

BBVA,
trabajamos
por un futuro
mejor para
las personas



ÍNDICE

Este es el sexto informe de responsabilidad corporativa del Grupo BBVA y contiene información relativa al desempeño del Grupo en esta materia durante el 2007. Este año la información se ha plasmado siguiendo una estructura cuyo eje central son los asuntos considerados relevantes por nuestros grupos de interés. En BBVA creemos que este planteamiento permite centrar la discusión y afrontar con mayor claridad cuales son nuestros principales compromisos y actuaciones.

Este informe tiene la calificación A+ de GRI y ha sido revisado por Deloitte. Existe además un documento de Información Complementaria ubicado en <http://rrc.bbva.com> con información adicional al presente documento. Más información en materia económica y de gobierno corporativo en www.bbva.com



	PÁGINA
PERFIL DEL GRUPO	PORTADA
CARTA DEL PRESIDENTE	1
PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	2
PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS	8
01 ORIENTACIÓN AL CLIENTE	12
02 INCLUSIÓN FINANCIERA	16
03 FINANZAS RESPONSABLES	19
04 PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES	22
05 GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS	28
06 COMPRAS RESPONSABLES	35
07 GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO	38
08 COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	43
VOLUNTARIADO CORPORATIVO	50
PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO	53
INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE	55
CRITERIOS DEL INFORME	56
INDICADORES GRI	57
RATINGS DE SOSTENIBILIDAD Y RECONOCIMIENTOS	59
PROGRESOS 2007 Y OBJETIVOS 2008	60 Y CONTRAPORTADA
INDICADORES CLAVE DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	CONTRAPORTADA

BBVA, UN LÍDER GLOBAL

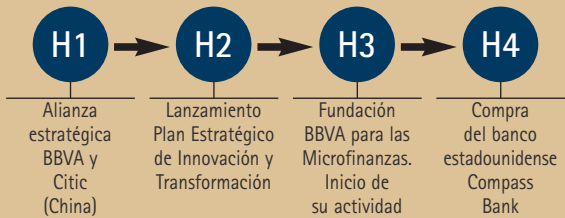
BBVA es hoy un grupo global de servicios financieros que ofrece la más completa gama de productos y servicios a sus clientes –particulares y empresas–. Tienen una sólida posición de liderazgo en el mercado español y una fuerte presencia internacional en 31 países.

El Grupo cuenta con una franquicia líder en América Latina y una creciente presencia en Estados Unidos y Asia. Emplea a unas 111.000 personas en todo el mundo, atiende a 47 millones de clientes y tiene más de 889.000 accionistas.

Datos Básicos del Grupo			
	2007	2006	2005
Resultados (millones de euros)			
Margen ordinario	18.133	15.701	13.024
Margen de explotación	10.544	8.883	6.823
Beneficio antes de impuestos	8.495	7.030	5.592
Beneficio atribuido	6.126	4.736	3.806
Balance (millones de euros)			
Activos totales	502.204	411.916	392.389
Créditos sobre clientes	317.998	262.969	222.413
Recursos de clientes	485.621	425.709	401.907
Volumen de negocio	803.619	688.678	624.320
Actividad			
Número de países en los que opera	31	32	31
Número de accionistas	889.734	864.226	984.891
Número de clientes (millones)	47,4	42,4	38,4
Número de empleados	111.913	98.553	94.681
Número de oficinas	8.028	7.499	7.328
Número de principales proveedores	3.248	3.329	2.319
Otros datos			
Capitalización bursátil (millones de euros)	62.816	64.788	51.134
Beneficio por acción	1,70	1,39	1,12
P/VC (Precio/Valor contable; veces)	2,5	3,6	3,9
Rentabilidad por dividendo	4,37	3,49	3,52
ROE-Rentabilidad sobre recursos propios	34,2	37,6	37,0
Ratio de eficiencia con amortizaciones	41,3	42,6	46,7
Tasa de morosidad	0,89	0,83	0,94
Volumen de negocio por empleado (millones de euros)	7,2	7,0	6,6
Dividendos	2.717	2.220	1.801
Gasto de personal	4.335	3.989	3.602
Impuestos sobre beneficios	2.080	2.059	1.521



