidad–, impulsó la creación de una red de intercambio de conocimientos, experiencias, opiniones y métodos de trabajo. El seguimiento de estos foros de intercambio por los distintos responsables de cada zona permite recoger sugerencias que de otra forma sería difícil que llegaran a ser conocidas y en-

> Gestión del conocimiento

Comunidades y foros	2004	2003
Número de foros virtuales en la intranet corporativa	347	169

> Promoción y retribución en el Grupo

Indicador	2004	2003
Personas promocionadas (% sobre plantilla total)	13	26*
Personas con retribución variable (en porcentaje)	53	53
Retribución variable sobre el total de la retribución (en porcentaje)	12	11

* El alto porcentaje de promociones del año 2003 se debe a que la reestructuración del Grupo llevó consigo una gran movilidad de funciones, con asunción de responsabilidades mayores.

Escuela de Negocios BBVA

Es un elemento clave dentro del modelo de gestión de recursos humanos, en el que el desarrollo del talento es uno de los objetivos prioritarios.
Está organizada en tres líneas de trabajo, que dan respuesta al desarrollo de las principales competencias requeridas por el Grupo: Management, Finanzas e Idiomas.
La Escuela de Management, en colaboración con las principales escuelas de negocios internacionales, 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 el momento, 1.092 directivos han participado en sus sesiones.
La Escuela de Finanzas da respuesta a necesidades de conocimiento muy especializado en materia financiera. Directivos y ténicos 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 desarrolla su actividad bajo un sistema de "inmersión total", dirigido al desarrollo de la comunicación en el entorno empresarial.

contrar soluciones a las pequeñas incidencias del día a día.

A raíz de este ejercicio de intercambios, se lanzó la iniciativa de difusión de *Mejores Prácticas* a través de la edición de los CD's "Historias para trabajar mejor" e "Historias Aprendidas con los Clientes", que relatan las experiencias innovadoras de equipos y personas del Grupo, con el doble objetivo de reconocer el mérito de sus protagonistas y ofrecer soluciones replicables para otros profesionales del Grupo.

> Buscando la coherencia entre principios y acción. Políticas de compensación

Las políticas de reconocimiento del mérito en BBVA persiguen la coherencia entre la visión y la acción diaria. Por eso, la retribución de cada profesional del Grupo se basa en la responsabilidad, el perfil funcional y el desempeño. El sistema de compensación es objetivo (resultados medibles), transparente (se puede consultar en la intranet corporativa) y de ámbito global, con variaciones debidas a diferencias en el coste de la vida o de la situación socio-económica particular de los países.

Con el objeto de recompensar la aportación de resultados tangibles, velando por el grado de equidad interna y externa, el grupo dispone de varios tipos de retribución:

- Retribución fija.
- Retribución variable ordinaria.
- Incentivación extraordinaria.
- Acciones e incentivos a largo plazo para el equipo directivo.

La política retributiva traduce la estrategia del Grupo, al medir el cumplimiento de los objetivos de cada profesional, que no son sino una expresión de la misma. El seguimiento de su consecución se realiza mediante el proceso de Evaluación de la Actuación, en el que un 15% depende de la satisfacción de los clientes y un 10% recoge la medida en que los comportamientos de la persona están alineados con los principios de la cultura corporativa.

Así, en materia de compensación, BBVA no sólo cumple con la legislación y los convenios propios del sector, sino que, de acuerdo a distintas encuestas laborales, la retribución del Grupo se encuentra por encima de la media del mercado, comparado con organizaciones similares.

Canales de comunicación en España
(número de comunicaciones anuales)

Canal de comunicación	2004	2003
Crónica	4	4
Adelante	4	0
Buenos Días	236	229
Actualidad	290	132
Canal BBVA	26	29
Actividad	11	11

Foros de *La experiencia BBVA* en España

Indicador	2004	2003
Escuela de Management	30	30
Desayunos	24	9
TOTAL	54	39

Comunicación interna

El Departamento de Comunicación Interna, integrado en el área de Comunicación e Imagen, y el área de Recursos Humanos son los responsables de gestionar los canales de participación y comunicación con las personas que componen el Grupo BBVA, con el objetivo de establecer una relación abierta y transparente, basada en la confianza, la innovación y el trabajo en equipo. La comunicación interna es un elemento de cohesión, que favorece la integración de las diferentes áreas y entidades y está íntimamente relacionada con la gestión de recursos humanos. En BBVA se apoya tanto en la tecnología como en aspectos culturales. La intranet corporativa es el canal principal, aunque no el único, para la difusión de información y para la comunicación permanente y actualizada. Además, es un soporte virtual para el trabajo en equipo y para la reutilización de soluciones de éxito.

Canales corporativos de comunicación y participación de empleados

Accesible a través de la intranet, el Portal del Empleado es uno de los principales canales de comunicación y servicios dirigidos a las personas de BBVA. De una forma interactiva, permite la gestión de procesos y recoge información sobre los distintos sistemas de gestión de Recursos Humanos, nóminas, beneficios sociales y préstamos para empleados, así como el acceso a una amplia oferta formativa por medio del Campus BBVA. A través de este portal, se tiene acceso también al Servicio de Atención al Empleado y al Dossier del Empleado, permitiendo a cada persona la gestión de sus datos personales. Además, es uno de los vehículos de comunicación del modelo y de las políticas de gestión de los recursos humanos en el Grupo.

Los principales canales de comunicación dirigidos a empleados en España quedan recogidos en el cuadro adjunto. Existen canales con contenidos similares implantados en los distintos países

Un canal de comunicación destacado es la sección *"Tribuna"* en el boletín electrónico diario *Buenos Días* sobre el Grupo que se publica en la intranet corporativa. *"Tribuna"* es un espacio reservado a la aportación voluntaria de los profesionales que lo desean, donde no sólo se vierte opinión o información sobre temas relevantes para los profesionales del Grupo, sino donde además se transfiere conocimiento, traduciendo al lenguaje del no especialista cuestiones relevantes de las distintas áreas.

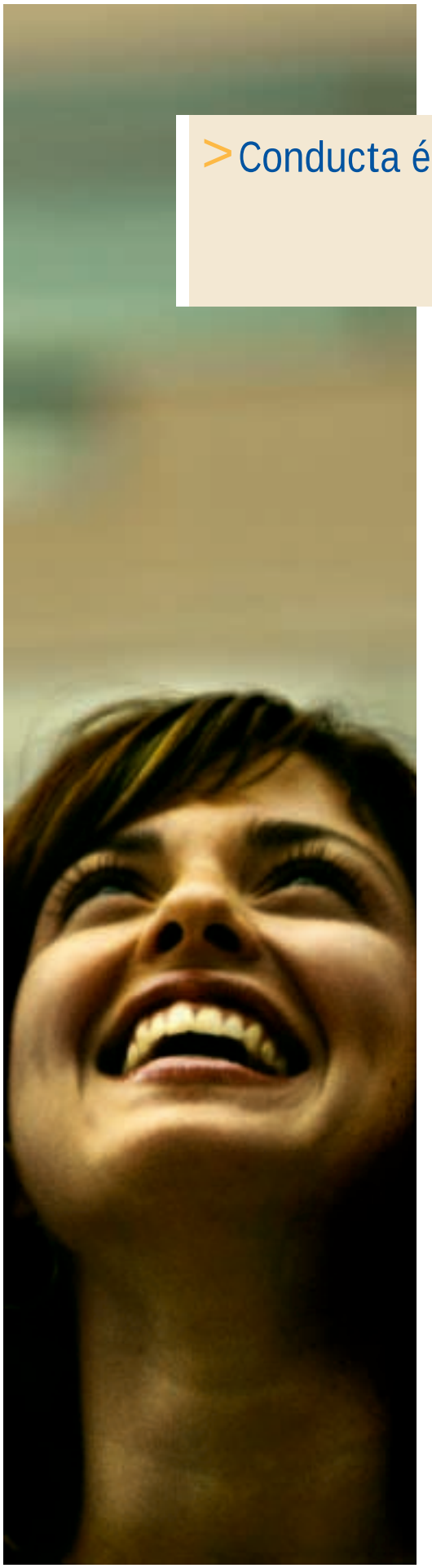
Canales de comunicación en América Latina

País	Canales de comunicación
México	Revista mensual *Enlance* e intranet.
Perú	Boletín mensual *Notas de interés*, revista trimestral *Crónica* e intranet.
Puerto Rico	Boletín semanal *Nuestra Gente*, revista mensual *Entérate* y revista trimestral *BBVA Informa*.
Venezuela	Revista bimestral *Entorno*, carteles semanales *Provisual*, boletín electrónico semanal *Provinfórmate*, boletín mensual *Hechos Noticiables*, otros boletines mensuales dirigidos a distintos grupos de empleados: *Fondos Mutuales*, *Bancaseguros*, *Impulso a la excelencia*.
Argentina	Revista mensual *En Contacto* e intranet.
Colombia	Revista trimestral *Nuevo Horizonte* de AFP Horizonte y *Notiacción* de Banco Ganadero, boletín mensual *Avance* e intranet.
Chile	Revista trimestral *GenteBBVA*, boletín interno *GenteBBVA* e intranet.
Panamá	Revista trimestral *Entorno*.
Andorra	Revista mensual *Activitat*.

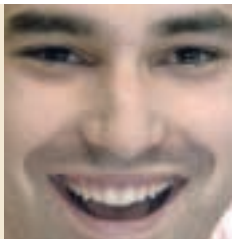
Uno de los canales de comunicación y participación que mayor impacto está teniendo en el Grupo es el constituido por los foros presenciales, que desde el Departamento de Comunicación y Desarrollo de la Cultura Corporativa se han habilitado con el triple objetivo de fomentar la comunicación entre el Comité de Dirección y los profesionales del Grupo, diagnosticar la vivencia de *La Experiencia BBVA* y provocar la respuesta de la organización a las demandas de los profesionales. Estos foros tienen lugar en la Escuela de Management (donde se realizan ciclos que reúnen al Comité Directivo con los directivos y técnicos del Grupo) y en desayunos en grupos reducidos con el Presidente, el Consejero Delegado y el Director de Recursos Humanos. Todos ellos son muy valorados por los profesionales del Grupo por la cercanía, transparencia y confianza que transmiten y como oportunidad de conocimiento mutuo.

La innovación constituye otro compromiso básico de BBVA. Por ello, el Departamento de Innovación y Desarrollo impulsa un canal, *Proyecto Innova*, donde los profesionales del Grupo desarrollan voluntariamente nuevas ideas materializables en proyectos. Se ha consolidado como un pilar básico en la participación de los em- pleados, con

más de 600 propuestas presentadas en España a lo largo de 2004, materializadas en múltiples mejoras y en el lanzamiento de nuevos proyectos.



> Conducta ética



En diciembre de 2003 fue aprobado el Código de Conducta del Grupo, de acuerdo con uno de los principios de *La Experiencia BBVA*: "El comportamiento ético y la integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar la actividad". Su implantación y difusión en todo el Grupo ha tenido lugar en 2004, en paralelo con la puesta en marcha de procedimientos de control que promueven su cumplimiento. Los resultados de este proceso han sido presentados ante el Pacto Mundial de las Naciones Unidas como práctica ejemplar de BBVA.

> Igualdad de oportunidades y no discriminación

BBVA viene desarrollando desde tiempo atrás una política potenciadora de la diversidad y la igualdad. La publicación del Código de Conducta ha supuesto su formalización, haciendo hincapié en el respeto a la legalidad y la más estricta confidencialidad, al mismo tiempo que se promueve la transparencia y la responsabilidad individual y corporativa.

Por lo que respecta a la presencia femenina en el conjunto de la plantilla, en los últimos años se viene consolidando una clara tendencia al aumento, incorporándose a la plantilla de personas de BBVA un porcentaje mayor de mujeres que de hombres.

Diversidad hombres-mujeres (porcentaje)

Indicador	2004 Mujeres	2004 Hombres	2003 Mujeres	2003 Hombres
Media total ponderada	43	57	42	58
España	37	63	36	64
América	47	53	47	53

Nuevos ingresos en España* (porcentaje)

Indicador	2004 Mujeres	2004 Hombres
Porcentaje incorporaciones por sexo	57,4	42,6

* Sólo se puede proporcionar el dato de España, dado que la legislación americana no permite ofrecer datos por sexo en las incorporaciones, no así en la plantilla total.

Mujeres en plantilla por funciones en España (porcentaje)

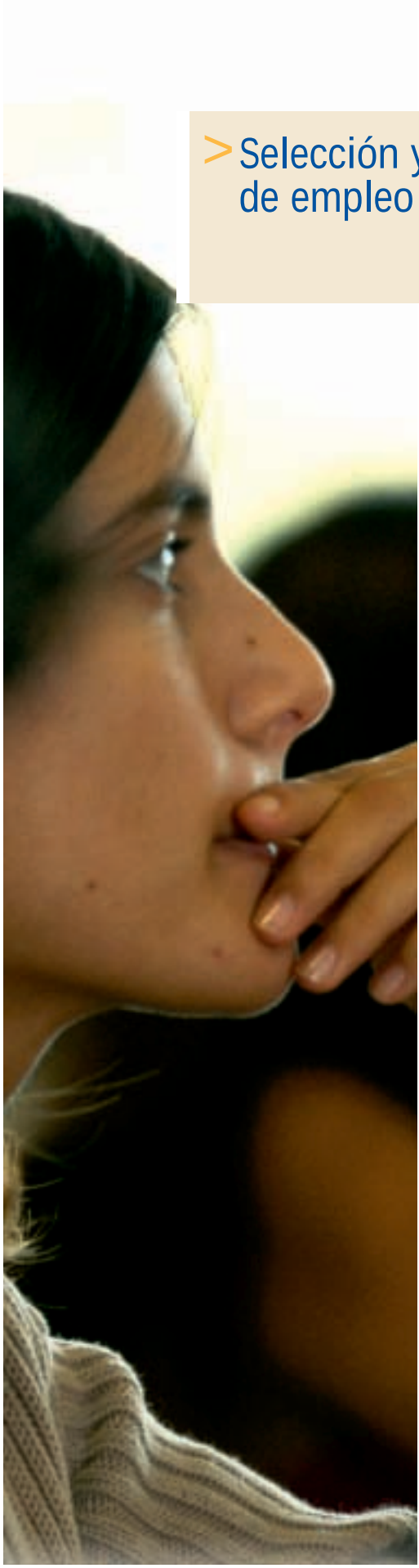
Indicador	2004	2003
Equipo directivo	11,2	11,1
Técnicos	34,4	33,5
Administrativos	43,8	43,4
Servicios generales	18,6	19,1

Asistencia a empleados en la resolución de conflictos

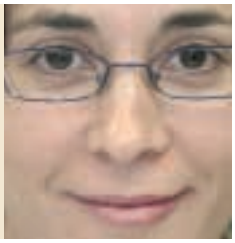
Desde el área de Recursos Humanos, se facilita asistencia a las personas de BBVA con el fin de contar con asistencia legal a empleados en áreas y empresas del Grupo sobre derechos y deberes derivados de las relaciones de trabajo, internas y frente a terceros, propiciando la resolución de conflictos.

Asimismo, se difunde y promueve el conocimiento y el riguroso cumplimiento de la legislación laboral, a fin de evitar eventuales incumplimientos 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, otorgando especial relevancia a su aspecto preventivo, con reconocimiento de los derechos y garantías del trabajador, desarrollando al tiempo una política constante de rehabilitación.



> Selección y creación de empleo



Captar el mejor talento representa uno de los retos más importantes de BBVA. El Grupo busca de forma permanente profesionales de calidad que compartan los valores de la cultura corporativa y que respondan a un perfil global: polivalentes, con iniciativa, orientados al cliente, que crean en el trabajo en equipo, con capacidad de adaptación y con confianza en sí mismos.

BBVA cuenta con una política de selección global. La gestión del proceso de selección de candidatos se lleva a cabo mediante una novedosa herramienta, "*e-preselec*", que incorpora directamente a una base de datos los currículos cumplimentados por los candidatos a través de la web corporativa y que, en una primera fase, ya ha sido implantada en varios bancos del Grupo. Posteriormente, los candidatos pasan una serie de pruebas elaboradas por BBVA, de acuerdo a las necesidades del Grupo y a las características de cada perfil funcional. Todo lo anterior permite garantizar que el proceso de selección sea objetivo e igualitario para todos los candidatos, con el único requisito de contar con las habilidades corporativas y los conocimientos técnicos apropiados.

Para velar por la equidad y la transparencia en el proceso de selección, el Grupo cuenta con un estricto Código de Actuación, que incluye el respeto a la igualdad de oportunidades, objetividad, confidencialidad y garantía de información al candidato.

BBVA busca la retención del talento: personas que quieran progresar con el Grupo, desarrollando una carrera profesional enriquecedora personal y profesionalmente. Para ello, BBVA cuenta con un Plan de Bienvenida para las nuevas incorporaciones al Grupo, que incluye en la mayoría de los casos un completo plan de formación que combina formación presencial y a distancia, así

como un *kit* de acogida, en soporte papel, que introduce al recién llegado *La Experiencia BBVA* y las políticas y estructuras corporativas.

> Empleo joven

La voluntad del Grupo por ser primera opción para los mejores talentos se manifiesta en los distintos canales de convocatoria con los que cuenta: la página web corporativa de BBVA (publicación de ofertas y recogida permanente de curricula), los medios de comunicación y los "viveros de talento" que visita de forma habitual (escuelas de negocios, universidades públicas y privadas) permiten a la vez difundir las ofertas de empleo en el Grupo y seleccionar los ámbitos de difusión.

> Becarios

BBVA colabora activamente en la formación de universitarios para facilitar su inserción profesional mediante un programa de becas para realizar prácticas formativas, teniendo firmados convenios con más de 50 universidades e instituciones académicas españolas.

Las becas tienen una duración de entre 3 y 6 meses, y 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 le pide su valoración –la nota media de 0 a 10 en el último año es de 8,5–. El número de becarios en España ha pasado de 175 en 2003 a 325 en 2004. Adicionalmente, en 2004 se ha firmado un acuerdo con el Centro de Recursos Educativos de la ONCE para introducir becarios con discapacidades.

> Inserción laboral de discapacitados en España

BBVA desarrolla diversos procesos de selección en colaboración con fundaciones y asociaciones que atienden a estos colectivos (como FUNDOSA, ADECCO y ATAM), con el objeto de incorporar candidatos que cumplan con el perfil solicitado, fundamentalmente para puestos en la red de oficinas.

> Nuevas incorporaciones al Grupo

Zona	2004	2003
España	1.370	1.429
América	1.132	1.018
TOTAL	2.502	2.447

> Presentaciones de la oferta de empleo BBVA en España

Actos	2004
Nº de presentaciones en Universidades	19
Nº de presentaciones en Escuelas de Negocios	6
Nº de Foros de Empleo	11

> Salud y seguridad

La salud es parte del bienestar de las personas que trabajan en BBVA y una de las preocupaciones principales de la responsabilidad social corporativa del Grupo. Los esfuerzos prioritarios se centran en labores preventivas y de formación e información sobre hábitos de vida saludables que disminuyan los riesgos de enfermedad o accidente laboral, garantizando también la seguridad física de los clientes en el uso de sus instalaciones.

BBVA cuenta con una unidad específica en materia preventiva: la Dirección de Salud Laboral, integrada en el Área de Recursos Humanos y Servicios, con tres áreas de trabajo:

- Medicina del Trabajo. Este servicio encuadra personal médico y sanitario especializado, centrado en la vigilancia de la salud de los empleados.
- Área Técnica de Prevención. Abarca las especialidades de seguridad, higiene industrial y ergonomía y psico-sociología aplicada.
- Entidad colaboradora médica.

Todas ellas cuentan con especialistas distribuidos en diferentes núcleos, con el fin de garantizar una adecuada coordinación de la acción preventiva.

La coordinación de los diferentes servicios y prestaciones con los que cuenta BBVA en España se impulsa a través de comités relacionados con la prevención de la seguridad y la salud de los trabajadores. Estos comités se ampliarán a lo largo del año próximo a otros países de América, ya que han mostrado su potencial como canales propulsores de la salud y de la prevención de riesgos laborales:

- Comité Estatal de Salud y Seguridad (CESS).
- Comité de Seguridad y Salud para edificios singulares (CSS).