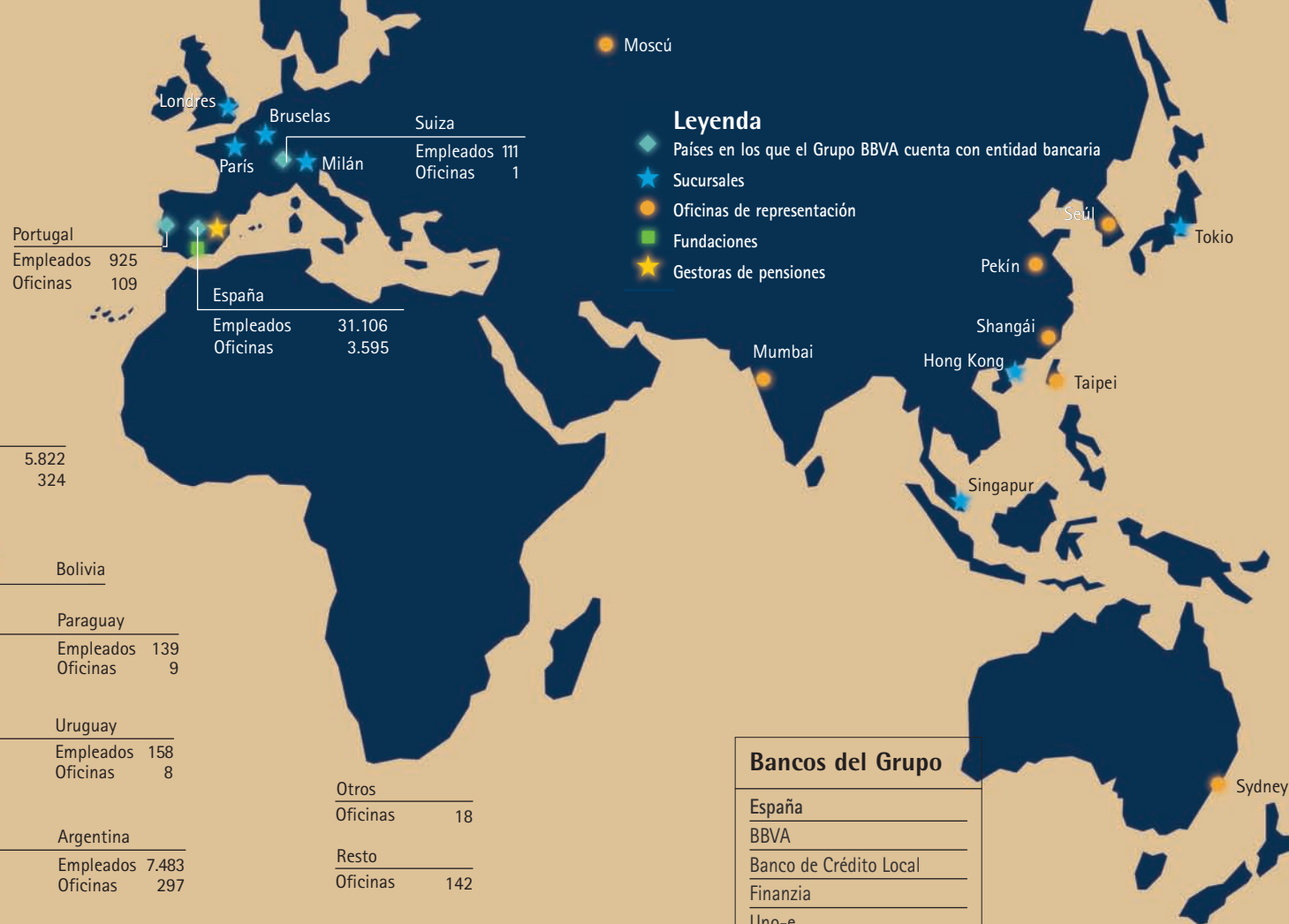
Principales hitos del Grupo en el 2007



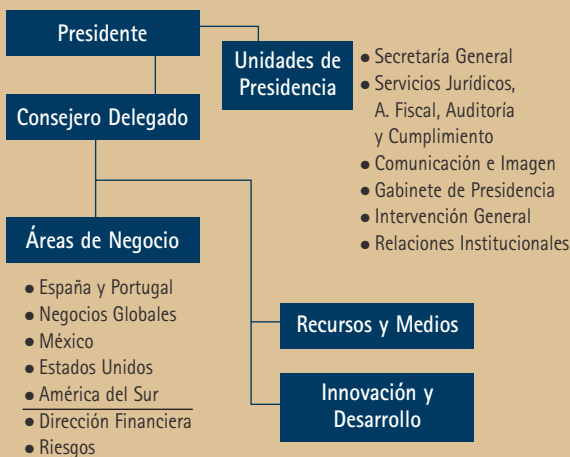
Ranking por cuota de negocio en los principales países en el 2007

	Créditos	Depósitos	Pensiones
España	2º	3º	1º
Argentina	2º	2º	3º
Bolivia	---	---	1º
Colombia	4º	4º	3º
Chile	4º	4º	1º
Ecuador	---	---	1º
México	1º	1º	2º
Panamá	4º	4º	---
Paraguay	1º	1º	---
Perú	2º	2º	3º
Uruguay	5º	5º	---
Venezuela	4º	4º	---

Alcance: España y América Latina



Organigrama y estructura del negocio



Beneficio atribuido por área de negocio

	2007	2006	2005
España y Portugal	2.397	1.919	1.692
Negocios Globales	909	862	497
México y Estados Unidos	2.084	1.775	1.370
América del Sur	623	509	379
Actividades Corporativas	113	-329	-132
Total	6.126	4.736	3.806

Notas: Grupo BBVA
Datos en millones de euros

Informes anuales de responsabilidad corporativa publicados en otros bancos del grupo

BBVA Banco Provincial	2006
BBVA Banco Continental	2005 y 2006
BBVA Bancomer	2007

CARTA DEL PRESIDENTE

«En 2007 BBVA ha avanzado en la integración de la Responsabilidad Corporativa en la estrategia de negocio»



En BBVA trabajamos por un futuro mejor para las personas. Esta es la visión que inspira nuestra política de Responsabilidad Corporativa y todo lo que hacemos en nuestro Grupo.

Por sexto año consecutivo presentamos nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa con el fin de informar acerca de los compromisos y de los progresos con los que pretendemos dar la mejor respuesta posible a los retos sociales, medioambientales y éticos derivados de nuestra actividad en los países donde estamos presentes.

En línea con el firme compromiso de transparencia, mejora continua y progresiva integración de las expectativas de nuestros grupos de interés, el informe de este año ha seguido sus recomendaciones y se ha estructurado por los grandes asuntos relevantes para BBVA en materia de sostenibilidad. Otro avance significativo es también la incorporación de un cuadro de mando que debe permitir comprender mejor cuáles son nuestros principales objetivos y progresos en esta materia. Este informe se ha elaborado de acuerdo con los criterios de Guía GRI-G3, incluyendo los Suplementos del Sector Financiero, así como los requisitos de la norma AA1000.

En los últimos doce meses se han ido consolidando tendencias que refuerzan la importancia de la política de Responsabilidad Corporativa. Por un lado, la consciencia sobre el impacto de la humanidad en relación al cambio climático. Por el otro, la creciente constatación de que la sostenibilidad más allá de un coste es una oportunidad para generar valor tanto para la sociedad como para las empresas.

En este sentido, 2007 ha sido para BBVA un año muy especial en el que se han dado pasos muy significativos para integrar la Responsabilidad Corporativa en nuestra estrategia de negocio. Una estrategia de negocio con clara orientación al cliente y basada en la rentabilidad ajustada a los principios y a rigurosos criterios éticos como la integridad, la transparencia y las buenas prácticas. En este marco, el reto de la política de Responsabilidad Corporativa es servir como palanca de innovación y transformación.

Entre los múltiples progresos realizados en 2007, destacan como los tres más relevantes: el lanzamiento del Plan de Acción Social para América Latina al cual destinamos en 2007 el 0,7 % de los beneficios netos de la región, con un foco en la educación y con cerca de 18.000 becas para niños y niñas de colectivos desfavorecidos; la creación de la Fundación BBVA para las Microfinanzas dotada con 200 millones de euros, expresión de nuestro compromiso con la inclusión financiera; y la aprobación del nuevo Reglamento del Consejo de Administración en el que se acuerda como función del Consejo aprobar la política de Responsabilidad Corporativa.

Para 2008 esperamos seguir avanzando en el proceso de hacer de la Responsabilidad Corporativa una competencia distintiva de nuestro Grupo. Para ello, los principales objetivos son elaborar el Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativas en el que se van a implicar todas las áreas de negocio y de apoyo del Grupo, impulsar la Inversión Socialmente Responsable dado nuestro papel como gestor de activos, lanzar un Plan Global de Ecoeficiencia y consolidar el Plan de Acción Social en América Latina. Asimismo reafirmamos nuestro compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Quiero agradecer finalmente y de forma expresa el trabajo, la motivación, la capacidad y la responsabilidad de todos los profesionales que forman parte de BBVA. Este informe y los compromisos y actuaciones desarrolladas son fiel reflejo de todo ello.

3 de marzo de 2008
Francisco González Rodríguez

PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RC

La política de Responsabilidad Corporativa de BBVA tiene como misión la definición de compromisos y el impulso de comportamientos que son expresión de la visión y los principios de BBVA, que responden lo mejor posible a las expectativas de los grupos de interés y que refuerzan la estrategia de negocio de nuestro Grupo.



Visión, principios corporativos y posicionamiento

VISIÓN

El Grupo BBVA definió su visión en el 2003, que se resume en la idea «Trabajamos por un futuro mejor para las personas» y que busca establecer un vínculo emocional que genere confianza y apoyo en la relación con sus principales públicos, con el objetivo último de crear un futuro mejor para todos los actores implicados.

**«BBVA, trabajamos por un futuro mejor
para las personas»**

En este marco de referencia, BBVA entiende la responsabilidad corporativa como el compromiso real y basado en la acción de aportar el máximo valor posible y equilibrado a sus grupos de interés directos –accionistas, clientes, empleados y proveedores- y al conjunto de las sociedades en las que opera la compañía.

PRINCIPIOS CORPORATIVOS

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

Los principios corporativos del Grupo BBVA concretan la visión de la compañía en la relación con cada uno de sus grupos de interés, sintetizando los valores básicos que guían su actuación y la forma de entender el papel de la empresa en la sociedad. Estos principios constituyen la base de la cultura corporativa de BBVA y son los siguientes:

Los 7 principios corporativos de BBVA



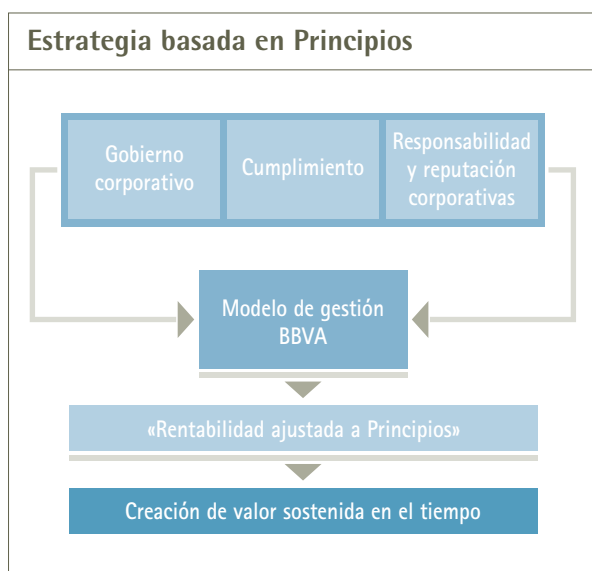
POSICIONAMIENTO

La identidad y el posicionamiento de la marca corporativa de BBVA vienen definidos por la combinación de tres ejes básicos, que resumen la visión del Grupo y que son los pilares sobre los que construye su estrategia de negocio, su marca y su reputación: los principios corporativos, la prioridad de la innovación y la idea de trabajar «de personas para personas». La marca *adelante* sintetiza todos estos planteamientos y simboliza el espíritu de constante impulso que guía la actividad de la compañía en el día a día y que determina su horizonte en el largo plazo.

Estrategia de negocio

Los principios constituyen los fundamentos de nuestro proyecto. Nuestro modelo de gestión no sólo se sirve de la rentabilidad ajustada al riesgo (RAR) como la herramienta para medir el valor que creamos, sino que va más allá, observando además rigurosos criterios éticos: la integridad, la transparencia y las buenas prácticas.

Por tanto, nuestra estrategia y modelo de negocio se basa también en una rentabilidad ajustada a los principios y las buenas prácticas. Para BBVA ésta es la clave que garantiza la creación de valor de forma sostenida en el tiempo.



En mayo del 2007 el Grupo presentó el Plan de Innovación y Transformación, cuyos principales objetivos son:

- Generar una oferta adaptada a las necesidades de cada persona o comunidad de personas.

- Facilitar a nuevos segmentos de población el acceso a los servicios financieros.
- Ampliar nuestra oferta a otros productos y servicios no financieros.

La idea se resume en la innovación al servicio de las personas como atributo que debe estar presente en todas las áreas del Grupo. En este marco, el reto de la política de responsabilidad corporativa es servir como palanca de innovación y transformación para el Grupo, alineando su actividad para contribuir a alcanzar los objetivos estratégicos fijados en este plan y construyendo un discurso propio y diferenciado.

La responsabilidad corporativa en BBVA

OBJETIVOS

El principal objetivo de la política de responsabilidad corporativa del Grupo es definir los compromisos e impulsar los comportamientos que permitan generar valor para los grupos de interés (valor social) y también para BBVA (valor reputacional y valor económico directo).

Para ello, es fundamental que estos compromisos y comportamientos sean expresión de la visión y los principios de BBVA, respondan lo mejor posible a las expectativas de los grupos de interés y refuercen la estrategia de negocio de la compañía al mismo tiempo.

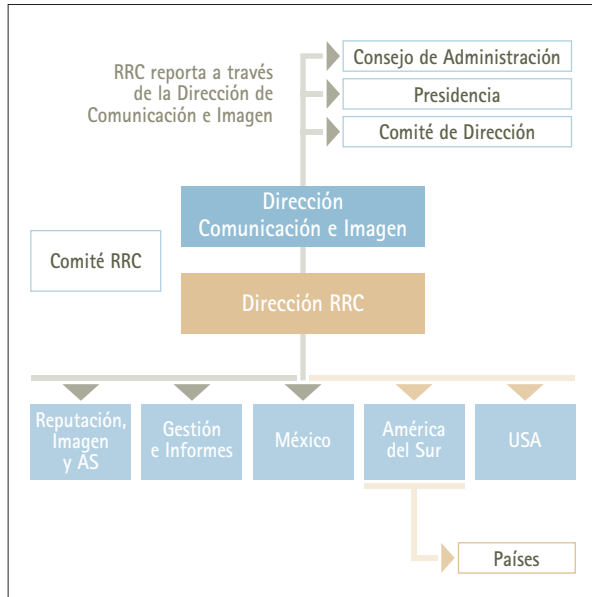
Los principales compromisos que el Grupo pretende cumplir por medio de su política de responsabilidad corporativa son los siguientes:

- Desarrollar en todo momento nuestra actividad principal de forma excelente.
- Minimizar los impactos negativos derivados de nuestra actividad de negocio.
- Desarrollar «oportunidades sociales de negocio» que generen valor social y valor para BBVA.
- Invertir en las sociedades donde estamos presentes mediante el apoyo a iniciativas sociales, especialmente las relacionadas con la educación.

GESTIÓN Y GOBIERNO DE LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

El 2007 ha sido el año de la definitiva consolidación de la responsabilidad corporativa como parte fundamental de la estrategia de gestión y creación de valor en BBVA, cuyo principal hito ha sido la asunción por parte del Consejo de Administración de la política de RC. Además, durante este año se ha nombrado un director de responsabilidad y reputación corporativas

(RRC) en México y un coordinador para toda América del Sur. De este modo el Grupo se está dotando de herramientas que le permitan hacer realidad el objetivo de integrar la RC en todos los ámbitos en los que actúa.



El Comité de RRC es el órgano encargado de impulsar la integración de los criterios, actuaciones y políticas de RC en todas las áreas de negocio y de apoyo del Grupo. Creado en el 2006, está constituido por directivos de las siguientes áreas y unidades: Riesgos; Gabinete Técnico de Presidencia; Cumplimiento; Recursos Humanos; Medios; Compras

Inmuebles y Servicios; Innovación y Desarrollo; Transformación; Dirección Financiera; España y Portugal; México; América del Sur; Estados Unidos; Negocios Globales; Asesoría Jurídica y Comunicación e Imagen (presidencia y secretaría).