Estos comités son fruto del acuerdo entre BBVA y los sindicatos desde 2001 y despliegan su acción a través de Comités de Seguridad y Salud

Principales áreas de riesgo y respuestas adoptadas por BBVA

Áreas de riesgo	Tipología	Principales respuestas	Grado de realización
Instalaciones	Materiales y calidad del aire interior	– Nueva morfología de oficinas	Realizado
		– Plan de renovación de edificios singulares	80% realizado
	Emergencias en caso de incendio o accidente grave	– Planes de autoprotección y evacuación	Realizado
		– Protocolos de notificación de accidentes	Realizado
Ergonomía	Diseño del puesto de trabajo	– Supervisión del cumplimiento de la normativa referida al mobiliario de oficinas	En continuo desarrollo
		– Guías técnicas de prevención de riesgos laborales	Realizado
		– Manuales de medidas preventivas	Realizado
	Cambio de equipos ofimáticos	– Sustitución de 25.000 pantallas a tecnología plana TFT	Finalización estimada en primer trimestre de 2005
	Visualización de la información	– Proyecto NACAR: aumento en tamaño de letra en la visualización de las pantallas de ordenador y aprovechamiento máximo de la pantalla	Finalización estimada en primer trimestre de 2005
Salud preventiva	Hábitos de vida saludables	– Campaña contra el tabaquismo	Realizado
	Prevención de enfermedades	– Campaña de reconocimientos médicos	Realizado anualmente
		– Campañas de vacunación antigripal	Realizado anualmente
		– Evaluación de riesgos en mujeres embarazadas	Realizado
		– Consejos médicos intranet	Realizado
		– Entidad colaboradora médica	Realizado
Información y formación	Información	– Guías y manuales	Realizado
	Formación	– Cursos *on-line*	Realizado
Participación	Participación de las personas de BBVA en comités de prevención	– Despliegue de la participación sindical en la gestión de la prevención de riesgos laborales	Realizado

Horas de trabajo perdidas en España

Indicador	2004	2003
Horas de trabajo perdidas por enfermedad	2.021.460	2.003.701
Accidentalidad (horas no trabajadas, derivadas de accidente laboral)	71.631	76.776

en los centros con más de cien empleados. En España se cuenta también con 76 delegados territoriales de Prevención de Riesgos Laborales, distribuidos por las diferentes unidades territoriales del Banco. El Comité Estatal de Seguridad y Salud tiene la consideración de órgano paritario y colegiado y canaliza y asume las facultades de consulta y participación de los trabajadores en todas las materias relacionadas con la prevención de los riesgos laborales en la empresa. Está integrado por 22

Ergonomía. Medidas preventivas

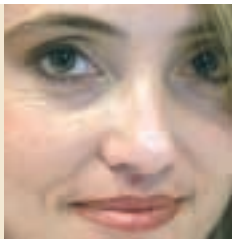
En el Portal de Salud del Empleado, las personas de BBVA cuentan con guías que tratan de promover hábitos y posturas corporales para evitar la fatiga o el daño muscular. En ellas se pueden encontrar consejos sobre la forma correcta de situarse en el puesto de trabajo, fortalecimiento muscular, la forma de prevenir lesiones de espalda o cómo cargar peso en el caso de tener que hacerlo. Todo el mobiliario de oficinas ha sido supervisado por el Departamento de Salud Laboral para asegurar que cumple con la homologación y la normativa vigente.
Se está procediendo a la sustitución de las pantallas CRT de

miembros, de los cuales 11 representan a la empresa y 11 son delegados de Prevención elegidos de entre los representantes de los trabajadores.

Auditoría Interna realiza en las visitas a oficinas pruebas para verificar si se cumple con la legislación laboral en lo referente al mantenimiento de la documentación exigida en materia de prevención de riesgos laborales. De otro lado, en 2004 BBVA ha superado una auditoría externa e independiente de su Sistema de Prevención de Riesgos Laborales.

tubo existentes en la red de oficinas por pantallas planas TFT de 15" y 17", afectando a más de 25.000 pantallas en toda España. Los beneficios esperados son la mejora en la visualización de las pantallas y la adaptación a las nuevas tecnologías de monitores, lo que conllevará menor consumo de energía, ahorro en aire acondicionado y menor fatiga en el puesto de trabajo. Ha supuesto la compra de más de 22.000 nuevas pantallas TFT de 17" homologadas, estimándose que el proceso de sustitución de pantallas finalice en el primer trimestre de 2005.

> Desarrollo personal



Para BBVA es prioritario contribuir al desarrollo personal de todos sus profesionales. El cumplimiento de las inquietudes y expectativas de las personas de BBVA forma parte del estilo de gestión generador de entusiasmo que define la organización como hecho diferencial.

Desde el entorno laboral, se han definido como principales aquellas áreas de acción que:

- Avancen hacia una mayor conciliación entre la vida laboral y familiar.
- Establezcan programas de apoyo a las familias de las personas de BBVA.
- Promuevan la participación de las personas de BBVA en iniciativas sociales.

> Beneficios sociales

Los beneficios sociales varían dependiendo del país y de la procedencia del colectivo de empleados. En España, si bien se han alcanzado acuerdos colectivos muy importantes en distintas materias laborales, todavía está pendiente el acuerdo sobre tratamiento común de las distintas condiciones existentes en beneficios sociales, atribuíbles a las regulaciones de las entidades de procedencia previas a la configuración del Grupo.

Con carácter general, los principales beneficios sociales de que disponen los empleados del Grupo BBVA en España son:

- Ayuda de estudios para hijos y familiares de empleados.
- Ayuda para empleados con hijos u otros familiares disminuidos a su cargo.
- Bolsas complementarias de vacaciones.
- Préstamos, créditos, tarifas y condiciones bancarias especiales.
- Vales de economato.
- Fondo Asistencial, constituido para atender si-

tuaciones especiales, tales como atenciones médicas excepcionales y situaciones familiares graves que no son protegidas por la Seguridad Social.
- Obsequio de Navidad.
- Apartamentos y residencias de vacaciones.
- Premios de antigüedad.
- Seguros de vida.

> Conciliación de la vida laboral y familiar

Durante el período de vida profesional activa, una gran parte del tiempo de los profesionales de BBVA discurre en el entorno laboral. Por otra parte, la incorporación de la mujer al trabajo ha motivado un cambio social muy importante, haciéndose necesario configurar un nuevo escenario capaz de ofrecer soluciones desde las familias, pero también desde las empresas.

La problemática es compleja y se debe abordar desde diferentes puntos de vista. Desde BBVA se desea colaborar en este reto, poniendo en marcha una serie de medidas que favorezcan:
- Los permisos por maternidad y paternidad, sin que ello afecte negativamente a las posibilidades de acceso al empleo, a las condiciones del trabajo y al acceso a puestos de especial responsabilidad de las mujeres.
- Facilitar que los hombres puedan ser copartícipes del cuidado de sus hijos desde el mismo momento del nacimiento o de su incorporación a la familia.

> Plan Familias BBVA y otros programas para el entorno familiar

En febrero de 2004, el Presidente de BBVA presentó el Plan de Acción en la Sociedad – Plan Familias BBVA, que, entre sus diferentes programas de actuación, incluye programas dirigidos al entorno familiar de los empleados:
- Formación en el entorno familiar.
- Programas de fomento del voluntariado.

El primero contempla la ampliación de programas de formación *on-line* para las personas de BBVA en sus hogares, que integran tanto contenidos de desarrollo profesional como cursos especiales para el ámbito familiar. Dentro del catálogo de formación en familia se destacan:
- English for Kids.
- Cómo estudiar mejor.
- Comunicación en familia.
- Medio Ambiente.
- Relaciones interpersonales.
- Vínculo cliente.

En este ámbito, deben destacarse también dos iniciativas de BBVA Banco Provincial en Venezuela: el impulso a los talleres para padres sobre formación en valores y los Campamentos Vacacionales, en los que se brinda a los hijos de empleados actividades recreativas, deportivas y culturales, y se les acerca al conocimiento de diferentes regiones, su cultura y folclore. Además, los hijos de empleados participan junto a sus padres en eventos dirigidos a la prevención del tráfico y consumo de drogas.

Algunos datos relevantes sobre beneficios sociales

- La asignación para el año 2004 del Fondo Asistencial ha sido de 946.810 euros.
- El número de personas que se han beneficiado del uso de las residencias de descanso ha sido de 5.548 titulares y 8.108 familiares.
- El número de empleados que han disfrutado con sus familiares de apartamentos subvencionados en parte por BBVA durante 2004 ha sido de 953.

BBVA Bancomer.
Voluntariado a través de los Centros de Capacitación

El objetivo del Grupo Voluntariado BBVA Bancomer es proporcionar un servicio social voluntario a comunidades de escasos recursos, impartiendo cursos que permitan adquirir conocimientos y actitudes que promuevan el desarrollo personal y familiar, mejorando la calidad de vida. Este voluntariado se desarrolla en gran medida gracias a la colaboración de los empleados y sus familias.

El programa se inició en 1984 en la Delegación Magdalena Contreras, en el Distrito Federal, con siete voluntarias y 20 alumnos. En la actualidad, son casi 300 personas las que trabajan por todo el país, proporcionando servicios sociales voluntarios a comunidades de escasos recursos e impartiendo cursos.

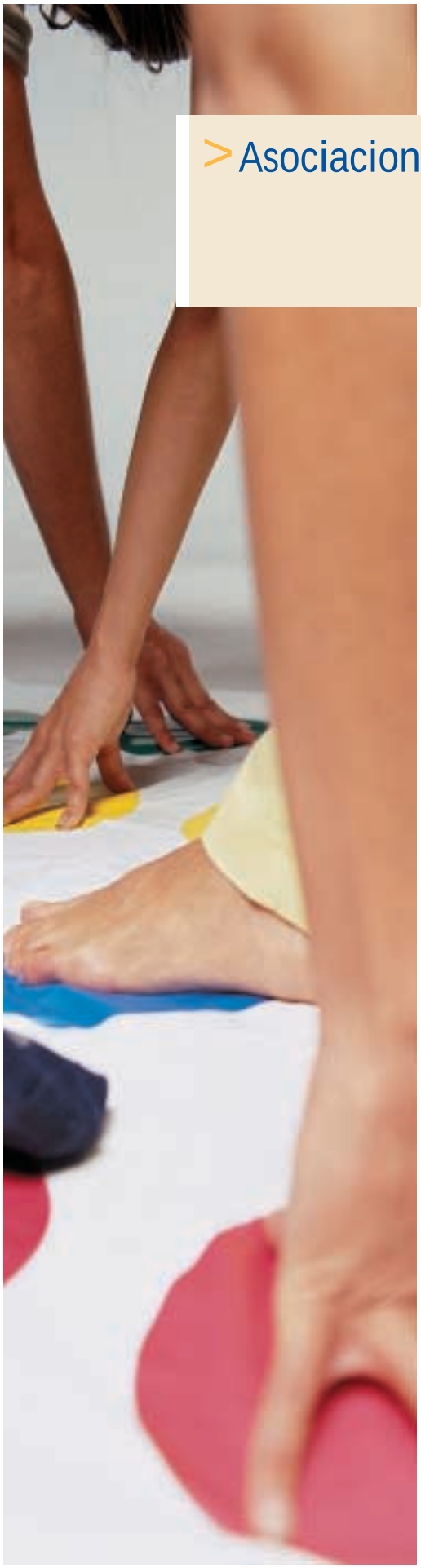
En el marco de este programa, la Fundación BBVA Bancomer invirtió 2.900.000 pesos mexicanos en 2004 en labores de capacitación y educación de adultos en los 24 centros de capacitación integral que mantiene, en los que se forma a más de 3.200 adultos en cursos de alfabetización, educación básica (primaria y secundaria) y formación profesional. Se dirigen a personas de escasos recursos que no han tenido acceso a una educación adecuada o que quieren aprender un oficio. Hasta la fecha, un 8% de los alumnos han abierto pequeños negocios después de pasar por los centros de capacitación. En los centros también se trabaja con 305 menores de edad, a quienes se les imparte formación en valores.

Por otra parte, la Fundación BBVA Bancomer ha impulsado la creación del portal de Internet (www.hacesfalta.org.mx), que trata de promover la acción voluntaria en México a través de la colaboración ciudadana en iniciativas de interés social.

En cuanto al segundo programa del Plan Familias, incluye acciones formativas e informativas (curso de voluntariado *on-line* e información sobre ONG´s y campañas humanitarias). Se proyecta, además, un nuevo programa de voluntariado en 2005.

Pero al margen del Plan, el compromiso social de los profesionales de BBVA es alto. Muchos de ellos se encuentran muy cercanos a problemas sociales y llevan a cabo un papel importante en las comunidades a las que sirven. Esta vinculación ha dado lugar a programas de fomento del voluntariado que permiten a las personas de BBVA participar en iniciativas sociales de sus comunidades, compartiendo su tiempo con aquellos que más lo necesitan.

De particular interés son diversas iniciativas en este ámbito en diferentes entidades del Grupo en América Latina: México, Argentina, Colombia, Panamá, Perú (en el que BBVA Banco Continental desarrolla un programa en colaboración con la Asociación de Jubilados del Banco), Puerto Rico y Venezuela. En este último caso, y además de los programas que desarrolla la Fundación BBVA Provincial, el Banco lanzará un nuevo programa mucho más ambicioso en 2005.



> Asociacionismo

El Código de Conducta del Grupo establece que BBVA desarrolla su actividad sin interferir, condicionar o influir en el pluralismo político de las sociedades en las que está presente. En consecuencia, las relaciones con los partidos políticos, organizaciones sindicales y demás actores básicos de la vida social se rigen por el principio de legalidad, respetando y aplicando el ordenamiento jurídico y las normas internas que a tal efecto se pudieran desarrollar. En este sentido, BBVA respeta plenamente la libertad de asociación y la actividad sindical. Algo que el Grupo ratifica con su sintonía con los valores defendidos por la Organización Internacional del Trabajo y su adhesión explícita al Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

A través de diferentes mecanismos, las asociaciones sindicales obtienen información y participan de decisiones importantes de la política laboral de BBVA, con el fin de asegurar los principios de transparencia, concurrencia y contraste, garantizando también información sobre las decisiones de inversión y desinversión de relevancia.

Respetando las diferentes regulaciones de cada país, las políticas y principios corporativos se establecen para todo el Grupo. BBVA y las representaciones sindicales han creado en 2004 un Comité de Empresa Europeo, en el marco de la regulación vigente en aquellos países del Espacio Europeo en los que el Grupo está presente.

Respecto a América Latina, en diciembre de 2001 se firmó un acuerdo de intenciones con las representaciones sindicales con el objetivo de posibilitar la presentación de ideas e iniciativas que incidan en una evolución positiva de las relaciones laborales, en un clima de consenso y máxima concordia.

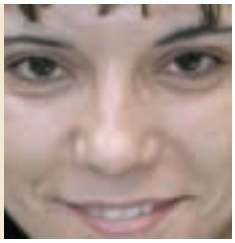
Asociaciones sindicales en el comité de empresa BBVA en España

Concepto	2004	2003
Número de asociaciones representadas en el Comité de Empresa	11	11

> Gestión sostenible de los recursos

> Indicadores clave de desempeño ambiental
> Compromiso de gestión sostenible
> Sistema de Gestión Ambiental
> Ecoeficiencia en el consumo de recursos naturales
> Cambio climático y pérdida de la biodiversidad
> Impacto ambiental indirecto. Gestión de riesgos
> Formación y sensibilización ambiental

> Indicadores clave de desempeño ambiental



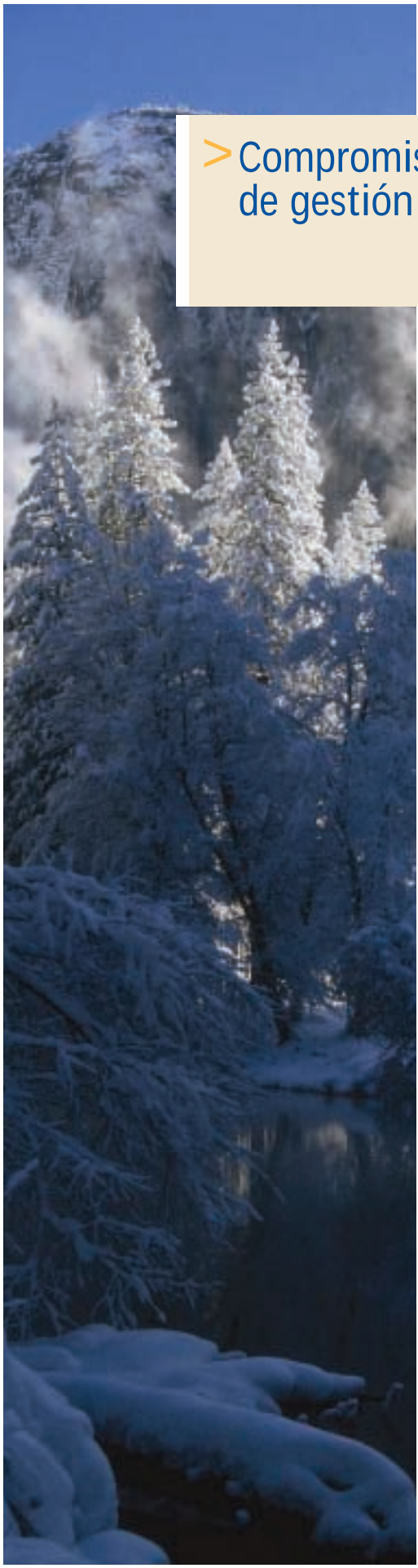
> Indicadores clave del Sistema de Gestión Ambiental

Indicador	Unidad	2004	2003	Δ% sobre año anterior	Objetivo 2005
INDICADORES DE EFECTO DIRECTO: ECOEFICIENCIA					
CO_2 emitido/empleado	tn	3,7	3,7	1,9	sí
Electricidad consumida/empleado	kwh	7.565	7.173	(5,7)	sí
Agua consumida/empleado	m^3	53,2	52,6	1,3	sí
Papel consumido/empleado	kg	130,4	116,8	8,0	sí
Papel A4 reciclado sobre A4 consumido España	%	98,5	98,6	(0,1)	sí
Papel ecológico sobre total consumido España(1)	%	99,2	99,4	(0,2)	sí
Papel ECF sobre total papel consumido	%	100,0	100,0	0,0	sí
Toners enviados a reciclar(2)	kg	26.765	19.976	34,0	sí
Equipos informáticos enviados a reciclar(2)	kg	33.880	–	–	sí
INDICADORES DE EFECTO INDIRECTO					
Proveedores homologados	%	92,3	50,7	82,1	sí
Compras homologadas ambientalmente	%	69,2	38,0	82,1	sí
Operaciones analizadas por riesgo ambiental	nº	5.397	–	–	no
Operaciones denegadas por riesgo ambiental	nº	5	–	–	no
Total riesgo Kioto(3)	%	4,3	–	–	no
Financiación de energías eólicas(4)	millones €	138,8	89,1	55,8	sí
Fondos de inversión socialmente responsables	millones €	932,6	784,0	19,0	no
Fondos de inversión socialmente responsables respecto al total de fondos de inversión gestionados	%	1,8	1,7	6,4	no
Total mecenazgo ambiental	millones €	5,0	3,1	64,6	sí

Indicador	Unidad	2004	2003	Δ% sobre año anterior	Objetivo 2005
INDICADORES DE GESTIÓN AMBIENTAL					
Avance del Sistema de Gestión Ambiental(5)	–	medio	nulo	–	sí
Comités de Medio Ambiente celebrados	nº	1	1	0,0	sí
Objetivos ambientales por país	sí/no	sí	no	–	sí
Especialistas ambientales a tiempo completo	nº	2	0	–	sí
Formación ambiental	horas	1.331	0	–	sí
Boletines internos sobre medio ambiente	nº	10	0	–	sí
ISO 14001(6)	nº	4	5	(20,0)	sí
Multas, demandas o incumplimientos legales	nº	0	0	–	no
Mejora en la aplicación de los Principios Ecuador	sí/no	no	–	–	sí

Unidades: (tn) toneladas; (kwh) kilovatios hora; (m^3) metros cúbicos; (%) porcentaje; (kg) kilogramos; (nº) número.