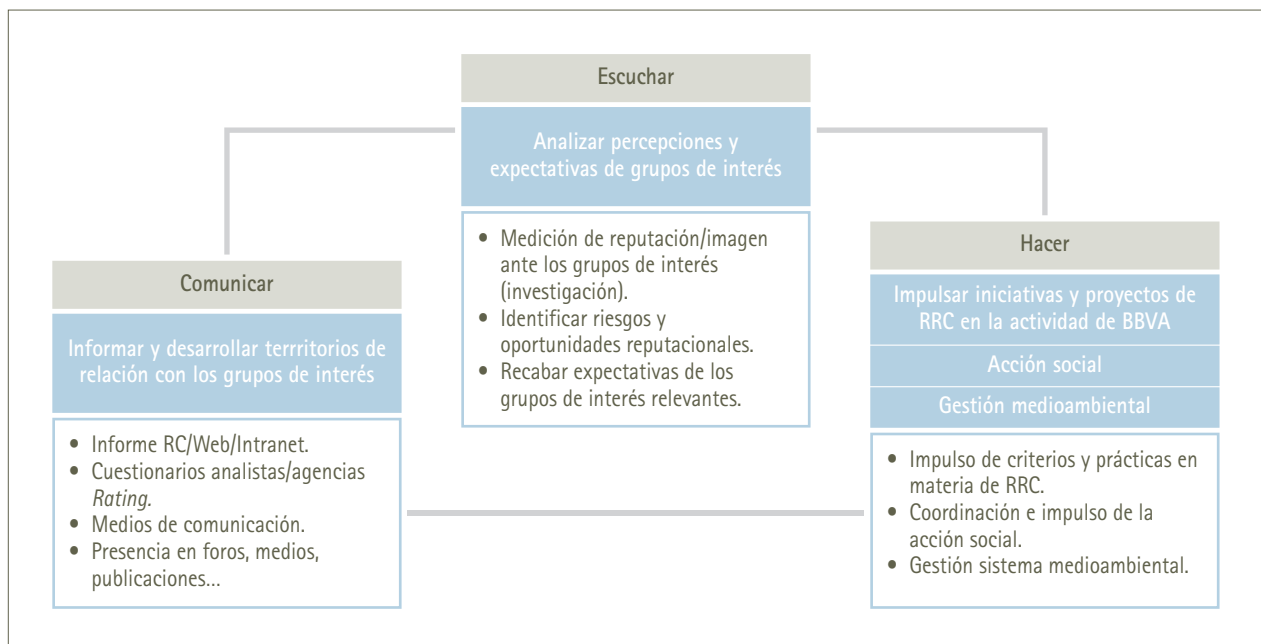
El comité se ha reunido dos veces en el 2007, y estas dos reuniones han servido para marcar las líneas estratégicas que deben seguirse en materia de RRC. Adicionalmente, los miembros del comité han sido convocados a cuatro sesiones de trabajo durante este año para comenzar las tareas necesarias para el desarrollo del Plan Estratégico de RRC del Grupo BBVA, trabajos que concluirán en el primer semestre del 2008.

El principal órgano que se encarga de la gestión de la responsabilidad y la reputación corporativas es el Departamento de RRC, que integra dos funciones diferenciadas, pero vinculadas y complementarias: la coordinación de la política de responsabilidad corporativa y la gestión de la reputación. Estas dos funciones se materializan en tres líneas de actuación:

- Seguimiento y evaluación de la opinión de los grupos de interés (*escuchar*).
- Propuesta de criterios, políticas y comportamientos responsables en todas las áreas de la actividad y de manera transversal (*hacer*).
- Comunicación y diálogo de las actuaciones realizadas (*comunicar*).

Sistema de Gobierno Corporativo

El Sistema de Gobierno Corporativo es un elemento absolutamente central en el desarrollo de la activi-



dad de BBVA. Este sistema orienta la estructura y el funcionamiento de sus órganos sociales para el interés de la entidad y de sus accionistas, y busca la complementariedad con los objetivos que tienen los restantes grupos de interés respecto a la compañía, por lo que es un elemento también fundamental para su responsabilidad corporativa.

El sistema se explica detalladamente en el Informe anual 2007 de BBVA (que publica un pormenorizado capítulo dedicado a este tema) y en la página web corporativa (www.bbva.com), en la que se incluye un informe de gobierno corporativo según las exigencias legales. La página cuenta con un apartado especial de acceso directo en el que figura toda la información considerada relevante al respecto.

Sistema y función de Cumplimiento

El Sistema de Cumplimiento del Grupo constituye, junto con el Sistema de Gobierno Corporativo, la base en la que BBVA afianza el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético. Pieza nuclear en el sistema es el Código de Conducta del Grupo BBVA (www.bbva.com), que define y desarrolla los fundamentos del comportamiento ético y las pautas de actuación necesarias para preservar una de sus principales fuentes de creación de valor: la integridad corporativa.

La función de Cumplimiento tiene el objetivo de promover el desarrollo y velar por la efectiva operatividad de las normas y procedimientos necesarios para asegurar:

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

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

- Promover la adaptación de políticas y procedimientos y supervisar su implantación ante cambios en el entorno normativo.
- Verificar que los futuros desarrollos en materia de productos y negocios se adecuan a las políticas corporativas.

- Desarrollar actividades de monitorización y examen de determinados procesos críticos, identificar y evaluar los riesgos y supervisar y participar tanto en la elaboración de contenidos formativos como en su difusión.

La función de Cumplimiento está sometida al control y supervisión de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento del Consejo de Administración y se encuentra configurada por una Dirección Corporativa, que se apoya en un conjunto de departamentos de Cumplimiento integrados en la estructura organizativa del Grupo.

Principio de precaución: la gestión del riesgo

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

El Grupo BBVA considera que la gestión del riesgo es una parte intrínseca del negocio bancario y una fuente fundamental de su ventaja competitiva. Dispone para ello de un sistema de gestión del riesgo global que hace posible compatibilizar las necesidades de los clientes y las expectativas de los accionistas y de los restantes grupos de interés, así como los requerimientos de los reguladores. BBVA se centra en la gestión activa de la totalidad de la vida del riesgo, poniendo especial énfasis en la labor de anticipación que garantiza la salvaguarda de los intereses de nuestros clientes y desarrollando un continuo seguimiento del ciclo crediticio completo de las operaciones. En este sentido, aparte de la implantación de directivas internacionales como la MiFID, que fortalecen la protección al cliente, BBVA está poniendo especial énfasis en la prevención del sobreendeudamiento, desarrollando políticas de transparencia y asesoramiento al cliente, en línea con las indicaciones del Consejo de la Unión Europea relativas al crédito y al endeudamiento de los consumidores.

Todo este marco de Gestión de Riesgos descansa efectivamente en el Consejo de Administración, que determina la política y perfil de riesgos del Grupo a través de la Comisión Delegada Permanente y la Comisión de Riesgos y está gestionado por el Área de Riesgos, que integra en sus análisis, entre otros, elementos como el apoyo a la estabilidad de los sis-

temas financieros de los países en que opera, el riesgo reputacional o la consideración de criterios éticos, sociales y ambientales.

Para más información consultar el Informe anual 2007 de BBVA en www.bbva.com.

Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales

CÓDIGO DE CONDUCTA

Aprobado por el Consejo de Administración en el 2003, el Código de Conducta es aplicable a la totalidad de las entidades y de los trabajadores del Grupo. Refleja públicamente el conjunto de los compromisos de BBVA con la sociedad y recoge explícitamente el compromiso con la aplicación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, además de otros convenios y tratados de organismos internacionales como la OCDE y la OIT.

Para más información sobre el Código de Conducta, consultar: www.bbva.com.

CÓDIGOS ESPECÍFICOS DE ÁREAS FUNCIONALES

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

- Estatuto del Consejero.
- Código de Conducta en los mercados de valores.
- Código ético para la selección de personal.
- Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA.
- Principios Básicos de Gestión del Riesgo y Manual de Políticas de Gestión del Riesgo.
- Estatuto de Auditoría.
- Norma de relación con personas o entidades de relevancia pública en materia de financiaciones y garantías.

Para más información, consultar: www.bbva.com.

POLÍTICAS COMPLEMENTARIAS

Por otra parte, el Grupo ha desarrollado políticas específicas relacionadas con la RC, como son el Compromiso del Grupo BBVA en materia de Derechos Humanos (aprobado en diciembre del 2007 en respuesta a las demandas de los grupos de interés),

la política de medioambiental aprobada en el 2003 o la política de financiación del sector de armamento aprobada en el 2005.

La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, lo que hace improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o grandes riesgos sobre libertad de asociación. El Código de Conducta del Grupo incluye el compromiso explícito con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con otros convenios y tratados de organismos internacionales, como la Organización Internacional del Trabajo. Los principales mecanismos de supervisión para garantizar el cumplimiento de dichos compromisos son los Comités de Gestión de la Integridad Corporativa, el Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas y la representación sindical y los distintos comités y organismos de supervisión. Respecto a la formación del personal de seguridad en materia de DD. HH. BBVA ha realizado actuaciones para información y formación. Para más información sobre el Compromiso del Grupo BBVA en materia de Derechos Humanos consultar: <http://rrc.bbva.com>.

CUMPLIMIENTOS LEGALES

Durante el ejercicio 2007 no se han registrado multas ni sanciones relevantes por incumplimiento de leyes o normativas relacionadas con aspectos medioambientales, con el desempeño en la sociedad o en el suministro y el uso de productos y servicios del Grupo en España. Asimismo, no se han detectado demandas instadas por empleados relacionadas con actitudes de discriminación, ni reclamaciones judiciales de importancia sobre las condiciones laborales, dando así cumplimiento a lo establecido en la legislación laboral vigente.

ACUERDOS INTERNACIONALES SUSCRITOS

Los más destacados son la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI) a la que BBVA está adherida desde 1998 (www.unepfi.org) el Pacto Mundial de las Naciones Unidas con el que la compañía está comprometida desde el 2002 (www.globalcompact.org), y los Principios de Ecuador a los que BBVA se sumó en el 2004 (www.equator-principles.com). Además, BBVA reconoce públicamente su respeto

Valor Económico Añadido (EVA) ⁽¹⁾. Detalle por grupos de interés

(Millones de euros)		2007	2006	2005
Accionistas	Dividendos	2.717	2.220	1.801
Empleados	Gastos de personal	4.335	3.989	3.602
Clientes	Intereses y cargas asimiladas	15.931	11.216	8.932
Proveedores	Otros gastos generales de administración ⁽²⁾	2.718	2.342	2.160
Sociedad	Impuesto sobre beneficios	2.080	2.059	1.521
	Contribuciones a la comunidad: recursos destinados	69	56	46
Valor económico añadido (EVA) ⁽¹⁾		27.850	21.882	18.062

⁽¹⁾ Calculado siguiendo el modelo SPI de GRI. Ver www.spifinance.com.

⁽²⁾ Aproximación adecuada a los pagos realizados a terceros en concepto de compras y servicios prestados.

Valor económico generado y distribuido

(Millones de euros)		2007	2006	2005
Valor económico generado (VEG)		18.419	16.821	13.227
	Margen de intermediación	9.769	8.374	7.208
	Comisiones netas	4.723	4.335	3.940
	Actividad de seguros	729	650	487
	Otros ingresos ordinarios ⁽¹⁾	3.099	2.473	1.514
	Otras ganancias y pérdidas netas	98	989	77
Valor económico distribuido (VED)		12.285	10.991	9.463
	Accionistas: Dividendos	2.717	2.220	1.801
	Resultado atribuido a la minoría	289	235	264
	Proveedores y otros gastos de administración (excluidos sueldos y salarios)	2.864	2.488	2.275
	Sociedad: Impuestos	2.080	2.059	1.521
	Empleados: Gastos de personal	4.335	3.989	3.602
Valor económico retenido (VER=VEG-VED)		6.134	5.830	3.763
	Provisiones y amortizaciones ⁽²⁾	2.725	3.314	1.757
	Reservas	3.409	2.516	2.006

⁽¹⁾ Incluye resultados netos por puesta en equivalencia + resultados de operaciones financieras + ventas netas de servicios no financieros + diferencias de cambio.

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

a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas (www.un.org) y a la normativa laboral básica de la Organización Internacional del Trabajo (www.ilo.org).

Creación de valor para los grupos de interés

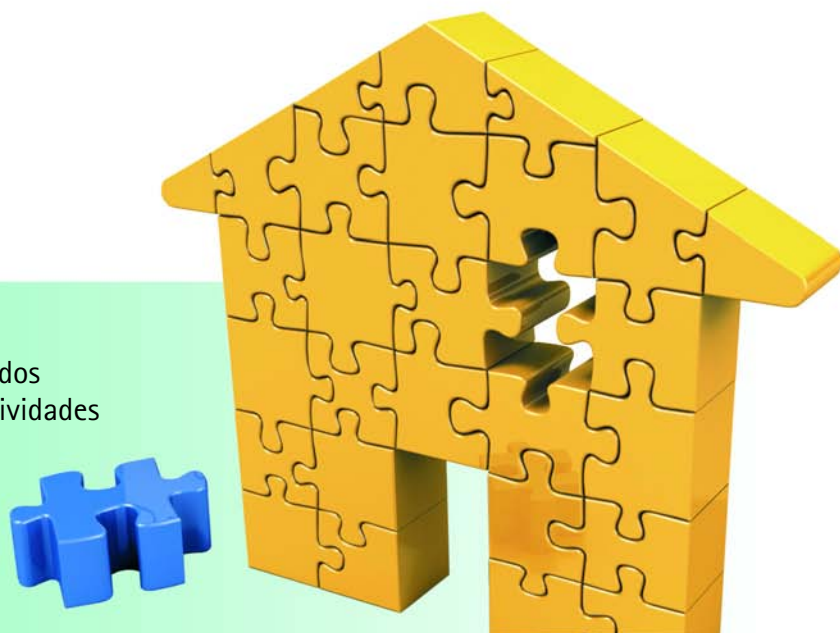
Las entidades financieras desempeñan un papel crucial en la actividad económica de las sociedades. Entre otras muchas funciones, canalizan recursos desde los agentes con excedentes de financiación hacia los agentes que la necesitan para la inversión o el consumo (desarrollando además una labor de multiplicación de los recursos financieros básica para el funcionamiento de la economía), intermedian y facilitan los intercambios y los pagos y ejercen una función decisiva

en el análisis de las oportunidades y las decisiones de inversión. Ocupan así una posición clave en el sistema económico, como facilitadoras esenciales de la actividad de todos los agentes (administraciones públicas, empresas, instituciones sin ánimo de lucro y familias). Se han convertido, por eso, en agentes fundamentales en la creación de valor.

El segundo de los principios corporativos de BBVA plantea «la creación de valor para los accionistas y el resto de los grupos de interés como resultado de la actividad». BBVA entiende la creación de valor como una de sus funciones principales y la aportación más importante a las sociedades en que actúa, pues no se trata sólo de valor económico para los accionistas, sino que se crea valor también para los clientes, los empleados, los proveedores y la sociedad en general.

PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

En BBVA trabajamos para ir integrando de forma progresiva las expectativas de todos nuestros grupos de interés en nuestras actividades a través del diálogo, el desarrollo de territorios de relación y la construcción de alianzas.