(1) Papel ecológico incluye el papel reciclado 100% y el papel ECF libre de cloro elemental.
(2) Con certificado por cada entrega a empresa autorizada y certificada ISO en España.
(3) Estimación de la financiación del Grupo en sectores regulados por el Real Decreto 1866/2004, de 6 de septiembre de 2004, por el que se aprueba el Plan Nacional de Asignación de Derechos de Emisión, 2005-2007, expresado en porcentaje sobre la financiación total.
(4) BBVA es el primer financiador en España de energía eólica instalada. Durante los últimos cinco años BBVA ha participado en la financiación de 2.303 MW por importe superior a los 1.468 millones de € y de 205 millones de US$.
(5) El Sistema de Gestión Ambiental ha dado durante 2004 sus primeros pasos. Se espera que durante 2005 este sistema basado en la ISO 14001 avance sustancialmente en todos sus campos.
(6) Durante 2004 se ha modificado el planteamiento de certificaciones ISO 14001, tendiendo a hacer de ésta una herramienta de gestión. En 2005 se espera sustituir los actuales certificados por otros de mayor alcance y sentido estratégico.



> Compromiso de gestión sostenible

El Sector Financiero puede desempeñar un papel relevante en el impulso de un desarrollo sostenible. La influencia principal del sector radica en su propia actividad financiera, más allá de la ecoeficiencia en los recursos que emplea. Compartiendo esta convicción, BBVA desarrolla un modelo de gestión que incorpora la dimensión ambiental en la toma de decisiones de negocio, especialmente en aquellas áreas de trabajo con mayor impacto potencial.

Con el objetivo de compatibilizar las dimensiones económica, social y medioambiental de manera armónica y equilibrada, el compromiso específico de BBVA con el medio ambiente pivota sobre tres pilares: el cumplimiento estricto de la normativa vigente, un comportamiento responsable en la actividad diaria y una influencia proactiva en el comportamiento de sus grupos de interés. Este triple compromiso, a su vez, se materializa en siete áreas de actuación prioritarias:

- Establecimiento de objetivos de calidad y eficiencia relativos al medio ambiente y al uso de los recursos naturales, trabajando en el desarrollo de iniciativas conducentes a disminuir la huella ecológica negativa de sus actividades.
- Aplicación de criterios ambientales en el análisis de riesgos de las operaciones financieras, diseñando y poniendo en marcha criterios de evaluación del riesgo, impulsando productos financieros que promueven mejoras ambientales y desarrollando iniciativas de inversión ambientalmente responsable.
- Involucración proactiva en proyectos de conservación y mejora ambiental de clientes, facilitando canales de participación en iniciativas de mejora ambiental y constituyendo alianzas que generen mejoras ambientales cuantificables.

Foros, iniciativas y estándares emergentes

UNEP-FI	Desde 1998, BBVA forma parte de esta iniciativa conjunta entre el Programa de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente (PNUMA) y el sector financiero. Su objetivo es el de promover las mejores prácticas medioambientales y de sostenibilidad a todos los niveles de la operativa de las instituciones financieras.
	BBVA forma parte de los grupos de trabajo "América Latina" y "Reporting de Sostenibilidad". Este último está elaborando un suplemento sectorial para entidades financieras de indicadores medioambientales para Global Reporting Initiative (GRI) (www.unepfi.net).
Global Reporting Initiative	Colaboración en la elaboración del suplemento de indicadores medioambientales para entidades financieras y fomento del uso de GRI como estándar básico de información de sostenibilidad a nivel internacional.
Principios de Ecuador	BBVA es miembro desde 2004 (www.equator-principles.com).
AENOR	BBVA ha participado durante 2004 en el grupo de trabajo de la revisión de la Norma de Análisis y Evaluación del Riesgo Ambiental, UNE 150008:2000EX, que impulsa la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR).
Carbon Disclosure Project	BBVA participa desde 2003 en esta iniciativa de transparencia informativa sobre el impacto ambiental de sus actividades (www.cdproject.net).
Madrid 2012	BBVA colabora con el Grupo de Indicadores de Sostenibilidad de la Candidatura Madrid 2012, junto con otras empresas españolas integradas en el Dow Jones Sustainability Index. BBVA se ha adherido además a la Carta Verde de esta candidatura (www.madrid2012.es).

- Colaboración con los proveedores en el fomento de mejores prácticas ambientales, así como en el desarrollo de requerimientos ambientales que reduzcan los impactos ambientalmente negativos del Grupo.
- Apoyo a iniciativas ambientales en la sociedad, mediante líneas de patrocinio y mecenazgo –principalmente gestionadas por las fundaciones– orientadas a la preservación del entorno natural, especialmente en materia de investigación y divulgación.
- Fomento de buenas prácticas ambientales de empleados, diseñando iniciativas de mejora ambiental de los procesos, guías de buenas prácticas y seminarios de formación e información, así como apoyando los contenidos ambientales de los espacios de intercambio de información y gestión del conocimiento de BBVA.
- Impulso de la innovación, favoreciendo el diseño de nuevos servicios financieros que generen beneficios ambientales a través de la acción comercial del Grupo.

BBVA participa activamente en la implantación y desarrollo de diversas iniciativas y estándares emergentes y colabora en su diseño con el fin de facilitar el avance en el compromiso del sector. Además de su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, participa en diferentes foros, señalados en el cuadro "Foros, iniciativas y estándares emergentes".

> Sistema de Gestión Ambiental

Un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) es una herramienta que capacita a la organización para alcanzar y controlar sistemáticamente el nivel de comportamiento medioambiental que a sí misma se propone. El SGA de BBVA se aplica en todas las actividades y todos los países en los que el Grupo está presente. Su alcance, por tanto, es global, de acuerdo con las manifestaciones de la Política Medioambiental del Grupo.

El SGA de BBVA incluye la estructura organizativa, la planificación de las actividades, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, implantar, llevar a efecto, revisar y mantener al día la Política Medioambiental, siguiendo la metodología de mejora continua establecida por la norma ISO 14001, el estándar de gestión ambiental más aceptado internacionalmente.

Durante 2004 se ha acometido una profunda revisión de la política de certificaciones ISO 14001 bajo una triple perspectiva:

- Hacer de la ISO 14001 una herramienta de gestión integrada en el día a día de la actividad. En este sentido, se ha decidido aumentar su alcance, centrándose en edificios emblemáticos y áreas de negocio del Grupo, inicialmente en España, que contengan el suficiente número de actividades, estructuras y personas como para hacer de las certificaciones sistemas de gestión susceptibles de ser replicables y extensibles al resto de la organización.
- Completar algunas de las unidades de negocio ya certificadas con la certificación ISO 9001 y con la de gestión ambiental ISO 14001. De esta forma, se tenderá a una certificación integrada que aproveche las sinergias existentes entre ambas, avanzándose hacia sistemas de calidad y sostenibilidad plenamente integra-

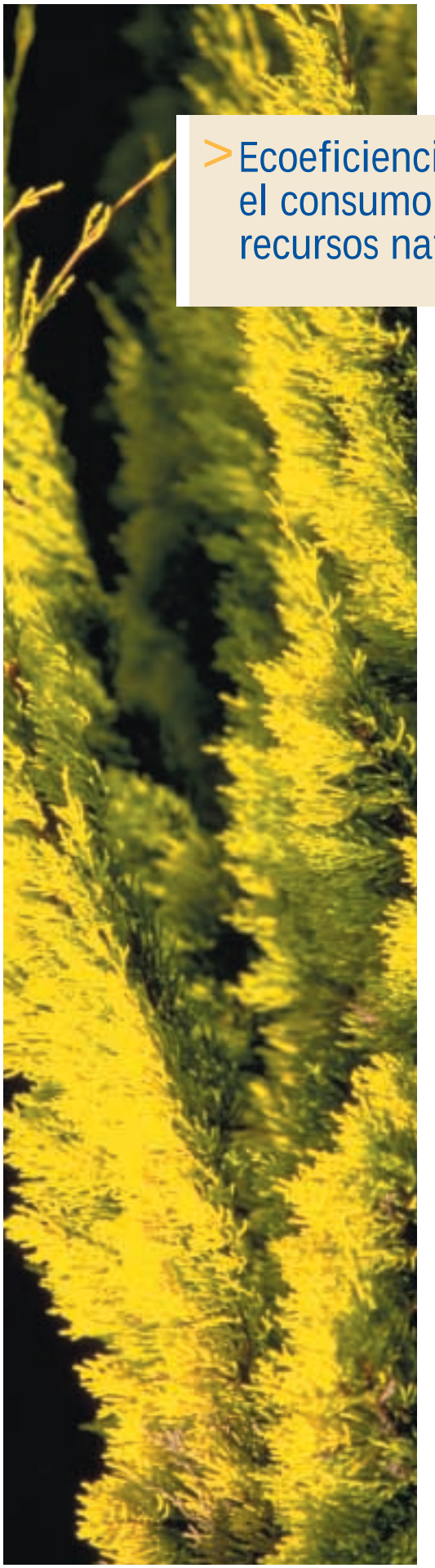
dos. Éste es, por ejemplo, el objetivo marcado para las actividades de ANIDA.

- Avanzar hacia una gestión descentralizada por las áreas interesadas en contar con una ISO 14001 como herramienta de gestión de sus impactos medioambientales. Una descentralización que se complementa con la coordinación de todas las ISO 14001 del Grupo por el equipo de Medio Ambiente del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa.

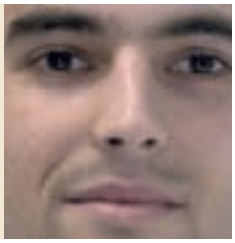
Desde esta perspectiva, el número de certificaciones ISO 14001 durante 2004 se ha reducido a cuatro, si bien durante 2005 el alcance de las mismas aumentará sustancialmente. El objetivo es seguir la metodología del modelo ISO 14001 de manera progresiva y acometer aquellas certificaciones que pudieran ser de especial interés estratégico.

Mención especial sigue mereciendo Banc Internacional d'Andorra-Banca Mora, que es el único banco del Grupo y uno de los pocos en el mundo que ha certificado bajo la norma ISO 14001 todas las actividades que realiza, así como todos los centros en los que opera.

A lo largo de 2004 se ha celebrado una reunión del Comité de Política Medioambiental, en el que participan todas las áreas del Grupo más directamente afectadas por la problemática ambiental. En la reunión se aprobó el mencionado Sistema de Gestión Ambiental.



> Ecoeficiencia en el consumo de recursos naturales



Ecoeficiencia es un concepto que tiene su origen en la Cumbre de Medio Ambiente y Desarrollo de 1992 en Río de Janeiro. Viene a describir el ratio entre el aumento del bienestar de las personas y el impacto ambiental de las actividades que realizan. De esta forma, se califican como ecoeficientes aquellas prácticas que permiten generar riqueza con un menor consumo de recursos naturales.

> Consumo de papel

El papel es un consumo esencial en un banco, utilizándose principalmente en la comunicación con los clientes y en la actividad interna. BBVA utiliza básicamente dos tipos de papel: el de operaciones que se envía a los clientes y el de impresoras y fotocopiadoras. En España, aproximadamente el 55% del total de consumo de papel corresponde a operaciones.

Para las operaciones de BBVA en España, el 99% del total papel consumido es de bajo impacto ambiental (sólo el 1% del papel consumido es tradicional). El 100% del papel utilizado en operaciones en España (envíos a clientes en encartes procedentes de bobinas de papel) es papel cuyo blanqueado está libre de cloro elemental (ECF - Elemental Chlorine Free), un proceso de menor impacto ambiental que el tradicional blanqueo con cloro gas. Por otro lado, el 98,5% del papel de impresoras y fotocopiadoras es 100% reciclado y cuenta con el sello "Ángel Azul" (papel usado procedente en su totalidad de recogida selectiva y con ausencia total de productos químicos de blanqueo).

Las principales actuaciones desarrolladas tienen como objetivo la disminución del consumo

Indicadores de ecoeficiencia

Indicadores de ecoeficiencia(*)	Unidad	España 2004	España 2003	España Δ % sobre año anterior	México 2004	México 2003	México Δ % sobre año anterior	Resto Latinoamérica(1) 2004	Resto Latinoamérica(1) 2003	Resto Latinoamérica(1) Δ % sobre año anterior	Resto del mundo(2) 2004	Resto del mundo(2) 2003(3)	Resto del mundo(2) Δ % sobre año anterior	TOTAL 2004	TOTAL 2003	TOTAL Δ % sobre año anterior
CO_2																
Total CO_2 emitido(4)	tn	103.040	113.045	(8,9)	127.443	128.891	(1,1)	31.309,5	24.760,0	26,5	4.848	1.337	262,6	266.641	268.033	(0,5)
Total CO_2 por empleado	tn	3,3	3,6	(7,9)	5,2	5,1	1,0	2,2	1,6	33,1	4,3	5,3	(20,4)	3,7	3,7	1,9
Emisiones directas de CO_2	tn	23.002	24.635	(6,6)	5.049	5.765	(12,4)	2.403,5	401	499,4	–	–	–	30.454	30.801	(1,1)
CO_2 de energía consumida	tn	2.221	2.283	(2,7)	–	–	–	1.231(5)	401(6)	258,1	13,4	–	–	3.670	2.684	36,7
CO_2 de viajes realizados	tn	20.781	22.352	(7,0)	5.049	5.765	(12,4)	1.173(7)	–	–	–	–	–	27.002	28.117	(4,0)
CO_2 de avión	tn	9.357	10.740	(12,9)	3.667	4.404	(16,7)	–	–	–	–	–	–	13.024	15.144	(14,0)
CO_2 de carretera	tn	11.424	11.611	(1,6)	1.382	1.361	1,5	263(8)	–	–	–	–	–	13.069	12.973	0,7
Emisiones indirectas de CO_2	tn	80.038	88.410	(9,5)	122.395	123.126	(0,6)	28.906	24.359(9)	18,7	4.835	1.337	261,7	236.174	237.231	(0,4)
ENERGÍA																
Total electricidad consumida	kwh	190.114.509	210.000.000	(9,5)	208.864.925	210.112.348	(27,6)	128.419.048	98.540.496(9)	30,3	10.621.692	3.169.008	235,2	538.020.174	521.821.852	3,1
Electricidad consumida por empleado	kwh	6.180	6.753	(8,5)	6.161,6	8.337,5	(26,1)	8.833	10.274(9)	(14,0)	9.358	12.676	(26,2)	7.565	7.173	5,5
Total gas consumido	m^3	586.092	366.518	59,9	0	0	0,0	267.634(9)	271.140(9)	(1,3)	–	–	–	853.726	637.658	33,9
Gas consumido por empleado	m^3	19,1	11,8	61,6	0	0	0,0	30,1(9)	28,2(9)	6,4	–	–	–	12	8,8	37,0
AGUA																
Total agua consumida	m^3	1.509.951	1.537.326	(1,8)	1.160.836	1.159.580	0,1	1.060.031	1.073.992,9(6)	(1,3)	55.477	54.172	2,4	3.786.295	3.825.071	(1,0)
Agua consumida por empleado	m^3	49,1	49,4	(0,7)	47,0	46,0	2,2	72,9	77,4	(5,8)	48,9	47,0	3,9	53,2	52,6	1,3
PAPEL																
Total papel consumido	tn	5.820	5.327	9,3	2.920	2.831	3,1	455	260(9)	75,1	155	130	19,4	9.276	8.498	9,2
Total papel consumido por empleado	kg	189,1	171,3	10,4	118,3	112,3	5,3	37,2	27,1(9)	37,4	136,7	112,7	21,2	130	116	11,7
Total consumo tipo A4	tn	3.210	2.746	16,9	1.876	1.877	0,0	455	260	75,1	–	–	–	5.541	4.882	13,5
Total consumo de bobina operaciones	tn	1.608	1.585	1,5	449	368	22,2	–	–	–	49,7	49,0	1,5	2.107	2.002	5,3
Total consumo de sobres	tn	1.002	996	0,6	595	587	1,4	–	–	–	31,0	30,8	0,6	1.628	1.614	0,9
RESIDUOS RECICLADOS																
Papel	kg	566.080	90.390	526,3	–	–	–	491.500	81.700	501,6	86.900	42.900	102,6	1.144.480	214.990	432,3
Equipos Informáticos	kg	33.880	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	33.880	–	–
Toners	kg	15.750	12.600	25,0	–	–	–	9.929	6.278	58,2	1.086	1.098	(1,1)	26.765	19.976	34,0

RESIDUOS DONADOS				
Equipos Informáticos	nº	314	–	–
Muebles	nº	532	–	–
Móviles	nº	350(10)	–	–
USO DE TECNOLOGÍAS INOCUAS				
Videoconferencias	nº	1.455(11)	–	–
Salas equipadas con videoconferencia	nº	252	236	6,8
TIPO DE PAPEL				
Papel ECF sobre total papel bobina consumido	%	100,0	100	0,0
Papel A4 reciclado sobre A4 consumido	%	98,5	98,6	(0,1)
Papel ecológico sobre total papel consumido	%	99,2	99,4	(0,2)

(*)Conforme a GRI los datos del Informe de RSC 2003 han sido actualizados por métodos más exactos de medición aplicados en el SGA.

Unidades: (tn) toneladas; (kwh) kilovatios hora; (m^3) metros cúbicos; (%) porcentaje; (kg) kilogramos; (nº) número.

(1) Incluye los bancos del Grupo en: Venezuela, Argentina, Colombia y Perú.
(2) Incluye los bancos del Grupo en Portugal y Andorra.
(3) Datos 2003 corresponden exclusivamente a Andorra.
(4) Para el cálculo de emisiones de CO_2 se ha utilizado la metodología propuesta por el Greenhouse Gas Protocol.www.ghgprotocol.org
(5) Datos de Venezuela, Argentina y Colombia.
(6) Argentina. Argentina reporta un total m^3 de 217.140 con un descenso del 1,3% que extrapolamos por carecer del valor 2003 de los otros países.
(7) BBVA Colombia y BBVA Banco Continental en Perú.
(8) Datos correspondientes a BBVA Banco Continental en Perú.
(9) BBVA Banco Provincial de Venezuela y BBVA Banco Francés de Argentina.
(10) BBVA participa en España en la campaña "Dona tu móvil" organizada por Cruz Roja y Entreculturas, con la instalación de 167 contenedores.
(11) 170 corresponden a BBVA Colombia y 140 a BBVA Banco Continental de Perú.

> Estadística de uso de servicios relevantes al consumo de papel en 2004 (España)

Indicador	Número
Clientes en correspondencia virtual	35.404
Productos con correspondencia virtual	159.761
Alertas de correspondencia virtual	7.898
Documentos visualizados	1.170.310
Clientes que han eliminado el papel	3.871

de papel, el creciente uso de papel reciclado y con blanqueo de bajo impacto ambiental y el fomento del uso de tecnologías de bajo impacto ambiental (videoconferencias, conexiones remotas de puestos de trabajo, intranet, correspondencia virtual, archivos electrónicos documentales, etc.).

Con el mismo objetivo de ecoeficiencia, BBVA pone a disposición de sus clientes sistemas de banca electrónica que permiten disminuir e incluso eliminar voluntariamente la correspondencia en papel, sustituyéndola por correspondencia virtual. Este proyecto ha supuesto en 2004 un ahorro superior a los 300.000 documentos.

Otro proyecto desarrollado en 2004 y que merece mención especial es el denominado "Correspondencia Unificada", que ha supuesto sólo en España un ahorro de 12 millones de sobres. El proyecto ha consistido en la racionalización de los envíos de correspondencia a clientes, aumentándose la información por sobre sin afectar a la calidad o preferencias de los clientes. Esta iniciativa ha supuesto un ahorro de papel superior a los 60.000 kg.

> Promoción del reciclaje

Los principales residuos generados por el negocio del Grupo son: papel, *toners* de impresoras y fotocopiadoras y material electrónico, así como los derivados de la gestión de inmuebles (baterías, aceites, equipos de extinción de incendios y embalajes). Estos últimos son gestionados siguiendo los procedimientos marcados por la ISO 14001 y conforme siempre con los proveedores.

Durante 2004 se ha producido un importante avance en cuanto al reciclaje de equipos eléctricos y electrónicos obsoletos. En España se ha implantado un nuevo procedimiento de tratamiento de todos los residuos informáticos por gestor autorizado y con certificación ISO 14001, que expide los correspondientes certificados de destrucción en cumplimiento de la más exigente normativa comunitaria. Previo a este proceso, todos los equipos desechados pero todavía útiles son tratados y donados gratuitamente a ONG's. Durante 2004 se han donado 314 equipos informáticos, proceso tras el que se ha tratado con el nuevo procedimiento de gestión de residuos informáticos por gestor autorizado y certificado un total de 33.880 kg.