Identificación y diálogo con los grupos de interés en BBVA

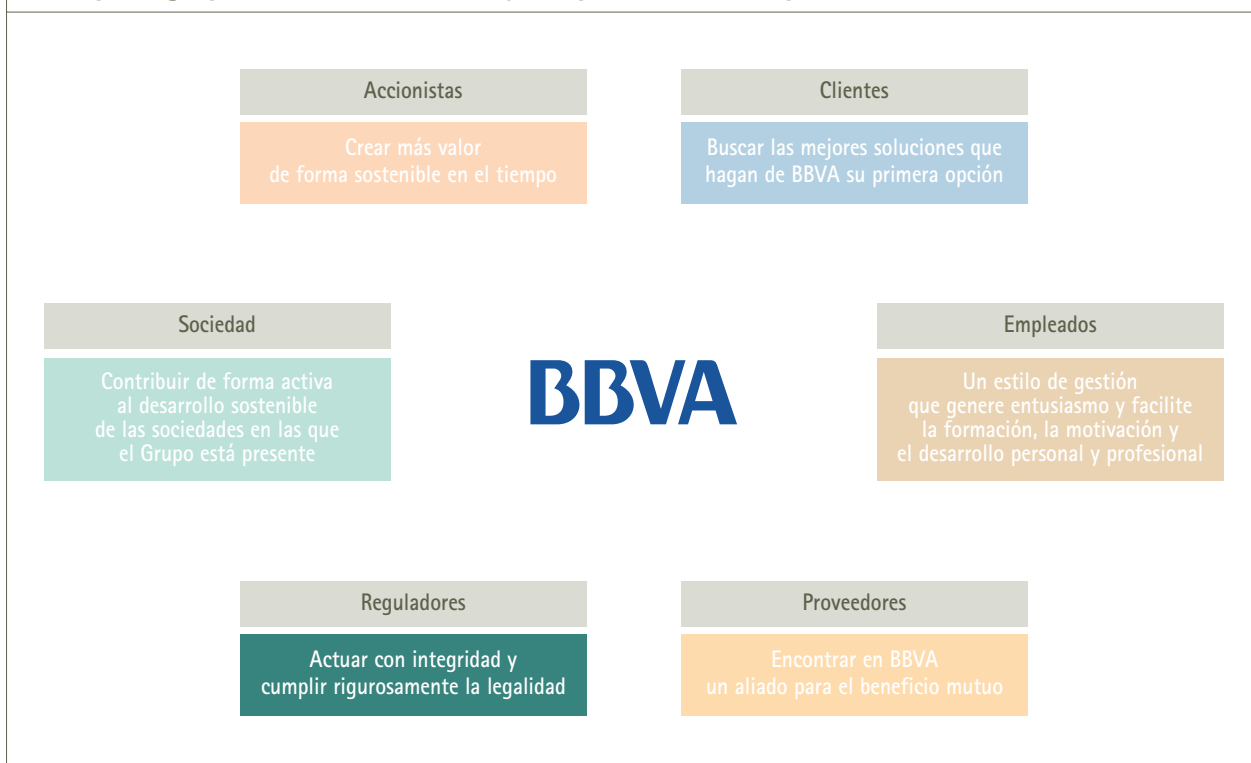
En BBVA definimos a los grupos de interés como todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente a nuestra actividad y decisiones, y/o que se ven afectadas por ellas.

Hemos llevado a cabo diferentes sesiones de trabajo con los directivos que tratan de manera más directa con cada grupo de interés con el fin de deli-

mitar qué personas, instituciones o colectivos componen cada grupo y obtener una primera aproximación sobre qué tipo de expectativas desarrollan los grupos de interés respecto a BBVA.

El mapa de grupos de interés obtenido permite, además, evaluar el conjunto de canales de diálogo que la compañía mantiene con cada uno de ellos. Este análisis nos ayuda a entender e integrar las expectativas de los grupos de interés en la gestión

Principales grupos de interés de BBVA y compromisos del Grupo con cada uno de ellos



diaria de la organización y a trasladarles información sobre su estrategia y actividades. Conectar con las expectativas de estos grupos es una condición indispensable para el desarrollo de nuestro negocio y la forma de alcanzar este objetivo es establecer un diálogo eficiente y fluido.

La relación de los grupos y subgrupos de interés identificados por la compañía, así como el listado de los principales canales de diálogo con cada uno de ellos pueden consultarse en la información complementaria IARC 2007 en <http://rrc.bbva.com>.

El diálogo se convierte, de esta manera, en una herramienta de gestión orientada a conocer mejor la realidad que rodea la actividad de la organización. Mediante el contacto con los grupos de interés, comprendemos qué esperan estos colectivos, detectamos los aspectos que resultan más controvertidos, identificamos nuevas oportunidades y entramos en contacto con nuevas perspectivas e ideas que enriquecen su visión del conjunto de la sociedad.

Esta información resulta privilegiada a la hora de tomar decisiones en entornos sociales y económicos tan cambiantes, ya que facilita establecer prioridades y responder de forma adecuada a las demandas que la sociedad plantea a entidades como la nuestra.

En definitiva, un contacto activo con los grupos de interés por medio del diálogo nos aporta una percepción más certera de la amplia y compleja realidad que configura nuestro entorno de negocio y contribuye a neutralizar posibles amenazas y a considerar nuevas posibilidades.

Integración de las expectativas de los grupos de interés en la gestión

Existen fundamentalmente dos vías a través de las cuales integramos las expectativas de nuestros grupos de interés en la gestión diaria de la organización.

Por un lado, la relación diaria que mantienen nuestros departamentos con cada grupo de interés nos permite identificar, mediante herramientas de escucha específicas (grupos de trabajo con clientes, encuestas de clima a empleados, estudios de percepción de accionistas...), temas importantes para ellos y establecer planes de actuación a partir de los resultados de este proceso.

Adicionalmente, el Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) tiene

como una de sus principales funciones llevar a la organización la voz de los grupos de interés. Para ello, aglutina la información procedente de las herramientas de escucha utilizadas por los departamentos y la complementa con estudios específicos de responsabilidad y reputación corporativas.

Estos análisis, junto con las recomendaciones que de ellos se derivan, se trasladan a las distintas áreas de negocio y apoyo y se presentan regularmente al Comité de RRC, principal órgano para la gestión transversal de la responsabilidad y reputación del Grupo.

Algunas de las principales herramientas empleadas por el Departamento de RRC para detectar las demandas de los grupos de interés son las siguientes:

- El sistema de monitorización de reputación corporativa, denominado Repttrak, que mide en los principales países en los que operamos la relevancia de distintos temas para los grupos de interés (sociedad, clientes, empleados y accionistas), así como sus percepciones sobre nuestra gestión. Para más información, consultar: Información Complementaria IARC07 en <http://rrc.bbva.com>.
- El *tracking* o seguimiento del posicionamiento de la marca ante clientes y la opinión pública en los principales países en los que operamos.
- Los estudios anuales realizados por terceros con información sobre la percepción de varios grupos de interés (directivos, asociaciones de consumidores, ONG, sindicatos, analistas financieros...).
- Las evaluaciones de los principales analistas de sostenibilidad: SAM, EIRIS, SIRI, VIGEO, OEKOM, CDP y el Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa.
- El *tracking* o seguimiento de responsabilidad corporativa entre clientes y ciudadanos.
- La consulta cualitativa a una muestra de personas de nuestros grupos de interés en los principales países en los que operamos mediante cuestionarios, entrevistas, talleres y grupos de discusión. En esta consulta se trabaja con representantes de accionistas, empleados, proveedores y clientes, además de con expertos en sostenibilidad, medios de comunicación, representantes de organizaciones sociales, culturales y medioambientales. El resultado de este trabajo es una identificación y caracterización de los asuntos que son considerados más relevantes por estos grupos, como paso previo para determinar