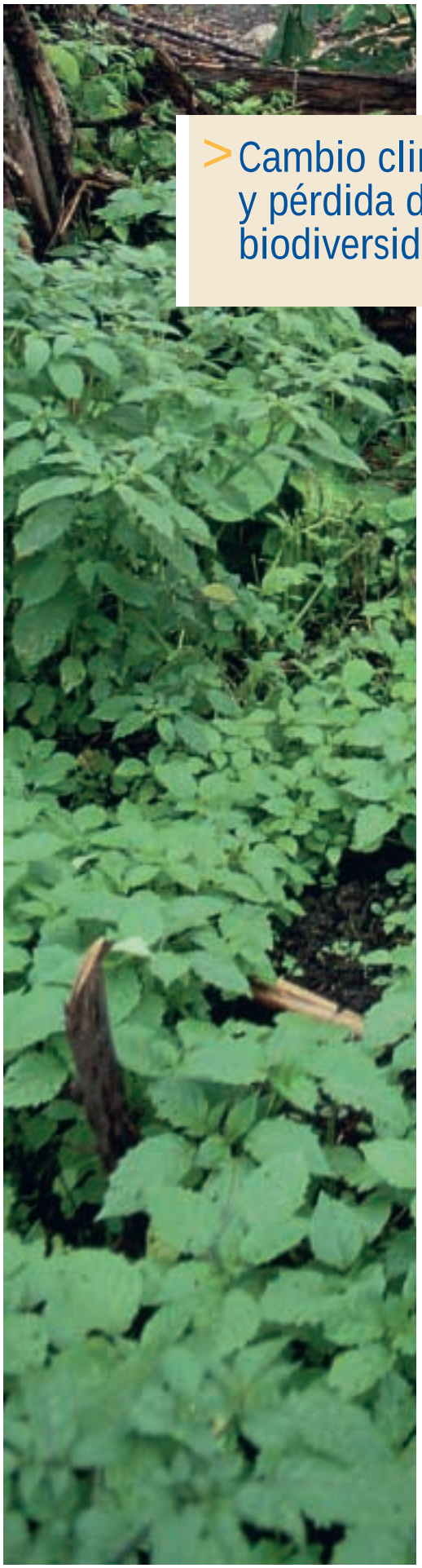
Igualmente, a lo largo de 2004 se ha producido a iniciar la sustitución de 25.000 monitores de ordenador con pantallas tradicionales CRT (de tubos de rayos catódicos) por monitores de pantalla plana (TFT), de mayor calidad en la visualización y sustancialmente más eficientes en cuanto al consumo de energía, necesidades de refrigeración, de espacio y emisiones electromagnéticas. El proceso se realiza por gestores autorizados y con certificación ISO 14001.

Gestión sostenible de residuos

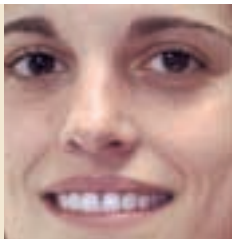
Durante 2004 se ha iniciado un nuevo procedimiento en el tratamiento de los residuos de todo tipo generados en la actividad, destruyéndose con este nuevo procedimiento un total de 33.880 kg de aparatos eléctricos y electrónicos. Todas las entregas cuentan con el debido certificado del tratamiento ambiental. Un proceso semejante se ha seguido con casi 20.000 cartuchos de *toner* anuales, gestionados por una empresa especializada y certificada conforme a la ISO 14001. Está en estudio también la cesión a ONG's medioambientales de los posibles beneficios de la venta de los cartuchos usados, para que dediquen los recursos así conseguidos a proyectos de interés medioambiental.

Por lo que respecta a los equipos informáticos útiles, se han donado 314, que fueron puestos a punto voluntariamente por los propios empleados del área de Sistemas y Operaciones de BBVA para su total operatividad. Por otra parte, a lo largo del año se han cedido también a organizaciones humanitarias 532 elementos de mobiliario.

De otro lado, merece mencionarse la participación de BBVA en una campaña nacional de recogida de móviles (www.donatumovil.org) liderada por la Fundación Entreculturas y por Cruz Roja Española. Los móviles donados se reparan gratuitamente o se reciclan, revertiéndose los beneficios en proyectos humanitarios de ambas organizaciones. Según las estimaciones de éstas, se espera concluir el primer año de la iniciativa con una donación de aproximadamente 200.000 equipos, con un valor económico en torno a 700.000 euros.



> Cambio climático y pérdida de la biodiversidad



La biodiversidad constituye una de las principales líneas de actuación de la Fundación BBVA (véase el capítulo "Apoyo a la comunidad"), pero es también una preocupación del Grupo en su actividad cotidiana.

En cuanto a la emisión directa de gases de efecto invernadero, se produce de manera directa a través de las actividades de gestión y climatización de inmuebles, así como de la realización de viajes. Las emisiones indirectas son las derivadas del consumo eléctrico, y se reducen mediante el ahorro del consumo de electricidad y el uso de electricidad de origen respetuoso (eólica, hidráulica, etc.). La metodología utilizada para el cálculo de las emisiones de CO_2 es la establecida en *Greenhouse Gas Protocol* (www.ghgprotocol.org), herramienta desarrollada por World Business Council for Sustainable Development junto con World Resources Institute, dos de las instituciones más prestigiosas en materia ambiental.

Es, de otro lado, una problemática que empieza a tener fuertes repercusiones económicas con la creación de los nuevos mercados que se están desarrollando a raíz de la aprobación por el Gobierno español del Plan Nacional de Asignación de Derechos de Emisión en cumplimiento del Protocolo de Kioto, en vigor desde febrero de 2005. En este sentido, BBVA ya ha organizado varios eventos y presentaciones con los agentes implicados, así como con expertos en cada uno de los sectores. Estos eventos han permitido a BBVA posicionarse en una situación de ventaja al ofrecer soluciones innovadoras a los clientes empresariales, de gestión de activos y de financiación de proyectos.

El Grupo también busca aprovechar nuevas oportunidades implicándose en otras iniciativas en el contexto de los compromisos de Kioto. En particular, ha avanzado en la participación en el desarrollo del mercado de derechos de emisión,

para el que Iberclear, sociedad participada por BBVA, ha sido seleccionada a fin de gestionar el Registro Oficial de Derechos de Emisión en España. El Grupo está participando ya en los mecanismos flexibles establecidos por el Protocolo de Kioto: en la compra-venta de derechos, en la financiación de mecanismos de desarrollo limpio y de implementación conjunta y en el fomento de fondos de carbono, con el objetivo de apoyar todos los mecanismos establecidos con el Protocolo tanto en España como en América Latina.

Adicionalmente, el Grupo ha participado desde su creación en el proyecto "Carbon Disclosure Project", iniciativa de Rockefeller Philanthropy Advisers. Nacida en el 2000, fomenta la transparencia informativa y las mejores prácticas medioambientales sobre el cambio climático entre las 500 compañías más grandes del mundo. En su segunda edición, a lo largo de 2004 contó con el apoyo expreso de gestores de activos que superaban los 10.000.000 millones de dólares (www.cdproject.net).

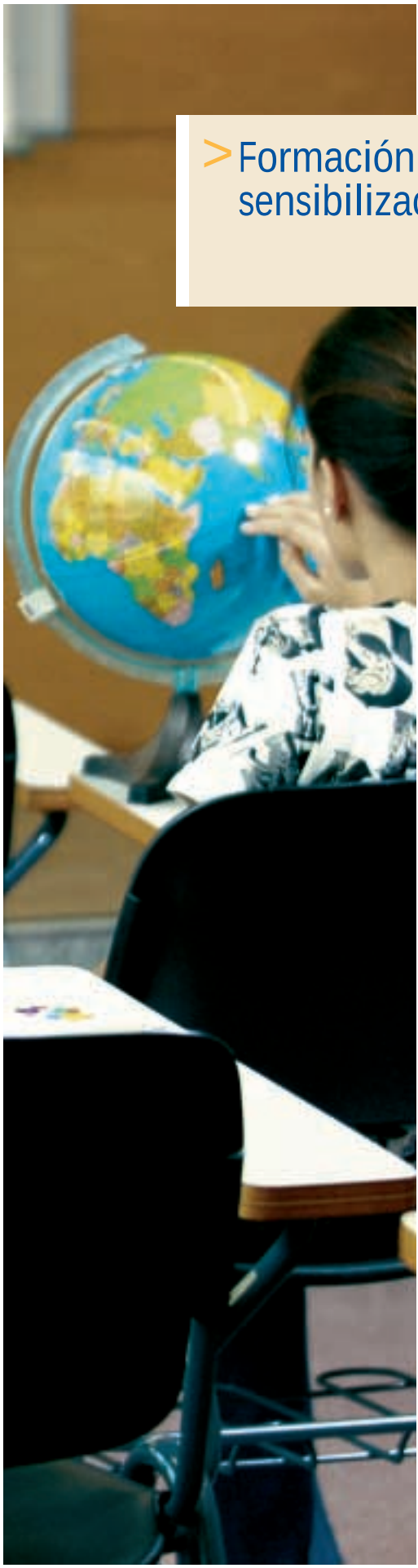
> Impacto ambiental indirecto. Gestión de riesgos

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 los aspectos medioambientales de las actividades, contribuye en su papel de prestamista a la utilización de alternativas viables menos contaminantes, contribuyendo a un menor daño ambiental.

Por otra parte, BBVA se adhirió durante 2004 a los Principios de Ecuador: un conjunto de directrices de la Corporación Financiera Internacional –agencia dependiente del Banco Mundial– para la consideración de factores sociales y medioambientales en la financiación de grandes proyectos de inversión en países emergentes.

Durante 2004 se ha continuado con el desarrollo del proyecto Ecorating, herramienta de gestión del riesgo que permite establecer una clasificación de las empresas por su perfil de riesgo ambiental. Se ha trabajado sobre un modelo que pudiera cubrir las necesidades de BBVA y, a la vez, no tuviese impacto (o lo tuviera mínimo) en el entorno de diseño y desarrollo de sistemas.

Por otra parte, BBVA está implantando una metodología de detección y evaluación de los riesgos de reputación, para lo que ha desarrollado una herramienta específica (Rep-tool) que analiza los factores endógenos y exógenos generadores de este tipo de riesgo. En este modelo se han integrado los factores de riesgos ambientales y sociales de la actividad crediticia, particularmente de los grandes proyectos de inversión, que por sus características han sido considerados con mayor impacto potencial y que pueden suponer, en caso de una gestión inadecuada, un mayor riesgo crediticio del prestatario y un mayor riesgo de erosión de la reputación del Grupo.



> Formación y sensibilización ambiental

Además de los requisitos medioambientales que establece el Códido de Conducta del Grupo, las políticas de mejora ambiental encuentran en las personas de BBVA un aliado esencial. Por ello, se están desarrollando diferentes actuaciones que tratan de incentivar y motivar su sensibilidad ambiental.

> Labores de sensibilización

El área de Comunicación e Imagen de BBVA realiza una frecuente labor de difusión de la mejora del desempeño ambiental, contribuyendo a la divulgación de la Política Medioambiental.

La intranet y las diferentes páginas web se utilizan como instrumento de información de noticias, eventos, convocatorias o buenas prácticas ambientales. A lo largo de 2004 se han publicado en la intranet diferentes *Tribunas* de contenido ambiental. El objetivo de 2005 es aumentar la cantidad y calidad de la información contenida en ella.

BBVA también realiza una labor de sensibilización de la sociedad en su conjunto a través de diferentes actuaciones. Además de la gran actividad de algunas de las fundaciones del Grupo en este ámbito (ver capítulo “Apoyo a la comunidad”), BBVA ha colaborado en programas de sensibilización, como el desarrollado con Cruz Roja y Entreculturas para la recogida y reciclado de teléfonos móviles (a 31 de diciembre de 2004, los clientes y empleados de BBVA han depositado 350 teléfonos en los 167 buzones instalados), así como en la elaboración (junto con Ferrovial, Fundación Entorno y Fundación Ecología y Desarrollo) del informe *Inversión Socialmente Responsable. De los valores a la acción,*

que fue presentado en el VII Congreso Nacional de Medio Ambiente.

Por otra parte, en 2004 se ha iniciado el boletín quincenal *Actualidad Medioambiental*, que incluye noticias nacionales e internacionales sobre la relación del medio ambiente con la gestión empresarial. Los diez números editados en 2004 se han distribuido entre más de 300 directivos y empleados del Grupo.

El Servicio de Estudios de BBVA también ha colaborado en las tareas de sensibilización y difusión de la problemática ambiental, con la publicación de diversos informes relativos al cambio climático y al Protocolo de Kioto.

Otras dos iniciativas de formación medioambiental destacables en España en el año han sido:

- Realización de un curso para ANIDA bajo el título "La Gestión Ambiental aplicada al Área Inmobiliaria de BBVA", impartido por consultores especializados.
- Formación especializada para la unidad de Banca de Instituciones, previa al lanzamiento de un proyecto de fomento de la Agenda 21 Local en los municipios españoles. En esta última iniciativa han participado más de 170 personas y ha sido igualmente impartida por una consultora especializada.

> Formación

En 2004 se ha puesto en marcha a través de la intranet del Grupo un curso *on-line* de sensibilización medioambiental, que ha contado con la participación de 156 empleados del Grupo con un total de 862 horas. El nivel de participación demuestra el interés de los empleados de BBVA por estas cuestiones, a lo que el Departamento de Formación va a dar respuesta en 2005 renovando los contenidos del curso y ampliando su acceso a los empleados de América Latina.

> Innovación

Durante 2004, el programa corporativo Innova ha incluido entre sus áreas de mejora el medio ambiente, con una especial atención a las contribuciones posibles vía productos y servicios financieros, así como de las mejores prácticas de ecoeficiencia en el consumo de recursos naturales. La evaluación, realizada por un equipo de expertos en medio ambiente, ha premiado a 19 de las propuestas en función de su aplicabilidad, impacto ambiental y viabilidad financiera.

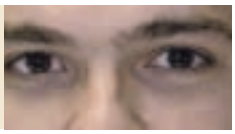
> Proyecto Innova: medio ambiente

Tipo de propuestas	Número	Porcentaje
Ahorro y reciclaje de papel	21	43,8
Productos y servicios	9	18,8
Eficiencia energética y energías renovables	8	16,7
Reciclaje de residuos	3	6,2
Salud y ambiente de trabajo	3	6,2
Premios y reconocimientos	3	6,2
Consumo de agua	1	2,1
TOTAL	48	100

> Apoyo a la comunidad

> Introducción
> Las fundaciones del Grupo BBVA
> El Plan Familias BBVA
> Campos temáticos

> Introducción



Las acciones de apoyo a la comunidad forman parte del compromiso general de BBVA. Un compromiso que asume de forma integral, desde múltiples ámbitos del Grupo* y a través de diferentes canales de actuación. Así, se desarrollan servicios financieros diseñados para mejorar el bienestar social y económico de cada sociedad en la que opera; se llevan a cabo acciones sociales dirigidas a los colectivos más vulnerables; se asumen patrocinios y mecenazgos; y se actúa en colaboración con empleados, proveedores y/o clientes. Son acciones que se orientan a:

> Recursos destinados a acción social(1) (miles de euros)

	2004	2003	2002
Grupo BBVA en España y Portugal(2)	18.886	11.256(3)	7.571(3)
Grupo BBVA en América Latina(2)	1.598	3.822	2.642
Fundación BBVA	14.570	16.387	15.134
Fundación BBVA Bancomer	2.934	3.348	3.132
Fundación BBVA Provincial	198	291	270
Fundación BBVA Banco Francés	100	159	112
Fundación BBVA Banco Continental	32	46	61
TOTAL	38.318	35.309(3)	28.922(3)

(1) Los recursos del ejercicio 2004 incluyen las aportaciones económicas realizadas por el Grupo, salvo:
- En las fundaciones, donde los recursos incluyen los gastos dedicados por cada entidad a sus fines propios y los gastos de administración y estructura de cada fundación.
- En los Servicios de Estudios, Inmuebles y Servicios (que incluye Archivo Histórico) y Banca de Instituciones, donde se ha valorado también el tiempo de trabajo del personal dedicado a actividades de interés social.
- En Inmuebles y Servicios (que incluye Archivo Histórico), Banca Minorista España y Portugal, Banca de Instituciones y Comunicación e Imagen, para los que se han valorado también los espacios cedidos y las aportaciones en especie.

* A lo largo de este capítulo, por la expresión Grupo BBVA se entiende el conjunto del Grupo y de sus fundaciones.

- Apoyar el desarrollo integral y sostenible de las sociedades en que trabaja.
- Impulsar valores coherentes con la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas.
- Colaborar a la satisfacción de inquietudes y necesidades sociales.

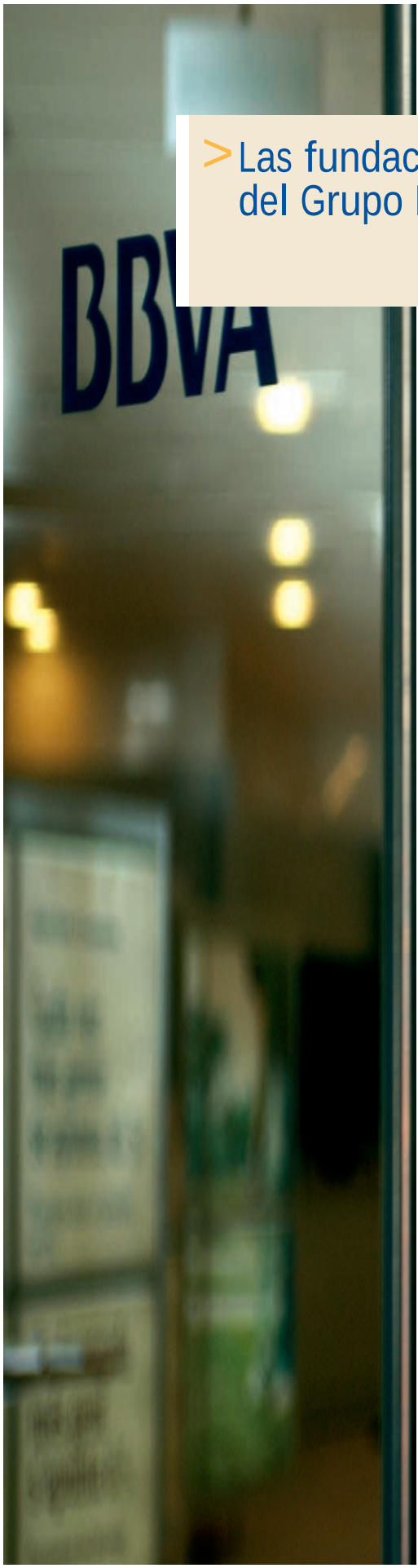
Son finalidades que requieren el análisis de las características y necesidades básicas de cada sociedad, que BBVA fundamenta en el constante diálogo con los agentes sociales y en procedimientos de evaluación objetiva, para evaluar las demandas de colaboración que recibe. Ésta es para BBVA la base de su acción social, que enfoca a la cobertura de necesidades sociales de todo tipo (económicas, asistenciales, sanitarias, culturales, formativas, científicas o ambientales). Una acción que tiene un carácter eminentemente no lucrativo, pero que aspira también a la generación de utilidad para el Grupo, constituyendo una inversión estratégica que genera valor a medio y largo plazo, en la medida en que contribuye a su mejor y más armónica integración en cada sociedad en que está presente.

	2004	2003	2002
Ciencias Sociales	10.003	9.943(3)	14.804(3)
Formación	4.814	6.920	
Salud	1.344	2.277	
Promoción de la Responsabilidad Social	303	247	-
Asistencia Social	4.537	1.484	1.811
Medio Ambiente	5.038	3.060	643
Cultura	9.242	7.695(3)	6.460(3)
Otros campos y gastos de estructura de las fundaciones	3.037	3.683	5.204
TOTAL	38.318	35.309(3)	28.922(3)

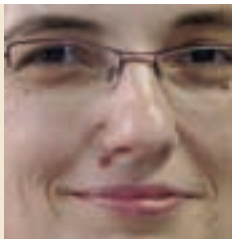
- En la valoración del Préstamo Nacimiento, en la que se han considerado los costes directos (gastos operativos, coste de la financiación y gastos de difusión).
- En ningún caso se han incluido los beneficios sociales estipulados en convenios destinados a los empleados del Grupo o sus familiares y las becas y prácticas de trabajo en el Grupo.
- Finalmente, para la conversión de los datos de los países de América Latina en moneda local se han utilizado los tipos de cambio medio de los correspondientes ejercicios respecto al euro.