Testimonio de diversos participantes en la consulta a grupos de interés 2007

País	Representante Grupo de Interés	Testimonio	
Chile	Experto en RSC	«Los bancos tienen una responsabilidad fundamental: actuar contra el sobreendeudamiento de la clase media-baja mediante la educación financiera y a favor del consumo responsable».	Yanina Kowszyk, Forum Empresa
Colombia	Empleados	«La RC ha tendido siempre a ser considerada como la ayuda de las empresas hacia los más necesitados, pero la realidad es que la RC debe tener un planteamiento mucho más amplio, que debe basarse en el diálogo con los <i>stakeholders</i> -y con los empleados de manera principal- para lograr la sostenibilidad a largo plazo».	Fernando Rey, empleado BBVA Colombia
España	Clientes	«Las comisiones por transacciones son muy importantes, y BBVA debería hacer más esfuerzos para explicar las distintas comisiones que aplica, puesto que la campaña de "las cuentas claras" no ha sido suficiente».	María Rodríguez, CECU España
México	Experto en RSC	«Las empresas deben comunicarse con todos sus grupos (no solo con sus clientes y accionistas) de manera permanente durante todo el año y no solo puntualmente, con el fin de estar conectadas con las sociedades en que desarrollan su negocio».	Felipe Cajiga, CEMEFI
Perú	ENL ambiental	«El banco debe aclarar explícitamente que no participa en la financiación de industrias con riesgo ambiental, como la tala de los bosques del Amazonas»	Antonio Brack, CONAM
Venezuela	Proveedores	«El banco debería esforzarse por apoyar a las PYMEs en sus procesos de modernización, fomentando la adquisición de tecnologías limpias, financiando proyectos de I+D aplicada a nuevas tecnologías productivas, invirtiendo en gestión del conocimiento o fomentando la creación de redes para la competitividad, la internacionalización, etc. La compañía debe fortalecer localmente y pensar globalmente».	Isabel González, CONINDUSTRIA
Argentina	ONG social	«Hace algún tiempo las grandes empresas como BBVA únicamente eran donantes de grandes cantidades a causas sociales. Pero de un tiempo a esta parte, estas empresas han pasado de ser simples donantes a realizar un seguimiento de los programas en que invierten, incluso desarrollando nuevos programas en los que las ONG participan como conocedoras del terreno e intermediarias entre los beneficiarios de los programas sociales y la empresa. Se ha notado mucho esta evolución en las políticas de apoyo a la comunidad, hay una mayor implicación de las compañías, lo que produce sin duda mejores impactos».	Juana M ^a Galli de Ceballos, Caritas Argentina

sobre cuáles es necesario informar y generar políticas específicas.

Este conjunto de fuentes de información, permite componer una imagen bastante fiel de lo que están demandando los grupos de interés respecto a la compañía en cada momento y actuar en consecuencia.

Asuntos relevantes: riesgos y oportunidades

La política de responsabilidad corporativa se desarrolla en torno a los asuntos relevantes para BBVA que integran además de la visión, principios y estrategia de negocio, las expectativas de los grupos de interés obtenidas a partir de los múltiples canales de diálogo y relación.

Estos asuntos se traducen en riesgos para la compañía pero también en oportunidades para generar valor social y valor para la compañía. El Grupo

BBVA centra su actividad de responsabilidad corporativa en los siguientes asuntos:

1. Orientación al cliente
2. Inclusión financiera
3. Finanzas responsables
4. Oferta de productos y servicios responsables
5. Gestión responsable de recursos humanos
6. Compras responsables
7. Gestión ambiental y cambio climático
8. Compromiso con la sociedad

Comunicación a los grupos de interés

Como última parte del proceso, BBVA comunica las acciones que desarrolla en respuesta a las expectativas y demandas de los grupos de interés. Esto se realiza a través de la interacción cotidiana de los

departamentos con los grupos con los que se relacionan y mediante los canales de comunicación empleados por el Grupo.

Uno de los principales instrumentos que reúne esta información es el Informe anual de responsabilidad corporativa del Grupo y los informes anuales específicos de varios de los países donde desarrollamos nuestra actividad (México, Perú y Venezuela).

Estos informes tienen como principal objetivo rendir cuentas sobre el desempeño anual de la compañía en los temas más relevantes de la responsabilidad corporativa, reflejar el nivel de cumplimiento de los objetivos marcados y establecer los futuros.

En el 2007, al igual que en años anteriores, hemos llevado a cabo un proceso específico de consulta a los grupos de interés para conocer su valoración del Informe anual de responsabilidad corporativa de 2006 de BBVA y sus expectativas respecto al contenido del presente informe. Además, este proceso de consulta se ha intensificado en América Latina, teniendo como objeto la evaluación en estos mismos términos de los informes anuales de RC correspondientes al ejercicio 2006 de BBVA Banco Continental (Perú) y de BBVA Banco Provincial (Venezuela). Los resultados serán tenidos en cuenta directamente por los responsables de BBVA en estos países a la hora de realizar sus respectivos informes correspondientes al 2007. Existe un resumen ejecutivo de este proceso titulado «Consulta a los grupos de interés BBVA 2007» que puede consultarse en información complementaria IARC07 en: <http://rrc.bbva.com>.

Asuntos controvertidos en el 2007

Durante el 2007 se ha trabajado intensamente para atender las denuncias de la ONG belga Netwerk Vlaanderen que, a través del informe «*Explosive Investments. Financial institutions and cluster munitions*», vinculaba a instituciones financieras de numerosos países de la OCDE con la financiación de municiones racimo. Se mantuvieron contactos y conversaciones con esta ONG y con Justicia y Paz

en España para explicar la política de BBVA en esta materia.

BBVA cuenta desde el 20 de octubre de 2005 con una exigente normativa interna cuyo cumplimiento es vinculante para todas las entidades que componen el Grupo, tanto en el ámbito financiero como en el resto de los sectores en los que el Grupo desarrolla su actividad, referida a los «Principios, Criterios y Normas de Actuación para solicitudes de financiación relacionadas con el sector de armas y municiones». Esta norma fue aprobada en el máximo nivel ejecutivo del Área de Riesgos.

La política de solicitudes de financiación del sector de armas y municiones viene siendo objeto de permanente revisión para su adaptación a los criterios más exigentes. La última revisión se ha producido en Diciembre de 2007 y fruto de la misma ha sido la extensión de la prohibición de participar el Grupo en aquellas operaciones cuyo objeto esté relacionado con las bombas racimo y armas de destrucción masiva, haciéndose eco y acomodándose al contenido de la Disposición Final Quinta de la Ley sobre el Control del Comercio Exterior de Material de Defensa y Doble Uso.

Por otra parte, las remuneraciones del Consejo de Administración de la compañía se revelaron como el segundo asunto controvertido más importante para BBVA en el 2007, con un reducido número de impactos en los principales medios españoles de prensa escrita. En este sentido, la respuesta del Grupo se basa en la máxima transparencia, por lo que publica anualmente todos los informes que son preceptivos, como los de gobierno corporativo, con el correspondiente detalle de las citadas remuneraciones.

Por último, el estudio de impactos de noticias en prensa escrita de los principales diarios en los países en que actúa el Grupo no ha revelado otras polémicas relevantes, así como tampoco los análisis de los principales analistas de sostenibilidad que anualmente se hacen eco de estos asuntos y solicitan las aclaraciones previas que influyen en el *rating* del Grupo en materia social, ambiental, ética y de gobierno corporativo.

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

El cliente es lo que da sentido a todo lo que hacemos en BBVA. Nuestro compromiso es ofrecerle un servicio de calidad para acompañarle en las principales etapas de su vida, aportándole a tiempo la mejor solución.