(2) No incluye las fundaciones.

(3) Cifras revisadas respecto a las recogidas en el Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa 2003, por la inclusión de partidas efectivamente satisfechas en cada uno de los ejercicios, que no se consideraron entonces y por una imputación más precisa. El efecto de la revisión descrita ha supuesto un aumento de la inversión de 843 miles de euros en 2003 y 1.268 miles de euros en 2002.



> Las fundaciones del Grupo BBVA



Las fundaciones del Grupo son entidades sin ánimo de lucro creadas y sostenidas con un objetivo específico y exclusivo: colaborar con el desarrollo integral de la sociedad, a través de actuaciones de múltiple carácter realizadas preferentemente en los campos de la ciencia, la cultura, la educación, la salud, el medio ambiente y la asistencia social.

Materializan la responsabilidad social corporativa del Grupo BBVA y, en particular, su compromiso de tratar de mejorar las sociedades en donde lleva a cabo su actividad empresarial. El marco vertebrador de las cinco fundaciones del Grupo lo constituyen el compromiso social, la objetividad, la independencia, la voluntad de excelencia y la orientación hacia las cuestiones más relevantes para las sociedades en las que actúan.

> Fundación BBVA (España)

La Fundación BBVA es expresión de la vocación de responsabilidad social corporativa del Grupo BBVA y de su compromiso social. Responsabilidad y compromiso que cuentan con una dilatada trayectoria de generación de bienes públicos en el plano del conocimiento.

Los valores de objetividad, innovación, independencia y transparencia caracterizan sus programas, dirigidos a la promoción y desarrollo de la investigación científica de calidad en tres campos preferentes:

- Ciencias Sociales.
- Biomedicina, Salud y Sistema Sanitario.
- Medio Ambiente (Ciencias Ambientales).

Sus programas giran en torno a aspectos de interés social prioritario y se orientan a ofrecer soluciones, generar conocimiento e innovación y atender a las cuestiones de mayor impacto social en el

presente y de mayor potencialidad en el próximo futuro. Fomentar el conocimiento científico y la investigación interdisciplinar sobre cuestiones emergentes básicas del siglo XXI es su preocupación central, con la aspiración de ayudar a crear espacios de encuentro entre los ámbitos de la investigación y de la toma de decisiones. Todo ello desde una perspectiva global, si bien con una especial atención hacia España, Europa y América Latina.

Para más información, (www.fbbva.es).

> Fundación BBVA BANCOMER (México)

Centra su actividad esencial en el impulso del desarrollo de la sociedad mexicana en los ámbitos social, educativo, artístico y cultural, con dos grandes objetivos:

- Incrementar el nivel cultural y educativo del país, como paso previo a la consecución de una mayor calidad de vida.
- Ayudar a mejorar las condiciones de vida de colectivos especialmente necesitados.

Para conseguirlos, desarrolla las siguientes acciones:

- Promover actividades educativas, artísticas y culturales.
- Colaborar en actividades de desarrollo y asistencia social que beneficien a comunidades de escasos recursos.
- Estrechar vínculos de amistad con instituciones con finalidades similares.

Para más información, (www.bancomer.com).

> Fundación BBVA PROVINCIAL (Venezuela)

Asume como objetivo fundamental el desarrollo de programas para el progreso social de Venezuela, particularmente en los campos de la educación y la cultura.

Sus líneas de actuación básicas son:

- Programa Educativo: nucleado en torno al Proyecto Papagayo, orientado a educar en valores y promover la lectura y la creación literaria dentro de la educación básica pública.
- Programa Expositivo.
- Programa Sociocultural: apoya y auspicia actividades de organizaciones e instituciones sin fines de lucro.
- Programa Editorial: promueve la lectura infantil y la educación en valores.

Para más información, (www.provincial.com/fundacion/fp_1.html).

> Fundación BBVA BANCO FRANCÉS (Argentina)

Su objetivo es contribuir a la mejora de la calidad de vida general de la sociedad argentina, tomando como ejes preferentes:

- El fomento de la actividad emprendedora.
- El fortalecimiento del Tercer Sector.
- La promoción del arte como expresión cultural comunitaria.

La Fundación es también un activo agente promotor de la responsabilidad social corporativa, ámbito en el que impulsa investigaciones y actos públicos y en el que colabora asiduamente con el Foro Ecuménico y Social, un ambicioso espacio de encuentro –en cuya creación ha participado BBVA Banco Francés– en el que empresas, organizaciones humanitarias y confesiones religiosas reflexionan sobre valores, sociedad y economía.

Para más información, (www. bancofrances. com.ar).

> Fundación BBVA BANCO CONTINENTAL (Perú)

La promoción del desarrollo social y cultural del país, con especial atención a las artes plásticas y a la difusión de manifestaciones culturales, es su campo de actuación principal.

La actividad más importante se centra en el apoyo al Museo de Arte Precolombino, creado en 2003 con la decisiva colaboración de la Fundación y ubicado en instalaciones de BBVA Banco Continental en Cuzco (en la denominada Casa Cabrera). Una iniciativa que supuso para el Banco la concesión de la Medalla de Honor de la Cultura Peruana por el Instituto Nacional de Cultura de Perú. Además, cuenta con otras cuatro salas de exposiciones activas en el país: Trujillo, Iquitos, Cajamarca y Lima.

Para más información, **(**www.continental.grupobbva.com).

> El Plan Familias BBVA

El Plan Familias BBVA, aprobado por el Consejo de Administración el 22 de diciembre de 2003, se configura como un programa de acción en la sociedad de carácter corporativo, complementario de los restantes programas de acción social desarrollados por diferentes unidades del Grupo, que responden a las características de las correspondientes unidades y a las condiciones y necesidades básicas de las sociedades o sectores en los que operan. Dada esa multiplicidad de canales y de criterios de actuación, el Plan Familias pretende delimitar un foco de atención corporativo en materia de acción social y un camino propio y específico de actuación.

Desde esta perspectiva, el Plan persigue avanzar hacia cuatro objetivos básicos:

- Consolidar una vía de acción social que constituya una manifestación global del Grupo, que sintonice con su carácter y su estrategia y que responda a su cultura, a sus valores, a la forma en que quiere aproximarse a la sociedad y al papel que quiere desempeñar en ella.
- Delimitar una estrategia de acción social claramente diferenciada y diferenciadora.
- Potenciar la utilidad de la acción social tanto para la sociedad como para el Grupo.
- Implicar en la acción social a un amplio colectivo de la organización, fortaleciendo el carácter de manifestación global de la empresa que debe tener la acción social.

El Plan centra su atención en un campo esencial en el desarrollo personal y social y claramente complementario de la actividad principal del Grupo: el entorno familiar. El plural de su denominación refleja el respeto de BBVA por la multiplicidad de formas de vida familiar que se producen en la actualidad y la neutralidad ideológica absoluta con que quiere aproximarse a esta cambiante realidad social.

Se configura así como un Plan presidido por la vocación de ayudar a afrontar las necesidades económicas de las familias de las sociedades en las que BBVA trabaja, desde el convencimiento de que esta opción puede ser una muy útil vía para contribuir a mejorar el futuro de esas sociedades y para colaborar, en definitiva, en su desarrollo integral.

Con una particular orientación hacia las familias más necesitadas y los colectivos familiares más vulnerables (niños, jóvenes, mayores, mujeres...), se estructura en torno a tres programas:

- Programa de Financiación Familiar.
- Programa de Mecenazgo Familiar.
- Programa de Empleados.

En conjunto, recogen muy diversas líneas de actuación: iniciativas financieras, acciones de apoyo directo, actuaciones formativas, líneas de análisis e investigación, foros de difusión y debate colectivo, publicaciones, etc. Con ellas aspira el Plan a una aproximación integral a la compleja problemática familiar.

> Principales acciones en 2004

La principal línea de actuación del Plan en 2004 ha sido el desarrollo en España del Programa de Financiación Familiar, vertebrado en torno a los denominados "Préstamos Familiares": pequeños préstamos para financiar proyectos concretos o cubrir necesidades familiares específicas en condiciones muy preferentes. La primera modalidad puesta en marcha (a la que seguirán otras a lo largo de 2005) ha sido el "Préstamo Nacimiento", destinado a apoyar a todas aquellas madres que acaban de tener o adoptar un hijo/a. Sus condiciones son excepcionales: 3.000 euros al 0% de interés, sin comisiones y con un plazo de 3 años. Pueden solicitarlo las madres de cualquier condición: españolas, extranjeras residentes, trabajadoras o en paro, solteras o casadas.

Tras la excelente acogida de la primera campaña (febrero-junio de 2004), con 11.783 préstamos, se lanzó una segunda (octubre-febrero de 2005). A 31 de diciembre de 2004 se habían concedido 4.559 nuevos préstamos en esta segunda campaña. Para el conjunto del año, se han concedido préstamos por un valor de 48,6 millones de euros.

Respecto al *Programa de Mecenazgo Familiar*, está conformado por dos líneas:

- *Proyectos de Futuro*: recoge las proyectos de mecenazgo más relevantes que vienen desarrollando diferentes unidades del Grupo en el ámbito de la familia, y muy especialmente de la juventud y de la formación. Por el momento, los proyectos incluidos son los siguientes: Ruta Quetzal BBVA, Fundación + Familia, Programa de Ayuda a la Familia (Fundación Ayuda contra la Drogadicción), Premios Francisco Giner de los Ríos a la Mejora de la Calidad Educativa (Fundación BBVA), BBVA Bancomer en la Educación (Fundación BBVA Bancomer), Programa Educativo contra Adicciones (Fundación BBVA Bancomer y Fundación Ayuda contra la Drogadicción) y Proyecto Papagayo (Fundación BBVA Provincial).
- *Centro BBVA para la Familia*: proyecto en cuyo diseño se ha trabajado a lo largo del año y que pretende constituir un espacio para la información, la orientación y la búsqueda de soluciones frente a los principales problemas de la economía familiar.

En cuanto al *Programa de Empleados*, a lo largo del año se han puesto en marcha diversas iniciativas de formación *on-line* para los hogares de los empleados del Grupo en España (con cursos sobre materias como ofimática, fiscalidad, habilidades profesionales y sociales, idiomas, economía familiar, etc.) y se han desarrollado actuaciones de información y formación de voluntariado social.

> Campos temáticos

Las acciones principales que realiza el Grupo BBVA en este ámbito se clasifican en las siguientes categorías:

- Asistencia Social.
- Educación.
- Cultura.
- Salud.
- Ciencias Sociales.
- Medio Ambiente.
- Promoción de la Responsabilidad Social de la Empresa.

> Colaborando en asistencia social

En este capítulo se recogen las aportaciones a organizaciones humanitarias y las ayudas directas (económicas, materiales o de recursos humanos) cuya finalidad prioritaria es afrontar emergencias o atender necesidades básicas en colectivos desfavorecidos.

España

Programa de Financiación Familiar

Integrado en el primero de los tres grandes campos del ya comentado Plan Familias BBVA, el Programa de Financiación Familiar centra su actuación en productos financieros en condiciones muy preferentes, susceptibles de ayudar a la cobertura de necesidades familiares importantes. Su principal línea de actuación en 2004 ha sido la ya analizada de “Préstamos Familiares”, cuya primera iniciativa ha consistido en el “Préstamo Nacimiento”.

Ayudas directas

Además de las ayudas directas concedidas a causas u organizaciones humanitarias, hay que aña-

dir el coste estimado en términos de tiempo y cesión de instalaciones a organizaciones no lucrativas de interés social.

A lo largo de 2004 se ha participado en numerosos programas sociales de ayuda humanitaria, colaborando con una gran cantidad de instituciones de asistencia social. Entre las iniciativas concretas más destacadas, se pueden mencionar las siguientes:

- *Programa Ayuda a la Familia de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD).*
- *Fundación + Familia.*
- *Cesión de mobiliario de oficina y ordenadores.*
- *Fondo de ayuda para estudios de los hijos de las víctimas de los atentados del 11 de marzo.*

América Latina

Todas las entidades del Grupo BBVA en América Latina han desarrollado actividades de asistencia social durante el ejercicio 2004. Entre las más importantes, figuran:

Programa Educativo contra las Adicciones de la Fundación BBVA Bancomer en México

Proyecto de prevención escolar de las adicciones, diseñado con metodología y materiales propios de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) y en colaboración con la Secretaría de Educación Pública de México.

Alianza para una Venezuela sin Drogas

BBVA Banco Provincial colabora con el programa Comunidad Educativa en Acción Preventiva, desarrollado por la Comisión Nacional Contra el Uso Ilícito de las Drogas (CONACUID).

> Impulsando la educación

Para el Grupo BBVA, este apartado constituye una parte fundamental de su apoyo a la comunidad, sobre la base de considerar la educación instrumento decisivo y nuclear del desarrollo de las diferentes sociedades en donde se ubica. De aquí que, a través de muchas de sus unidades, se preste un fuerte apoyo a diversos proyectos formativos, tanto de iniciativa propia como en colaboración con diferentes entidades educativas, públicas o privadas.

España

Con el objetivo genérico de apoyar la innovación educativa y la mejora de la calidad de la enseñanza, se impulsan numerosas iniciativas.

La educación en la Fundación BBVA

La Fundación BBVA dedica una especial atención y un programa específico a la Mejora de la Calidad Educativa y a la Promoción de la Formación Avanzada como elementos vertebrales del progreso de la sociedad actual, destacando al tiempo la importancia del papel de los valores en el proceso formativo. Entre los múltiples procesos apoyados, cabe destacar:

- Convocatoria desde 1983 de los Premios Francisco Giner de los Ríos a la Mejora de la Calidad Educativa, en colaboración con el Ministerio de Educación y Ciencia de España.
- Principal entidad colaboradora privada de los Cursos de Verano de la Universidad del País Vasco, que en 2004 alcanzaron su XXIII edición.
- Colaboración con diferentes instituciones universitarias para financiar cursos específicos, contabilizándose en este Informe en las secciones temáticas correspondientes.

La Ruta Quetzal BBVA

Es obligado en este campo referirse al que constituye el programa emblemático del Grupo BBVA en el ámbito de la educación y la juventud: Ruta Quetzal BBVA, que ha desarrollado en 2004 una nueva edición, en este caso, por tierras mexicanas y españolas.

A finales de año se presentó el proyecto de Ruta Quetzal BBVA 2005: “Desde las Ciudades de los Reyes al Amazonas y a la Tierra de los Vascos”. Para más información, (www.rutaquetzal.com).

Otras iniciativas

- El Departamento de Recursos Humanos da cabida a la formación de universitarios para facilitar su inserción en el ámbito profesional,

mediante prácticas educativas articuladas, de acuerdo con la normativa legal existente, a través de convenios de cooperación educativa, nacionales e internacionales.

- Premios Blue Joven Emprendedores de Andalucía y de Islas Baleares, en colaboración con los gobiernos autonómicos respectivos.
- Colaboración del Programa Blue Joven con la Asociación Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas (AIESEC).
- Iniciativas desarrolladas desde la unidad de Banca de Instituciones para contribuir a las buenas prácticas y mejorar la gestión de los funcionarios de corporaciones locales, entre los que destaca un acuerdo para los cuatro próximos años firmado en 2004 con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).
- Foro Local, institución impulsada y participada por el Grupo BBVA (junto con el Consejo General de Colegios de Secretarios, Interventores y Tesoreros de Administración Local), que desarrolla asimismo actividades formativas e informativas y diferentes publicaciones, entre las que figura *El Manual del Alcalde*. Ampara el "Premio Observatorio Foro Local", destinado a distinguir trabajos relevantes en materia económico-financiera para las Haciendas Locales.
- Colaboración de los departamentos de Mercado de Capitales (de la unidad de Banca Mayorista) y de Responsabilidad Social Corporativa en el proyecto "Escuelas para la Paz" que desarrolla Acción contra el Hambre en Colombia, con el objetivo de mejorar el entorno escolar a través de la implicación de autoridades, docentes, familias y comunidades en zonas desestructuradas por la violencia.

América Latina

Son muchas las iniciativas que desarrollan las entidades del Grupo en América Latina. Fundamentalmente impulsadas por las fundaciones, también los bancos y las gestoras de Seguros y Pensiones colaboran en proyectos educativos. Pueden destacarse los siguientes:

Programas educativos en Venezuela (Fundación BBVA Provincial)

- Proyecto Papagayo: apoyado por la UNESCO, que lo considera "un proyecto innovador para América Latina". Pretende educar en valores a través de la lectura y la creación literaria.
- Editorial Infantil: conectada con la red nacional de Bibliotecas Públicas, realiza una intensa labor de promoción de la lectura infantil.
- Programa de Formación de Microempresarios.

Para más información, (www.provincial.com).

Programas educativos en México (Fundación BBVA Bancomer)

A través de su programa Bancomer en la Educación, se centra en las siguientes actividades:

- Programa de Becas: posibilita que niños de familias de escasos recursos puedan acceder a la educación media y mejorar sus expectativas de futuro.
- Becas de excelencia (ITESM): programa de apoyo a jóvenes de alto rendimiento académico y escasos recursos económicos para cursar bachillerato o estudios universitarios en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.
- Talleres Mad Science: *stand* de demostraciones en el Museo del Niño de la Ciudad de México y talleres en diversas escuelas oficiales, para motivar el interés de niños y jóvenes en las ciencias de una manera interesante, aplicable y divertida.
- Programa de Concursos, en colaboración con autoridades educativas y empresas, particularmente en dibujo y composición, para fomentar la creatividad. Los ganadores, sus profesores y centros educativos, reciben becas hasta nivel universitario, ordenadores, equipos deportivos y cuentas de ahorro, entre otros premios.
- Centros de Capacitación Integral, en los que participan activamente voluntarios de BBVA Bancomer, en cursos de formación básica y profesional a personas de recursos escasos y bajo nivel de conocimientos, en especial en zonas rurales deprimidas.
  Para más información, (www.bancomer.com.mx /nuestrom/index.asp).

APRENDO BBVA: una apuesta de futuro en Perú (BBVA Banco Continental)

Campaña de sensibilización de la población sobre el sistema financiero y sus funciones, es un divertido sistema de aprendizaje que, con un lenguaje sencillo y ameno, se dirige a los escolares de los primeros cursos y a sus familias. Pretende divulgar conocimientos prácticos básicos sobre la economía, la banca, las pensiones y los seguros.

Este programa aspira también a potenciar la creatividad empresarial de los jóvenes a través de la formación y de un proyecto de microfinanciación generador de empleo y desarrollo.

Iniciativas educativas en Argentina (Fundación BBVA Banco Francés)

La Fundación desarrolla diversas actividades educativas, entre las que destaca la denominada "La Escuela y el Museo", programa de visitas didácticas de escolares al Museo sobre el pintor Líbero Badií que mantiene y gestiona la Fundación.

BBVA Banco Francés, además, promueve un programa formativo para clientes del banco (básicamente centrado en idiomas y en conocimientos básicos para la preparación de oposiciones públicas) y contribuye a las actividades del programa de formación empresarial para jóvenes de la Fundación Junior Achievement (de cuyo Patronato forma parte).

> Fomentando la cultura

El mundo del arte y, en general, de la cultura constituye otro de los campos tradicionales y básicos de la acción social del Grupo BBVA, con múltiples actividades tanto en España como en América Latina

España

Artes Plásticas

Reflejo de la importancia que el Grupo concede a la promoción de la cultura, en 2003 se aprobó un nuevo Programa Cultural, gestionado por el Departamento de Actividades Culturales de BBVA, integrado en el área de Comunicación e Imagen y que ha consolidado su actividad a lo largo de 2004.

Entre otras actividades, desarrolla un importante programa expositivo, que incluye tanto muestras propias como en colaboración con museos y otras instituciones, así como un programa de restauración del patrimonio artístico:

- Exposiciones Propias: Colección BBVA.
  El Grupo es propietario y conservador de una relevante colección de obras de arte. La Colección BBVA (más de 3.000 obras) constituye un patrimonio artístico de notable importancia y ha sido la base de una serie de convenios de colaboración para realizar en 2004 una exposición itinerante de obras de la Colección por diversos países de América Latina. Para más información, (www.bbva.es/BBVA/ColeccionBBVA).
- Exposiciones en colaboración con otras instituciones**.** Se pueden señalar:
  - Tesoros del Museo Soumaya (México). Salas de Exposiciones de BBVA en Madrid (primavera 2004) y Bilbao (verano 2004).
  - El retrato español en el Museo del Prado. Museo del Prado, Madrid, del 19 de octubre de 2004 al 6 de febrero de 2005.
  - La mujer. Metamorfosis de la modernidad. Fundación Joan Miró, Barcelona, del 25 de noviembre de 2004 al 6 de febrero de 2005.
  - XVII Exposición de audiovisuales. Sala de Exposiciones de BBVA, Bilbao, del 1 al 22 de diciembre de 2004.
- Restauración y conservación del Patrimonio Artístico.
  En colaboración con distintas instituciones civiles y religiosas, el Grupo BBVA pretende con este programa contribuir a la recuperación y conservación de elementos muy significativos del patrimonio histórico-artístico español, actuando en edificios emblemáticos y bienes muebles considerados piezas fundamentales dentro de la historiografía del arte. Todos los proyectos se acompañan de la edición de una publicación que recoge el estudio artístico y la memoria técnica de los trabajos realizados. Las últimas restauraciones finalizadas han sido:

- Retablo de San Martín con Santa Úrsula y San Antón, de Gonçal de Peris, en el Museo de Bellas Artes de Valencia. Finalizada en mayo de 2004. En colaboración con la Consellería de Cultura de la Generalitat Valenciana.
- Aparición de la Virgen a San Francisco, de Juan Van der Hamen, en el Convento de Religiosas Clarisas de Santa Isabel de los Reyes de Toledo. Finalizada en diciembre de 2004. En colaboración con la Real Fundación de Toledo.

• Restauraciones en curso:
- Sepulcro de Ordoño II en la Catedral de León. En colaboración con el Cabildo de la Catedral de León.
- Capilla de San Miguel de la Catedral de Jaca, de Juan Moreto, en colaboración con la Diputación General de Aragón y el Obispado de Jaca.
- Techo de madera del Patio de los Arrayanes de la Alhambra de Granada. En colaboración con el Patronato de la Alhambra y el Generalife.

Música

Es otro de los campos hacia los que se canaliza el mecenazgo cultural del Grupo BBVA, apoyando a numerosas instituciones musicológicas de todo el espectro nacional.

Programa Cultural Xacobeo 2004

Con motivo de la conmemoración del Año Santo Compostelano 2004, BBVA firmó un convenio de colaboración con la Xunta de Galicia para el patrocinio del Programa Cultural Xacobeo 2004. Abarca una larga serie de importantes eventos culturales, principalmente en el campo de la música y de las artes plásticas.

Archivo y Museo Histórico de BBVA

El Archivo Histórico conserva, a través del importante patrimonio documental que custodia, la memoria histórica del Grupo BBVA, manteniendo un Museo sobre la historia económica del siglo XIX, desarrollando una línea de publicaciones sobre la historia financiera española y atendiendo consultas de investigadores. Ha impulsado también el concurso "Joven Concurso Cultural del Archivo Histórico BBVA".

Otras iniciativas culturales

Varios departamentos del Grupo BBVA en España apoyan y patrocinan iniciativas culturales. Debe destacarse entre ellas la labor editorial protagonizada por Gestión de Activos y Banca Privada, con envío de ejemplares a bibliotecas populares de todo el país, al Instituto Cervantes para su envío a las delegaciones en el exterior y a bibliotecas de instituciones penitenciarias.

América Latina

Entre las múltiples iniciativas de apoyo a la cultura desplegadas por entidades del Grupo en América Latina, y además de la colaboración en la exposición itinerante antes señalada, se destacan algunas de las líneas de trabajo más significativas.

Programa de Fomento Cultural de la Fundación BBVA Bancomer

A través del Fondo de Apoyo a las Artes, contribuye al desarrollo de publicaciones y proyectos

orientados a las artes plásticas y escénicas, consolidando una plataforma para la promoción de artistas e investigadores mexicanos. Entre sus iniciativas, destacan:

- Salón de Arte Bancomer, muestra anual del panorama representativo del arte plástico contemporáneo del país.
- Exposiciones de gran impacto mediático y creación de una ambiciosa base de datos sobre el arte mexicano.
- Premio de Literatura Latinoamericana y del Caribe Juan Rulfo, que se presenta en el entorno de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, a finales de cada año.

Programa Expositivo de la Fundación BBVA Provincial

Centrado en la promoción de artistas venezolanos, a lo largo del pasado ejercicio se siguió apoyando mediante nuevas exposiciones y encuentros paralelos el tradicional Programa Cultural de la Fundación, referencia obligada del panorama artístico del país. Destacaron en 2004 las exposiciones de Juan Araujo y de esculturas al aire libre.

Por otra parte, el Banco impulsa también el Programa de Campamentos Vacacionales para hijos de empleados, de carácter cultural y particularmente orientado a promocionar la cultura y el conocimiento del folclore nacional.

Programa Arte y Sociedad de la Fundación BBVA Banco Francés

Cuenta con tres grandes líneas de actuación:

- Promoción de la Cultura, con acuerdos con instituciones (como el Museo Metropolitano de la Ciudad de Buenos Aires) y patrocinio de muestras, algunas de ellas itinerantes.
- Programa de restauración y preservación de la Colección Badií (legada a la Fundación por el artista Líbero Badií), con un inventario digital de la propia colección, la realización de visitas guiadas didácticas para escolares y la jornada de puertas abiertas denominada "Noche de los Museos".
- Programa de preservación del patrimonio arquitectónico, con la restauración de piezas relevantes del acervo artístico argentino.

Programa Cultural de la Fundación BBVA Banco Continental

Con exposiciones de artistas peruanos en las salas que mantiene en Lima, Cajamarca, Iquitos y Trujillo, y, sobre todo, con la colaboración con el importante Museo de Arte Precolombino de Cuzco, instalado en un edificio del Banco (la Casa Cabrera). Constituye una de las colecciones más importantes del mundo de arte precolombino.

Concurso Nacional de Pintura BBVA Colombia

Espacio de participación en donde los artistas colombianos encuentran un escenario de creación y reflexión, constituyendo el evento de este carácter más importante de Colombia.

Para más información, (www.bbva.com.co).

> Invirtiendo en salud

La salud constituye una de las necesidades prioritarias del ser humano: una preocupación que, con el aumento de la calidad de vida, no hace sino

crecer en las sociedades avanzadas. Es ésa la razón de que el Grupo BBVA no haya querido estar ausente de esta problemática en su política de acción social.

España

Es una preocupación particularmente relevante para la Fundación BBVA, a la cual dedica una de sus áreas fundamentales de trabajo: la denominada Biomedicina, Salud y Sistema Sanitario. Con el objetivo general de mejorar el conocimiento sobre todas aquellas cuestiones que inciden en el estado de salud de la población, destina una atención preferente a la investigación biomédica y a las consecuencias que sus logros generan sobre el sistema sanitario, la formación de profesionales, el nivel de salud y la calidad y modos de vida de la sociedad. Centra su actividad en este campo en dos programas básicos:

- Biomedicina: con líneas de trabajo en Epidemiología, Bioinformática y Medicina Molecular.
- Salud y Sistema Sanitario.

En ambos, la Fundación impulsa el conocimiento por medio de la promoción de investigaciones –particularmente a través de convocatorias públicas de ayudas–, organiza encuentros, seminarios y cursos especializados, así como conferencias y actos públicos de divulgación, desarrollando también una intensa labor editorial como resultado de las iniciativas realizadas.

Como iniciativas específicas a lo largo de 2004 cabe destacar la puesta en marcha de las investigaciones seleccionadas en la Primera Convocatoria de Ayudas a la Investigación en Bioinformática, el desarrollo de programas específicos para la formación en España de especialistas latinoamericanos en el ámbito de la Biomedicina (en colaboración con la Fundación Carolina), la publicación de la segunda convocatoria de Ayudas a la Investigación en Economía y Gestión de la Salud y Esperanza de Vida y Salud, el programa de Encuentros Internacionales sobre Oncología o el mantenimiento de la colaboración en un importante proyecto de investigación de "Desarrollo y evaluación de nuevas estrategias de control de la malaria", que desde 2002 se realiza en Mozambique por el Hospital Clinic de Barcelona, bajo el amparo de la Organización Mundial de la Salud.

Al margen de la Fundación, debe reseñarse la colaboración que ha mantenido Banca de Instituciones con la Fundación Fernando Abril Martorell para la realización de un ciclo de conferencias periódicas sobre temas de interés para el sector sanitario, que se desarrollan en la sede de Banco de Crédito Local.

América Latina

Entre las iniciativas desarrolladas por entidades del Grupo en América Latina, deben mencionarse la colaboración de la Fundación BBVA Provincial con el programa "Alianza para una Venezuela sin Drogas", el Programa Educativo contra las Adicciones desarrollado en México por la Fundación BBVA Bancomer y la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, en colaboración con la Secretaría de Educación Pública, la colaboración que desde hace tiempo prestan BBVA Banco Uruguay y sus empleados a la sección infantil del Hospital Pereira Rosell o las ayudas aportadas por BBVA Banco Francés a entidades sanitarias argentinas.

> Desarrollando las Ciencias Sociales

España

El Grupo BBVA viene realizando tradicionalmente una destacada labor de impulso del conocimiento, la información y la investigación en el campo de las Ciencias Sociales, en especial de la Economía, a través de la promoción de estudios, publicaciones, actividades de especialistas externos y realización directa de líneas de trabajo propias. Se trata de un campo de actividad en el que intervienen diferentes unidades y entidades del Grupo, destacando sobre todo la Fundación BBVA y el conjunto de Servicios de Estudios del Grupo.

La actividad de interés social de los Servicios de Estudios

El Grupo BBVA mantiene importantes Servicios de Estudios en muchos de los países en los que

tiene una presencia relevante: España, Argentina, Colombia, Chile, México, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela. 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 muy notable función de interés social a través de sus informes, investigaciones y publicaciones, al tiempo que mantienen una intensa actividad en numerosos actos públicos, medios de comunicación, foros, grupos de trabajo y redes de investigación, apoyando además a diferentes instituciones nacionales e internacionales dedicadas a la investigación en materia económica. Son sus objetivos básicos el fomento del conocimiento económico, la mejora de la información y el impulso de la investigación, así como el apoyo a las instituciones públicas en la toma de decisiones en temas de política económica.

De particular relevancia en esta labor son las publicaciones (se editan un total de 49, en su mayor parte periódicas), distribuidas gratuitamente y en su mayoría disponibles en las webs correspondientes, a través de las que se difunden a la sociedad sólidos análisis e información rigurosa, tanto sobre problemas y tendencias globales de la actividad económica, con particular atención a los mercados financieros, como sobre las realidades económicas concretas a las que se dirigen.

Fundación BBVA

La preocupación de la Fundación BBVA por el amplio ámbito de temas estudiados por las Ciencias Sociales se canaliza fundamentalmente hacia el fomento de la investigación y el debate científico en áreas particularmente dinámicas, tanto desde una dimensión estrictamente científica como por su potencial proyección aplicada a los retos y oportunidades de la sociedad del inicio del siglo XXI:

- Socioeconomía (con líneas específicas sobre "Crecimiento económico y capitalización" y "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.

En todos estos campos, la Fundación centra su actividad en la promoción del conocimiento, impulsando la investigación, apoyando la formación y desarrollando una extensa labor editorial (siempre vinculada a los trabajos que realiza). Dedica especial atención a la difusión del conocimiento generado, mediante la organización de encuentros y seminarios para expertos y de programas divulgativos dirigidos al público en general.

Entre las numerosas actividades realizadas durante 2004, merece destacarse la puesta en marcha de los proyectos de investigación seleccionados en la segunda convocatoria de las Ayudas a la Investigación en Ciencias Sociales (Economía, Demografía y Estudios de Población y Estudios Europeos), fallada en diciembre de 2003, y la publicación de la tercera convocatoria (noviembre de 2004). Actividades reseñables por su importancia han sido también los terceros Cursos Anuales de Especialización en Periodismo de Fundación BBVA, Escuela de Periodismo de la Universidad Autónoma de Madrid y *El País y* la realización de un nuevo programa de becas para la formación de especialistas latinoamericanos en Economía (Finanzas), en colaboración con la Fundación Carolina.

América Latina

También las entidades del Grupo en América Latina realizan diferentes actividades de interés social relacionadas con el mundo de las Ciencias Sociales, además de las ya comentadas de los Servicios de Estudios. Entre las muchas desarrolladas a lo largo del año, pueden destacarse las siguientes:

BBVA Banco Francés (Argentina)

- Estímulo del reconocimiento de la labor empresarial (Programa Promover Emprendedores), ámbito en el que destacan sobre todo su impulso de los Premios al Emprendedor Agropecuario (de los que en 2004 se celebró la 15ª edición) y al Emprendedor Solidario (con su tercera edición en el año).

- Aportaciones a diversas instituciones de investigación económica y colaboración en foros y eventos sobre esta temática, entre los que merece reseñarse su participación en el VII Taller de Economía y Finanzas, organizado en colaboración con la Universidad Torcuato Di Tella y la Fundación BBVA.
- Promoción de la actividad económica y empresarial, uno de los ejes básicos de la Fundación BBVA Banco Francés, con apoyos a investigaciones sobre la realidad económica y empresarial argentina y la organización y fomento de actos públicos sobre estas cuestiones.

BBVA Colombia

- Impulso de programas de investigación, complementados por publicaciones y actividades de debate y difusión, en colaboración con la Fundación CEGA (creada en 1982 por el Banco y por asociaciones agrarias colombianas y sostenida por el propio Banco), sobre temas básicos de la economía colombiana, con particular atención al sector agropecuario.

BBVA Continental (Perú)

- Programa APRENDO, destinado a impulsar conocimientos básicos de la economía y del sector financiero entre escolares, y diversas ayudas a instituciones y foros económicos (entre las que cabe destacar la destinada al Foro Económico de la Cámara de Industria y Comercio).

BBVA Banco Provincial (Venezuela)

- Programa de formación de microempresarios en colaboración con la Universidad Metropolitana, que abarcará entre 2004 y 2005 a 5.000 pequeños emprendedores, que posteriormente podrán acceder a financiación preferente del Banco.
- Colaboración de la Fundación BBVA Provincial en la Red Venezolana para el Desarrollo Social.
- Diferentes colaboraciones con instituciones públicas y privadas para el fomento del conocimiento de la economía venezolana, destacando las realizadas con la Universidad Central de Venezuela y con el LatinAmerican Forum.

> Preservando el medio ambiente

El Grupo BBVA considera el medio ambiente un área clave de apoyo a la comunidad, contribuyendo a su preservación a través de diferentes frentes: tanto en su actividad habitual –aspecto mencionado en otros lugares de este Informe– como en su acción social, vertiente a la que dedica una importante dotación presupuestaria, que canaliza principalmente por sus fundaciones en España y México.

España

La actuación en este terreno viene básicamente protagonizada por la Fundación BBVA, que en 2004 ha dedicado el 40% de su presupuesto total al medio ambiente, con un incremento respecto a 2003 del 60%.

A esta temática dedica la Fundación una de sus tres áreas de trabajo, Ciencias Ambientales, que concentra su actividad en dos líneas básicas:

- Conservación de la biodiversidad.
- Regulación y gestión de espacios naturales protegidos.

Como en sus restantes áreas de trabajo, la labor de la Fundación en este campo se orienta a la promoción y difusión del conocimiento científico, con actuaciones de fomento de la investigación, celebración de encuentros, seminarios y cursos para especialistas y conferencias divulgativas, impulso de la formación avanzada y edición de publicaciones sobre los temas desarrollados. En este caso, además, destaca la puesta en marcha de una importante línea de premios internacionales.

En este contexto, las principales iniciativas concretas a lo largo de 2004 pueden sintetizarse en las siguientes:

- Convocatoria de los I Premios Fundación BBVA a la Conservación de la Biodiversidad en España y América Latina. Su objetivo es apoyar la investigación científica y las actuaciones innovadoras en materia de conservación, así como difundir a la sociedad la importancia del medio ambiente. Son los premios de mayor cuantía del mundo en esta temática (un millón de euros en conjunto), y la

Fundación Empresa y Sociedad

BBVA, como patrono de la Fundación Empresa y Sociedad, es una empresa comprometida a:

- Mejorar su estrategia y su práctica de acción social.
- Comunicar adecuadamente su acción social.
- Apoyar las actividades institucionales de la Fundación para promover la acción social en el sector empresarial.

calidad e independencia de su jurado internacional permite garantizar el máximo rigor científico en el proceso de selección. Con tres modalidades (Investigación, Actuaciones Prácticas y Difusión del Conocimiento), recibieron un total de 153 proyectos, siendo fallados a finales de 2004 (www.fbbva.es).

- Resolución de la I Convocatoria de Ayudas a la Investigación en Biología de la Conservación (convocada a finales de 2003 y dotada con 2,4 millones de euros), con doce proyectos seleccionados.
- Lanzamiento de la II Convocatoria de Ayudas a la Investigación en Biología de la Conservación, con otras doce ayudas y una dotación total, asimismo, de 2,4 millones de euros.
- Programa de becas para la formación en España de especialistas latinoamericanos en Medio Ambiente, en colaboración con la Fundación Carolina.
- Presentación de un avanzado sistema de digitalización de fuentes de información del Parque Natural de Doñana en España, en colaboración con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Fomento de proyectos de investigación sobre distintos espacios naturales latinoamericanos, en el marco del programa de Ayudas a la Investigación en Biología de la Conservación.
- Realización de un curso sobre Periodismo Medioambiental, en el marco de los ya reseñados Cursos de Verano organizados en colaboración con *El País* y la Universidad Autónoma de Madrid.

América Latina

Entre las actuaciones más relevantes del Grupo en América Latina en 2004 desde una perspectiva ambiental, no puede dejar de mencionarse la adhesión de los bancos de Argentina, Colombia, México y Perú al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, en el que tres de sus diez compromisos se refieren el medio ambiente.

Deben destacarse también las siguientes iniciativas:

- En México, la Fundación BBVA Bancomer desarrolla una importante labor de apoyo de la conservación de los bosques autóctonos. En 2004 firmó un convenio con Pronatura, el Gobierno del Distrito Federal y la Universidad Nacional Autónoma de México para impulsar el proyecto Conservación y Educación Ambiental en el Parque Ecológico de la Ciudad de México "Ajusco Medio", área natural protegida de 7.217 hectáreas (www.fundacionbbvabancomer.com).
- En Venezuela, BBVA Banco Provincial colabora en un programa de mecenazgo ambiental de apoyo a entidades públicas y ONG's, con una especial atención a la preservación de las playas del país. Impulsa además proyectos de concienciación y sensibilización ambiental y de voluntariado ambiental de los empleados del Banco.
- BBVA Colombia ha participado con el Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander Von Humboldt y el Ministerio de Agricultura, Desarrollo Rural y Medio Ambiente en los premios otorgados en los Con-

cursos Nacionales de Biocomercio Sostenible y de Biotecnología.

- En Perú, BBVA Banco Continental ha representado al Grupo BBVA en las jornadas de presentación oficial en América Latina de la Iniciativa para Entidades Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP-FI), interviniendo activamente en el Latin America Task Force que ha puesto en marcha esta Iniciativa, presentándose sus conclusiones en la Junta Anual de UNEP FI, celebrada en París en octubre de 2004 (www.unepfi.net).

En Argentina, la Fundación BBVA Banco Francés ha auspiciado la I Jornada de Calidad Ambiental "Educar para el presente y para el futuro", organizada por la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires y la Asociación Argentina de la Ciencia del Suelo. Igualmente, ha participado en los desayunos sobre "La Agenda de la Responsabilidad Ambiental en las Empresas" organizados por la Fundación Compromiso y la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina.

> Promocionando la responsabilidad social de la empresa

La importancia que BBVA concede al fomento general de la responsabilidad social corporativa se refleja en las frecuentes referencias del Presidente de la entidad a estas cuestiones en sus intervenciones públicas, pero también en una recurrente labor de fomento y difusión social de esta problemática.

España

Es una labor de promoción que se entiende como una vertiente de la acción social del Grupo: la colaboración en actividades dirigidas a la difusión social y a la mejora del conocimiento entre públicos interesados y especialistas de lo que este concepto implica y de las medidas necesarias para llevarlo a la práctica. Una labor que viene realizando habitualmente el Departamento de Responsabilidad Social Corporativa, pero en la que también participa el área de Comunicación e Imagen (muy especialmente, a través del Departamento de Identidad y Reputación Corporativa).

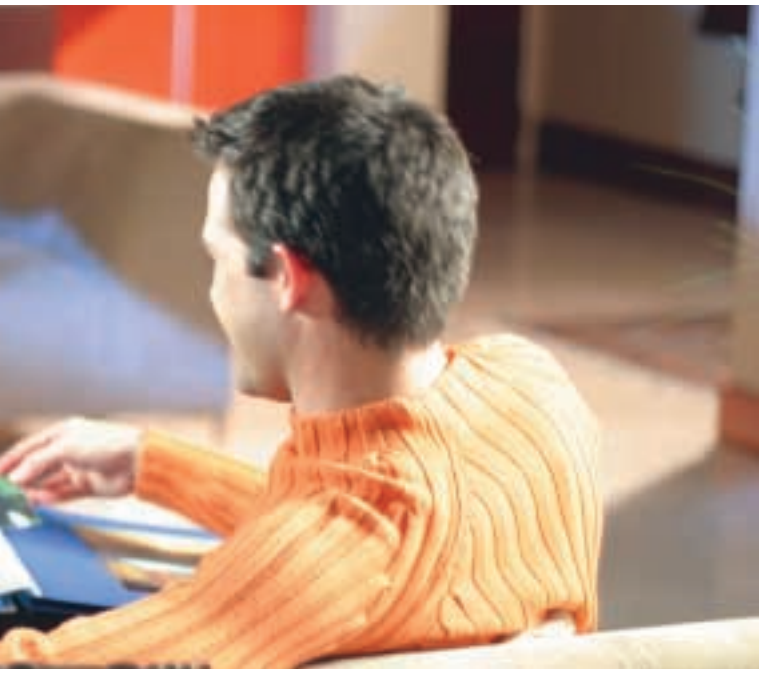
Una vertiente básica de esta labor es la participación activa en entidades y foros que promueven la responsabilidad social en España, entre los que cabe señalar los siguientes:

- Foro de Reputación Corporativa, del que BBVA es una de las cuatro empresas fundadoras (junto a Telefónica, Repsol YPF y Aguas de Barcelona) y que dedica a la RSC una atención preferente.
- Fundación Empresa y Sociedad, a cuyo Patronato pertenece BBVA y que centra su cometido en la promoción de la acción social empresarial.
- Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA).

La actividad promotora de la RSC directamente realizada por BBVA se canaliza principalmente a través de líneas de fomento de la investigación (informes *Inversión Socialmente Respon-*

sable. De los valores a la acción, con Ferrovial, Fundación Entorno y Fundación Ecología y Desarrollo, y *Las Microfinanzas en América Latina*, con Fundación Codespa), de formación (curso "Ética y RSC: negocios y Derechos Humanos", con Economistas sin Fronteras y la UNED, Ávila, 7-9 de julio) y de extensión de la información (ciclo de conferencias "La responsabilidad social de la empresa" –Acción Social, Madrid, 18-21 de octubre– y "Jornadas de presentación del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en Bilbao, 11 de octubre, con Iberdrola y Grupo Eroski).

El Departamento de Responsabilidad Social Corporativa, por otra parte, ha participado en numerosos actos públicos dedicados a esta problemática, ha intervenido en varios programas radiofónicos y publicado diversos artículos en medios de comunicación y revistas especializadas. Son actividades, por otra parte, muy relacionadas en no pocos casos con las que viene realizando paralelamente el Departamento de Identidad y Reputación Corporativa en torno a temas relacionados con la imagen, la marca y la reputación social de la empresa, asimismo con frecuentes intervenciones publicas y artículos, tanto en medios generalistas como en publicaciones especializadas.



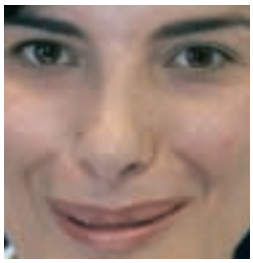
América Latina

También algunos bancos del Grupo en América Latina se muestran muy activos en esta labor de promoción social de la RSC, siendo obligado mencionar cuatro casos particularmente relevantes:

- BBVA Banco Francés, promotor del Foro Ecuménico y Social, una relevante iniciativa de ambición latinoamericana para el fomento de la ética, la solidaridad, la participación ciudadana y la responsabilidad social de las organizaciones (con una cátedra específica sobre Responsabilidad Social y Ciudadana), e impulsor de los ya mencionados Premios al Emprendedor Solidario. Desarrolla al tiempo –tanto directamente como a través de la Fundación BBVA Banco Francés– una notable actividad de fomento de los estudios sobre la RSC y de participación en foros y actos públicos sobre estos temas (con una especial dedicación a la promoción del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en Argentina).
- BBVA Banco Continental, que ha participado activamente, en representación del Grupo BBVA en América Latina, en el Latin America Task Force de la Iniciativa para Entidades Financieras del Programa de las Naciones Unidas para Medio Ambiente (UNEP-FI).
- BBVA Bancomer, que viene colaborando decididamente desde hace tiempo con el Centro Mexicano para la Filantropía y que ha conseguido por cuarto año consecutivo el certificado de Empresa Socialmente Responsable.
- BBVA Banco Provincial, que ha desarrollado a lo largo del año un sólido programa de RSC y que ha oficializado su compromiso de editar en 2005 un Informe Anual de RSC, siendo así el primer banco del Grupo en hacerlo.

Iniciativas a las que debe añadirse, por su efecto impulsor en sus países respectivos, la adhesión oficial al Pacto Mundial de las Naciones Unidas de cuatro entidades del Grupo en 2004: BBVA Banco Continental, BBVA Banco Francés, BBVA Bancomer y BBVA Colombia.

> Principales líneas de trabajo en 2005



La materialización de la visión de BBVA ("Trabajar por un futuro mejor para las personas") implica un esfuerzo permanente por conocer y atender mejor las necesidades y expectativas que frente a él mantienen todos sus grupos de interés. Persiguiendo la mejora continua, el Grupo establece constantemente nuevas líneas de trabajo que le ayuden a implementar su visión. Líneas que abarcan desde principios y políticas hasta el desarrollo e implantación de sistemas, procesos

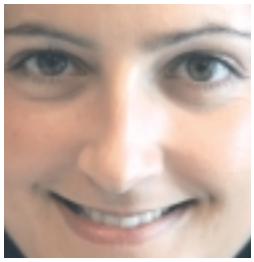
> Principales líneas de trabajo en 2005

Objetivo	Líneas de actuación y proyectos emblemáticos
Soluciones	Ampliación de las consideraciones de criterios ambientales y sociales en los productos y servicios, profundizando en la búsqueda de soluciones adecuadas para las instituciones públicas y privadas que satisfacen necesidades básicas y prestando una especial atención a productos en condiciones preferentes vinculados al ámbito de la familia.
Personas de BBVA	Atención permanente a las expectativas de los empleados, intensificando –entre otros aspectos- las mejoras en las vías de desarrollo profesional, en la gestión del trabajo en equipo y en la salud laboral.
Proveedores	Desarrollo de sistemas y procedimientos tendentes a facilitar una relación con los proveedores más cercana y basada en el beneficio mutuo, en el marco del enriquecimiento del proceso de homologación, mejorándose de forma continua los canales de comunicación con los proveedores.
Integridad	Promoción continua de la observancia de estrictos estándares de comportamiento ético como fuente de creación de valor y preservación de la confianza de los grupos de interés en las capacidades de BBVA para cumplir los compromisos que con todos ellos se derivan de su actividad.
Transparencia	Promoción de la transparencia en la comunicación con todos los grupos de interés y en la forma de operar en todos los ámbitos.
Reputación	Comienzo de implantación de un sistema de monitorización y gestión de la reputación, a través de la medición de indicadores que evalúan tanto la percepción de los grupos de interés como la realidad de la gestión que subyace, lo que permitirá identificar riesgos y oportunidades concretos de reputación sobre los que actuar.
	Desarrollo de nuevas herramientas tecnológicas y fortalecimiento de la formación y de los recursos para prevenir la utilización de los productos y servicios del Grupo en actividades ilícitas relacionadas con el blanqueo de dinero y la financiación de actividades terroristas.

y herramientas que posibilitan su realización. A lo largo de este Informe se han mencionado numerosos campos, metodologías e instrumentos a través de los que BBVA trabaja para satisfacer su compromiso de responsabilidad. Sin que deba considerarse en modo alguno como una lista exhaustiva, a continuación se señalan diez de las principales líneas de trabajo del Grupo en 2005 que más estrecha relación tienen con este compromiso.

Objetivo	Líneas de actuación y proyectos emblemáticos
Compromisos internacionales	Fortalecimiento de los mecanismos para responder adecuadamente a los compromisos con los principios internacionales suscritos, potenciando el sistema de seguimiento del cumplimiento del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, de UNEP-FI y de los Principios de Ecuador e impulsando el Pacto Mundial en todos los países en que el Grupo tiene una presencia significativa.
Medio ambiente	Consideración sistemática de factores ambientales en los productos y servicios que ofrece BBVA y en el análisis del riesgo crediticio, ampliación de las certificaciones ISO 14001 y desarrollo general del Sistema de Gestión Ambiental del Grupo.
Comunidad	Potenciación de las vías de apoyo a la comunidad, desarrollando el Plan Familias BBVA y reforzando la actuación de las fundaciones del Grupo y los principales programas de patrocinio y mecenazgo.
Gestión de la RSC	Mejora del sistema de información de RSC, ampliación del alcance de la verificación independiente del Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa y planteamiento de informes específicos en bancos del Grupo en América Latina.

> Anexos



> GRI
> Pacto Mundial
> Principios de Ecuador
> Principios que rigen este Informe
> Informe de verificación
> Cómo participar en el desarrollo del compromiso de BBVA

> GRI

> Indicadores de Global Reporting Initiative (GRI)

> 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.	3-5
1.2	Declaración del presidente (o de un directivo equivalente) que describe los elementos principales de la memoria de sostenibilidad.	3-5

2	Perfil	Páginas
	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	
2.1	Nombre de la organización informante.	10-11
2.2	Principales productos y/o servicios, incluyendo marcas, si procede.	8-11, 62-83
2.3	Estructura operativa de la organización.	9, IA 80-81
2.4	Descripción de los principales departamentos, compañías operadoras, filiales y empresas conjuntas.	8-11, IA 54-56,80-81,122,193,234-240
2.5	Países en los que opera la organización.	10-11
2.6	Naturaleza de la propiedad; forma jurídica.	8-11, 42, IA 45-51
2.7	Naturaleza de los mercados a los que se sirve.	8-11, IA 78-121
2.8	Magnitud de la organización informante.	8-11, 62-83, IA 0, Datos Relevantes
2.9	Lista de partes interesadas, características principales de cada una y relación con la organización informante.	4, 24-25
	ALCANCE DE LA MEMORIA	
2.10	Persona/s de contacto para temas relacionados con la memoria, con sus respectivas direcciones web y de email.	175
2.11	Período cubierto por la memoria (por ejemplo, año fiscal/civil) para la información proporcionada.	3, 170
2.12	Fecha de la memoria previa más reciente (si existe).	4
2.13	Cobertura de la memoria.	170-171
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.	12-13, IA 8-9, 11-12, 196, 204
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/o entre entidades informantes.	170-171, IA 178-180
2.16	Descripción de la naturaleza y efecto de cualquier reformulación de información ya presentada en memorias anteriores y los motivos de tal reformulación.	Nota 1

Visión y estrategia, perfil y estructura de gobierno y sistemas de gestión (cont.)

2	Perfil	Páginas
	PERFIL DE LA MEMORIA	
2.17	Decisiones de no aplicar los principios o protocolos GRI en la elaboración de la memoria.	158-165, 170-171
2.18	Criterios y/o definiciones utilizados en la contabilidad de los costos y beneficios económicos, ambientales y sociales.	41-46, 121, 132-133
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.	121, 132-133
2.20	Políticas y medidas internas para garantizar la precisión, la exhaustividad y la veracidad de la información presentada en la memoria de sostenibilidad.	171-173
2.21	Políticas y medidas actuales orientadas a proporcionar mecanismos independientes para la verificación de la memoria en su conjunto.	171-173
2.22	Medios a través de los cuales los usuarios pueden encontrar información adicional o memorias sobre los aspectos económicos, ambientales y sociales.	175, IA 264-266

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 138-163
3.2	Porcentaje de la junta directiva formado por consejeros independientes sin cargo ejecutivo.	28, IA 146-147
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.	119
3.4	Procesos directivos para supervisar la identificación y la gestión de las oportunidades y los riesgos económicos, ambientales y sociales de la organización.	119, 52, IA 159-162
3.5	Relación entre la remuneración directiva y la consecución de los objetivos financieros y no financieros de la organización.	94-95, IA 124-126, 143, 158-159
3.6	Estructura de la organización y miembros fundamentales responsables de la supervisión, puesta en práctica y auditoría de políticas económicas, ambientales y sociales.	28, 32-34, 51, 171, IA 141, 157-158
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.	3, 18-21, 26-30, 32-34
3.8	Mecanismos que permiten a los accionistas comunicar sus recomendaciones a la junta directiva.	2-5, 49, IA 144, 266

Visión y estrategia, perfil y estructura de gobierno y sistemas de gestión (cont.)

3	Estructura de Gobierno y Sistemas de Gestión	Páginas
	COMPROMISO CON LAS PARTES INTERESADAS	
3.9	Bases para la identificación y la selección de las principales partes interesadas.	4, 18, 24-25
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.	25, 33, 46, 48, 57-59, 89, 116-117, 170, 174-175
3.11	Tipo de información generada por las consultas de las partes interesadas.	57-59, 89
3.12	Empleo de la información obtenida como resultado de los compromisos con las partes interesadas. Políticas globales y sistemas de gestión.	116-117, 132-133, 25, 33, 48, 56-59, 88-89, 94-97
	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.	28-29, 75, IA 54-56
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.	3, 28-29, 53, 67, 75, 108, 117, 134-151
3.15	Pertenencia a asociaciones empresariales e industriales y/o organizaciones asesoras nacionales e internacionales.	13, 70, 75, 110-111
3.16	Políticas y/o sistemas para la gestión de los impactos ocasionados por los procesos anteriores y posteriores a los de la organización.	154-155, 27-29, 62-83, 116-117, 122-125, 132-133
3.17	Enfoque de la organización acerca de la gestión de los impactos económicos, ambientales y sociales indirectos producidos como resultado de sus actividades.	3, 50-53, 126-127, 132-133
3.18	Principales decisiones tomadas durante el período de elaboración de la memoria en relación con la ubicación o la modificación de las operaciones.	3, 12-13
3.19	Programas y procedimientos relativos al desempeño económico, ambiental y social.	Nota 2
3.20	Estado de la certificación de sistemas de gestión económica, ambiental y social.	15, 59, 115, 119, 122-123

Indicadores de desempeño

(1)	Indicadores de desempeño económico	Página
	IMPACTOS ECONÓMICOS DIRECTOS	
	Clientes	
C	EC1. Ventas netas.	IA 19-21
C	EC2. Desglose geográfico de los mercados.	10-11
	Proveedores	
C	EC3. Costos de todas las materias primas y mercancías adquiridas y de todos los servicios contratados.	41-45
C	EC4. Porcentaje de contratos pagados en conformidad con los términos acordados.	Nota 3
A	EC11. Desglose de los proveedores por organizaciones y países.	Nd
	Empleados	
C	EC5. Gastos salariales totales desglosados por países.	44
	Proveedores de capital	
C	EC6. Distribución entre los proveedores de capital.	42, IA 45-47
C	EC7. Aumento/disminución de las ganancias retenidas a final del período.	IA 46, 50
	Sector Público	
C	EC8. Suma total de todo tipo de impuestos pagados, desglosados por países.	46, IA 222-223
C	EC9. Subsidios recibidos, desglosados por países o regiones.	Nota 4
C	EC10. Donaciones a la comunidad, sociedad civil u otros grupos, en metálico y en especie desglosadas por tipos de grupos.	132-133
A	EC12. Gasto total en desarrollo de infraestructura empresarial externa ajena a la actividad.	76, 83, 143-145
	IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS	
A	EC13. Impactos económicos indirectos de la organización.	50-53

Nota 1: Este tercer informe mejora cualitativa y cuantitativamente la información de los dos anteriores y aspira a una continua mejora de la transparencia y de la calidad en la información aportada. Mejoras cuantitativas particularmente significativas figuran en el capítulo de creación de valor (págs. 36-53) y en la información del impacto ambiental (págs. 114, 115 y 121) y de las actuaciones en apoyo a la comunidad (págs. 132-133)
Nota 2: BBVA entiende que este indicador queda reflejado a lo largo de todo el Informe.
Na: No aplica.
Nd: No disponible.
IA: Informe Anual 2004

Indicadores de desempeño (cont.)

(1)	Indicadores de desempeño ambiental	Página
	MATERIAS PRIMAS	
C	EN1. Consumo total de materias primas aparte del agua, por tipos.	121
C	EN2. Porcentaje de materias primas utilizadas que son residuos (procesados o no).	114, 120-122
	ENERGÍA	
C	EN3. Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias.	114, 121
C	EN4. Consumo indirecto de energía.	Nota 5
A	EN17. Iniciativas para emplear fuentes de energía renovables y para incrementar el rendimiento energético.	75, 129
A	EN18. Huella del consumo de energía.	Na2
A	EN19. Otros usos indirectos de la energía.	121, 124
	AGUA	
C	EN5. Consumo total de agua.	121
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
	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.	148-150
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.	15, 114-115, 121, 124-125
C	EN9. Utilización y emisiones de sustancias reductoras del ozono.	Nota 6
C	EN10. NOx, SOx y otra emisiones atmosféricas de importancia, desglosadas por tipo.	Nota 5
C	EN11. Cantidad total de residuos, desglosados por tipos y destinos.	121-123
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.	121
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).	45, 117

Indicadores de desempeño (cont.)

(1)	Indicadores de desempeño ambiental	Página
	PRODUCTOS Y SERVICIOS	
C	EN14. Impactos ambientales significativos de los principales productos y servicios.	68-69, 75, 126
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.	115
	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.	114

(1)	Indicadores de desempeño social	Página
	PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE	
	Empleo	
C	LA1.Desglose del colectivo de trabajadores.	87, IA 128-129
C	LA2. Creación de empleo neta y promedio de facturación, desglosados por regiones / países.	101
A	LA12. Prestaciones sociales a los empleados no exigidas por ley.	106-107
	RELACIONES EMPRESA / TRABAJADORES	
C	LA3. Porcentaje de empleados representados por organizaciones sindicales independientes.	111
C	LA4. Política y procedimientos de información, consulta y negociación con los empleados sobre los cambios en las operaciones de las organizaciones.	110, 95-97
A	LA13. Disposiciones sobre la representación formal de los trabajadores en la toma de decisiones o la gestión, incluido el gobierno corporativo.	110
	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.	102-105
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.	102-105
C	LA7. Tasas de absentismo, accidentes y daños laborales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo (incluidos los trabajadores subcontratados).	103
C	LA8. Descripción de políticas o programas (en el lugar de trabajo y otros ámbitos) sobre el VIH/SIDA.	76
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.	105, 110
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.	102, 110
	FORMACIÓN Y EDUCACIÓN	
C	LA9. Promedio de horas de formación por año.	92-93, 115
A	LA16. Descripción de los procedimientos que fomentan la contratación continua de empleados y gestionan los programas de jubilación.	92-94
A	LA17. Políticas específicas enfocadas a la gestión de los conocimientos prácticos o la formación continuada.	90-92, 94

(1)	Indicadores de desempeño social	Página
	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.	27, 98-99, 101
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.	99, IA 147, 163
	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.	27-29, 86-112
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.	27-29, 45, 83
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.	27, 29, 45
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.	94
	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.	27-28, 63-65
	Libertad de asociación y negociación colectiva	
C	HR5. Análisis de la política de libertad asociación y su grado de aplicación	110-111
	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 con este tema, así como de los sistemas de seguimiento y sus resultados.	27-29
	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.	28-29
	Medidas disciplinarias	
A	HR9. Descripción de prácticas de apelación relacionadas (no exclusivamente) con los derechos humanos.	27-28, 99
A	HR10. Análisis de las políticas de no represalia y de los sistemas confidenciales de queja (limitándose a su impacto en los derechos humanos).	27-28,99
	Medidas de seguridad	
A	HR11. Formación del personal de seguridad en derechos humanos.	Nd
	Derechos de los indígenas	
A	HR12. Descripción de políticas, directrices y procedimientos diseñados para abordar las necesidades de los pueblos indígenas.	75
A	HR13. Descripción de mecanismos de reclamación para la comunidad gestionados conjuntamente por la organización y las autoridades.	57, IA 134-135, 161-162, 254
A	HR14. Porcentaje de los ingresos resultantes de las operaciones que se redistribuye a las comunidades locales.	132-133
	LA SOCIEDAD	
	Comunidad	
C	SO1. Descripción de las políticas de gestión de los impactos causados a las comunidades de las regiones afectadas por las actividades	50-53, 132-151, 56-57
A	SO4. Distinciones recibidas en relación con la actuación social, ambiental y ética.	39, 42

Indicadores de desempeño (cont.)

(1)	Indicadores de desempeño social	Página
	Corrupción	
C	SO2. 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.	27-29, 51-52
	Contribuciones políticas	
C	SO3. Descripción de la política y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento dedicados a las contribuciones y los instrumentos de presión política.	27-28, 110
A	SO5. Cantidad de dinero donado a instituciones y partidos políticos cuya función principal es la de financiar a los partidos o a sus candidatos.	Nd
	Competencia y precios	
A	SO6. Resoluciones relativas a causas judiciales sobre las normativas antimonopolio.	Nd
A	SO7. Descripción de políticas y sistemas de gestión/procedimientos, así como de mecanismos de cumplimiento enfocados a prevenir las conductas contrarias a la libre competencia.	27
	RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO	
	Salud y seguridad del cliente	
C	PR1. Descripción de la 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.	57-60, 103
A	PR4. Número y tipo de incumplimientos de las normativas referentes a la salud y seguridad del cliente, así omo sanciones y multas impuestas a estas infracciones.	Nd
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.	39, 42
	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.	27-28, 57-59
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.	Nd
A	PR8. Análisis de políticas y sistemas de gestión/procedimientos, así como de los mecanismos de cumplimiento relativos a la satisfacción del cliente y de los resultados de los estudios que evalúen esa satisfacción. Señalar las áreas geográficas amparadas por tales políticas.	15, 56-59
	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.	27
	PR10. Número y tipos de infracciones cometidas en el marco de las normativas sobre el marketing y la publicidad.	Nd
	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.	27-57
A	PR11. Número de demandas probadas con respecto a las violaciones de la intimidad del cliente.	Nd

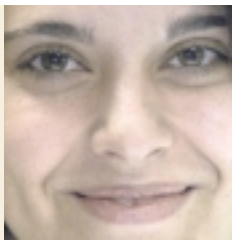
(1) (C) Indicador central; (A) Indicador adicional.
Na1: Esta situación no existe, no se ha registrado durante el período del Informe y/o no existen planes para realizarla dentro de la entidad informante.
Na2: Aspecto no identificado en el proceso de determinación de materialidad y respuesta para este informe (ver página 170-171).
Nota 3: Las facturas recibidas por BBVA se pagan en los plazos acordados. EL estándar son 30 días, aunque en algunos contratos se establecen condiciones particulares pactadas con los proveedores.
Nota 4: Los subsidios recibidos por BBVA son mayoritariamente en concepto de formación y son canalizados por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo (www.fundaciónntripartita.org). Éstos han ascendido durante 2004 (en España) a 3,4 millones de euros.
Nota 5: No disponible debido a la falta del sistema de datos que requiere esta información. Se prevé completarlo adecuadamente en el Informe Anual de RSC de 2005 (a publicar en 2006).
Nota 6: Las sustancias reductoras de la capa de ozono no se consideran relevantes en función al tipo de actividad principal del Grupo.
Nd: No disponible.

Suplemento GRI del Sector Financiero

		Páginas
CSR	GESTIÓN DE LA RSC	
CSR 1	Política de RSC.	24-30
CSR 2	Organización de la RSC.	32-34
CSR 3	Auditorías de RSC.	15, 51, 105, 171
CSR 4	Gestión de asuntos sensibles (corrupción, aportaciones a partidos políticos, lavado de dinero, financiación de terrorismo, etc.).	15, 27-29, 51
CSR 5	Incumplimiento (normativas, reglamentos, estándar, leyes, etc.).	Na1
CSR 6	Diálogo con stakeholders (incluye premios de matiz social).	25, 33, 39, 46, 49, 56-59, 89, 117, 170, 174-175
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.).	27-28, 86-111
INT 2	Rotación de empleados y creación de empleo.	100-101
INT 3	Satisfacción de empleados.	89
INT 4	Remuneración del senior management y Consejo de Administración.	IA 228-229
INT 5	Remuneración variable (bonus) vinculada a la sostenibilidad.	94-95
INT 6	Ratio salarial hombres/mujeres.	94-95
INT 7	Perfil de empleados (género, discapacidad, etc.).	15, 87, 101
SOC	DESEMPEÑO HACIA LA SOCIEDAD	
SOC 1	Contribuciones filantrópicas, caridad y mecenazgo (dinero aportado, tiempo, en especie y costes de gestión).	15, 132-133
SOC 2	Valor Económico Añadido (EVA).	38-53
SUP	PROVEEDORES	
SUP 1	Seguimiento de los principales proveedores (seguimiento de sus condiciones laborales y sociales).	30, 45
SUP 2	Satisfacción de proveedores (pronto pago, precios, trato, etc.).	15
RB	BANCA MINORISTA	
RB 1	Aspectos sociales de la política de Banca Minorista (productos, exclusión social, etc.).	62-66
RB 2	Perfil de la política de financiación (sectores, pymes, etc.).	70-73
RB 3	Criterios sociales o de sostenibilidad en la política de financiación (productos con matices sociales, etc.).	62-67
IB	BANCA DE INVERSIÓN	
IB 1	Aspectos sociales y medioambientales de la política de Banca de Inversiones.	75-77
IB 2	Perfil global de los clientes de Banca de Inversiones.	75
IB 3	Transacciones con alto contenido sociomedioambiental.	75
AM	GESTIÓN DE ACTIVOS	
AM 1	Aspectos sociales de la política de Gestión de Activos.	68-69
AM 2	Activos bajo gestión con matices de sostenibilidad.	69
AM 3	Fomento de la Inversión Socialmente Responsable (ISR).	68-69
INS	SEGUROS	
INS 1	Aspectos sociales de la política de gestión de seguros (marketing responsable, claridad en comisiones, mejor consejo, etc.).	66, 27-28
INS 2	Perfil de los clientes.	66
INS 3	Reclamaciones de clientes.	58-59
INS 4	Seguros con matices de sostenibilidad (áreas deprimidas, discapacitados, etc.).	66

Na: No aplica.
Nd: No disponible.

> Pacto Mundial



> BBVA y los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

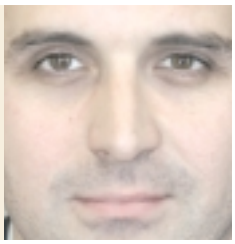
> BBVA y los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

	Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas
	DERECHOS HUMANOS
1	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia.
2	Deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.
	TRABAJO
3	Se pide a las empresas que apoyen la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4	Que promuevan la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
5	Que promuevan la abolición efectiva del trabajo infantil.
6	Que promuevan la eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación.
	MEDIO AMBIENTE
7	Las empresas deben apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.
8	Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
9	Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales.
10	Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

* Equivalencia orientativa entre los Principios del Pacto Mundial y los indicadores centrales del GRI. Fuente: www.unglobalcompact.org; www.globalreporting.org.

BBVA Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa 2004	Indicador GRI*
DERECHOS HUMANOS	
El Grupo BBVA, Principios de acción, Las personas de BBVA, Creación de valor directo, Participaciones empresariales e inmobiliarias, Apoyo de la Comunidad, Conducta ética, Selección y creación de empleo.	HR1, HR2, HR3, HR4
El Grupo BBVA, Principios de acción, Creación de valor directo, Participaciones empresariales e inmobiliarias, Apoyo a la comunidad.	HR2, HR3
TRABAJO	
Aprendizaje y desarrollo, Salud y seguridad, Asociacionismo.	HR5, LA3, LA4
Principios de acción.	HR7
Principios de acción.	HR6
Principios de acción, Conducta ética, Selección y creación de empleo.	
	HR4, LA10, LA11
MEDIO AMBIENTE	
Principios de acción, Banca de grandes empresas y financiación de proyectos, www.bbva.com (Política ambiental).	3.13
Carta del Presidente, Trabajamos por un futuro mejor para las personas, Los fondos de inversión y la inversión socialmente responsable em BBVA, Banca de pequeñas y medianas empresas y microempresas, Banca de grandes empresas y financiación de proyectos, Banca de instituciones, Indicadores clave de desempeño ambiental, Ecoeficiencia en el consumo de recursos naturales, Cambio climático y pérdida de la biodiversidad, Impacto ambiental indirecto, Gestión de riesgos.	EN1-EN16, 1.1
Banca de grandes empresas y financiación de proyectos, Cambio climático y pérdida de la biodiversidad, Formación y sensibilización ambiental.	EN17
Principios de acción, Poniendo los principios en práctica, Creación de valor indirecto.	SO2

> Principios de Ecuador



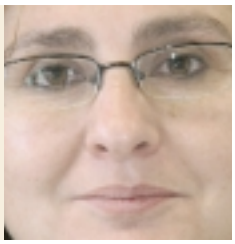
Los Principios de Ecuador establecen criterios ambientales y sociales para la financiación de proyectos de inversión de más de 50 millones de dólares en países emergentes. Estos Principios, firmados por BBVA en abril de 2004, han sido impulsados por la Corporación Financiera Internacional, agencia dependiente del Banco Mundial.

Más información sobre los Principios en: www.equator-principles.com

Los Principios de Ecuador en el Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa 2004

	Página
Carta del Presidente	3
El Grupo BBVA	12
El compromiso de BBVA	29
Creación de valor	53
Soluciones para un futuro mejor	75
Gestión sostenible de los recursos	115,117,126
Principales líneas de trabajo en 2005	155

> Principios que rigen este informe



El compromiso de BBVA por la transparencia ha sido un elemento fundamental en la elaboración de este Informe. Su preparación ha seguido un sistemático y riguroso proceso que ha permitido

Materialidad

Es material lo que es importante para los grupos de interés

La selección del contenido de este informe ha sido el resultado de un estudio de materialidad basado en algunos de los principios que inspiran la norma AA1000, adaptando el Test de Materialidad propuesto por AccountAbility (www.accountability.org.uk). Como parte del test, se analizaron las prácticas de información del Sector Financiero y se realizó un análisis de contenidos de prensa, cubriendo temas e instituciones relevantes para el sector dentro de las áreas geográficas donde opera el Grupo. Así mismo, se han considerado en este estudio las principales guías e iniciativas dentro del contexto de sostenibilidad y RSC.

Parte fundamental para la determinación de la materialidad ha sido la realización de un proceso de consulta interno. En este proceso se realizaron sesiones de trabajo, con la participación de las principales áreas del Grupo. Las sesiones tuvieron el objetivo no sólo de informar sobre los resultados del test de materialidad, sino también (a partir de éstos) determinar qué aspectos de la RSC aportan una ventaja competitiva para BBVA. El resultado conjunto del estudio de materialidad y de las sesiones de trabajo ha sido un factor clave para establecer la estructura y el contenido del presente Informe.

Respuesta

La respuesta de información propuesta para cubrir los aspectos materiales

En la elaboración de este Informe se ha procurado, en la medida de lo posible, incluir información concerniente a datos de todo el Grupo para 2004 (incluyendo datos históricos, en caso de ser relevantes). Dentro del Informe se han indicado los casos en los que la información tiene límites diferentes. En cuanto a los temas tratados, el alcance del Informe abarca todos aquellos aspectos que han resultado materiales dentro del contexto del compromiso de Responsabilidad Social de BBVA.

Se ha buscado lograr un balance equilibrado para lograr un volumen de información suficiente y consistente, lo que implica una elección de indicado-

identificar los aspectos de la responsabilidad social corporativa (RSC) que son más relevantes (o materiales) para BBVA, establecer cómo dar una respuesta a cada uno de estos aspectos y, finalmente, aportar un nivel de certidumbre aceptable sobre la validez y rigor de los datos expuestos en este Informe.

res cualitativos y/o cuantitativos, así como determinar el nivel de desagregación de los datos que se presentan. En este proceso, se han seguido las guías de Global Reporting Initative y se ha incluido la información requerida para presentar este informe como GRI 'in accordance'. En este sentido, es importante señalar que este Informe se complementa con el Informe Anual BBVA (en el que se integra un informe específico de Gobierno Corporativo), así como con la información disponible en www.bbva.com. Finalmente, se ha de remarcar que el Grupo continúa trabajando para mejorar la cantidad y la calidad de esta información.

Rigor de los datos

El rigor de los datos determina el nivel de certidumbre de la respuesta propuesta

Existen diversos mecanismos a través de los que BBVA trabaja para proporcionar un elevado nivel de aseguramiento de la veracidad de la información que se proporciona en este Informe.

Internamente, los diversos sistemas de gestión proporcionan un marco de trabajo de base sólido, que sirve para obtener, gestionar y proporcionar la información relevante por el Departamento de RSC. Estos sistemas se encuentran sometidos a los procesos de verificación y supervisión habituales que viene realizando el Grupo para la totalidad de su información. Dentro del proceso de elaboración de este Informe, el Departamento de RSC ha efectuado un proceso de consulta y compilación de datos con los departamentos que proveen la información.

Adicionalmente, a lo largo de 2004 el Grupo ha llevado a cabo una importante mejora en este proceso, con una verificación independiente de los datos concernientes a los indicadores GRI. El informe de esta verificación se encuentra en el apartado siguiente del presente documento.

Deloitte.

Avda. Diagonal, 654
08034 Barcelona
España

Tel.: +34 932 80 40 40
Fax: +34 932 80 28 10
www.deloitte.es

INFORME DE PROCEDIMIENTOS ACORDADOS PARA LA VERIFICACION EXTERNA DE LOS INDICADORES DEL *INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2004 DE BBVA*

A la Dirección de BBVA:

Hemos realizado los procedimientos acordados con Ustedes y relacionados más adelante sobre los indicadores del *Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA* correspondiente al ejercicio 2004 cuya preparación es responsabilidad exclusiva del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa de BBVA.

Nuestro trabajo se ha realizado siguiendo la *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad* de *Global Reporting Initiative* (GRI) *versión 2002* así como las normas profesionales de general aceptación en España relativas a procedimientos acordados.

Los procedimientos efectuados han sido los siguientes:

- Reuniones con el personal del Grupo BBVA para obtener la información necesaria para la verificación externa.

- Contraste de que el contenido del *Informe Anual de RSC 2004* no contradice ninguna información relevante suministrada por el Grupo BBVA en su Informe Anual.

- Análisis de la adaptación de los contenidos y estructura del *Informe Anual de RSC 2004* a lo señalado en el estándar GRI y comprobación de que los indicadores establecidos se corresponden con los recomendados por dicho estándar.

- Comprobar, mediante pruebas de verificación, para una muestra seleccionada, el cálculo de los indicadores cuantitativos de desempeño incluidos en el *Informe Anual de RSC 2004* y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Grupo BBVA.

- Comprobación de los aspectos de carácter cualitativo de los indicadores incluidos en el *Informe Anual de RSC 2004 de BBVA*.

- Análisis de la razonabilidad de los criterios utilizados por BBVA para la consideración de algunos indicadores como "no aplicables" o "no disponibles".

La revisión de indicadores se ha centrado exclusivamente en la actividad del Grupo BBVA en los países incluidos dentro del alcance del *Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa 2004* de BBVA y para el periodo de tiempo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2004.

Una relación de los indicadores analizados y la descripción del tipo de verificación efectuada se incluye en el anexo a este informe.

Como consecuencia de la aplicación de los procedimientos acordados descritos se ha puesto de manifiesto lo siguiente:

- La estructura y contenidos del *Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa 2004 de BBVA* responde a los principios y directrices del estándar GRI. No obstante, las características propias de la actividad financiera y los sistemas específicos de información del Grupo BBVA han requerido, en algunos casos, la adaptación de los indicadores GRI a dichas circunstancias.
- Con carácter general, cuando no se ha dispuesto de información para todos los países o actividades llevadas a cabo por el Grupo BBVA, dicha circunstancia se señala en el apartado del Informe Anual de RSC en el que se describe el indicador correspondiente.

El alcance de los procedimientos acordados aplicados ha sido exclusivamente la verificación de los indicadores del ejercicio 2004 y no el *Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa 2004 de BBVA* en su conjunto. Si se hubieran aplicado otros procedimientos adicionales o distintos se podrían haber identificado otros asuntos sobre los que habríamos informado.

Madrid, 11 de Febrero de 2005

Deloitte, S.L.

Helena Redondo

Deloitte.

Avda. Diagonal, 654
08034 Barcelona
España

Tel.: +34 932 80 40 40
Fax: +34 932 80 28 10
www.deloitte.es

INFORME DE PROCEDIMIENTOS ACORDADOS PARA LA VERIFICACIÓN EXTERNA DE LOS INDICADORES DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2004 DE BBVA

Anexo: Indicadores verificados y tipología de la verificación

Verificación del cálculo de los indicadores cuantitativos y de los aspectos de carácter cualitativo, así como su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las distintas unidades del Grupo BBVA y fuentes de información externa.

EC1 (a)	EC2	EC3 (a)	EC5	EC6	EC7	EC8 (a)	EC10	EC13	EN8
EN14 (a)	EN16 (e)	EN17	EN27	EN30	EN33	EN35 (a)	LA1	LA2	LA3 (a)(e)
LA4	LA5	LA6 (e)	LA8	LA9	LA10	LA11	LA12	LA13	LA14
LA15 (e)	LA17	HR1	HR2	HR3	HR4	HR5	HR6	HR7	HR8
HR9	HR10	HR12	HR13	HR14 (a)	SO1	SO2	SO3	SO4	SO7
PR1	PR2	PR3	PR4 (e)	PR6	PR7 (e)	PR8	PR9	PR10 (e)	PR11

Verificación parcial consistente en la comprobación de las estimaciones realizadas y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las distintas unidades del Grupo BBVA.

EN1	EN2	EN3	EN5

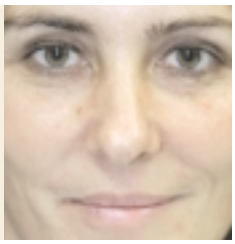
Verificación parcial al no estar disponible la totalidad de la información requerida por el indicador GRI.

EC12	EN11	EN19	LA7 (e)	LA16

(e): Indicador correspondiente únicamente a BBVA España.

(a): Indicador adaptado por BBVA a las características propias de su actividad y sistemas de información.

> Cómo participar en el desarrollo del compromiso de BBVA



BBVA es consciente de que la materialización de sus compromisos con sus grupos de interés exige facilitarles oportunidades de participación. Es una actitud abierta al diálogo, a nuevas ideas, a comentarios y a críticas que BBVA entiende que transforman y mejoran la forma en la que el Grupo cumple con sus compromisos. Esta participación se puede canalizar a través de diferentes formas:

Aportando nuevas ideas

Mediante propuestas concretas para poner en marcha planes, programas o proyectos dirigidos a satisfacer los compromisos de BBVA con sus grupos de interés.

Entrando en acción

Participando activamente de las acciones organizadas o promovidas por las entidades del Grupo o sus fundaciones.

Compartiendo impresiones

Haciendo llegar opiniones, comentarios y críticas sobre planes, programas, proyectos, informes, etc, desarrollados por el Grupo o sus fundaciones.

A lo largo de las páginas anteriores se han apuntado varias de las muchas vías con las que BBVA cuenta para encauzar la participación de sus grupos de interés. Se recuerda aquí la más directamente relacionada con la temática de este Informe y a través de la que se redireccionan las comunicaciones específicas a las áreas pertinentes:

Departamento de Responsabilidad Social Corporativa

Paseo de la Castellana, 81 – 7ª planta
28046 Madrid
rsc@grupobbva.com
Fax: 34.91.537.53.68

BBVA