Número de Cuentas Claras
contratadas en 2007 (España)

1.570.569

Porcentaje de Clientes on-line
del Grupo (Excluido EEUU)

10,16%

Nivel medio
de satisfacción de clientes

>80%

Calidad, satisfacción y atención al cliente

El compromiso de BBVA con sus clientes se construye sobre la idea de que consolidar la calidad del servicio ofrecido se traduce en una mejora de la productividad comercial y, al mismo tiempo, en la generación de confianza. Para BBVA, estos dos elementos son requisitos fundamentales para lograr una relación comercial con los clientes de manera sostenible.

Desde esta perspectiva, el Departamento de Transformación y Productividad de BBVA revisó en el 2007 la orientación de los proyectos del área de Calidad Corporativa. El objetivo era primar y desarrollar las funciones de mayor valor añadido y que mejor satisfagan los intereses y necesidades de los

clientes. Para ello, se están llevando a cabo varias tareas:

- Análisis cualitativo y cuantitativo del Modelo de Gestión de Reclamaciones en España a partir de las reclamaciones del 2006, que da lugar a propuestas de mejora concretas.
- Presentación de un nuevo modelo de valoración del programa llamado Voz del Cliente Interno, que permitirá avanzar en la evaluación de los servicios prestados internamente en los distintos departamentos.
- Elaboración para el 2008 de la Memoria Corporativa de Reclamaciones del Grupo BBVA, que recogerá una descripción comparativa de los distintos modelos de gestión de reclamaciones y datos de actividad. A partir de esta información se podrán identificar las posibles mejoras que puedan implementarse en los distintos modelos.

Nivel de satisfacción de clientes particulares

(Porcentaje)	2007	2006	2005
Mediciones externas propias C.A.C.O.			
España	78,6	78,5	76,3
México	86,7	87,4	86,4
Argentina	83,8	83,4	82,4
Perú	79,4	81,8	83,6
Chile	79,2	80,5	77,2
Colombia	75,6	75,8	84,4

Alcance: Grupo BBVA.

Certificaciones ISO

	2007	2006	2005
País	ISO 9001	ISO 9001	ISO 9001
España	14	17	20
Argentina	14	21	18
México	10	7	4
Resto Grupo	8	8	13
Total	46	53	55

Alcance: Grupo BBVA (exc. Compass).

Además en cada uno de los bancos del Grupo se están llevando a cabo iniciativas para aumentar la satisfacción de nuestros clientes.

Para más información sobre las mejores prácticas de estas iniciativas, consultar: Información complementaria IARC 07 en <http://rrc.bbva.com>.

Uno de los instrumentos más importantes para BBVA en su apuesta por la mejora continua y la satisfacción del cliente es la figura del Defensor del Cliente. Se trata de un profesional independiente cuya función es proteger y defender los intereses de los clientes cuando estos consideran que sus derechos se han visto vulnerados por alguna actuación de la compañía.

Las resoluciones del Defensor, que son vinculantes para el Grupo BBVA, son trasladadas a las distintas unidades que lo componen para su ejecución. Las actividades del Defensor del Cliente se extienden a todas las unidades del actual Grupo BBVA y sus sociedades participadas en España.

Seguridad, protección del cliente y continuidad del negocio

La información no pública de que dispone BBVA sobre los clientes y sus operaciones tiene carácter confidencial. Con el fin de garantizar la seguridad

Reclamaciones presentadas ante el servicio de atención al cliente en España ⁽¹⁾

	2007	2006	2005
Resueltas totalmente a favor del cliente	3.079	2.366	1.721
Resueltas parcialmente a favor del cliente	838	608	485
Resueltas a favor del banco	3.592	3.138	2.600
Pendientes de respuesta a 31 de diciembre 2007	522	359	231
No admitidas a trámite por causa reglamentaria	399	208	30
Total	8.430	6.679	5.067

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

Alcance: España.

Número medio de días en resolver una reclamación

	2007	2006	2005
Reclamaciones internas (SAC)	20	18	15
Defensor del Cliente	10	11	11

Alcance: España.

Número de reclamaciones ante la autoridad suprabancaria ⁽¹⁾

País	Total expedientes			Total expedientes/actividad ⁽²⁾		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005
España	229 ^(a)	237 ^(a)	248 ^(a)	0,7	0,88	1,04
México	18.545 ^(b)	257	159	276,1	4,12	2,65
Argentina	46	32	55	8,4	6,08	11,40
Perú	72	50	73	9,6	7,96	13,87
Colombia	2.202 ^(c)	2.121	592	250,7	300,57	147,21
Chile	297 ^(d)	373	447	24,2	36,03	49,75
Total	21.391	3.070	1.574	569,4	355,64	225,92

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

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

(a) Fuente interna: reclamaciones trasladadas al Banco de España hasta el 31 de diciembre del 2007.

(b) Nuevo criterio al incluir datos de CONDUSEF no incluidos en ejercicios anteriores. De aplicar este criterio, la cifra en el 2006 hubiera sido 12.389 reclamaciones tramitadas.

(c) Datos a noviembre del 2007.

(d) Datos a septiembre del 2007.

Alcance: Grupo BBVA.



Juan A. Ortega Díaz. Defensor del cliente

«El Defensor examina con atención todas las reclamaciones de los clientes, conforme al reglamento vigente: las estudia con criterios de rigor, profesionalidad e independencia; actúa de mediador ante el Banco para alcanzar una solución amistosa y siempre da pronta respuesta al cliente. Su contestación se atiene a los contratos firmados y a las normas vigentes, a la eliminación de malas prácticas y al cumplimiento de los estándares de calidad establecidos por el Banco».

de sus sistemas informáticos y cumplir las exigencias legales en materia de protección de datos de carácter personal, BBVA ha adoptado diversas normas y procedimientos. Un compromiso que se complementa con el Código de Conducta del Grupo para todos los empleados, que contiene un apartado específico sobre protección de datos. En España, en el ejercicio 2007 no ha habido sanciones significativas relativas al cumplimiento de la LOPD.

En esta misma línea, BBVA cuenta con un departamento encargado específicamente de la protección de los datos de sus clientes denominado «Prevención de Delitos Tecnológicos», dentro de la Dirección de Seguridad Lógica. Desde este departamento se lucha contra todos los tipos de *phishing* y ataques que puedan afectar a nuestros clientes.

Por otra parte, BBVA es miembro del Information Security Forum (ISF), uno de los foros más prestigiosos del mundo en materia de seguridad de la información. En el 2007, la presentación del ISF en España se hizo en la sede de BBVA en Madrid y concluyó con la creación del llamado «Capítulo Español», una plataforma de colaboración para el desarrollo de la seguridad y protección de datos formada por BBVA, Caja Madrid, La Caixa, Repsol YPF y Telefónica.

DIRECTIVA EUROPEA 2004/39CE SOBRE MERCADOS DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS (MiFID)

Según la Directiva europea 2004/39CE sobre Mercados de Instrumentos Financieros (MiFID), que entró en vigor el 1 de noviembre del 2007, el incremento en la protección de los clientes se consigue garantizando la máxima transparencia de los mercados, reduciendo los costes de las operaciones y estableciendo nuevos requisitos a las entidades en sus servicios de inversión y en la ejecución de estos.

Como muestra de su compromiso con la protección de los clientes y de acuerdo con la MiFID, BBVA ha habilitado nuevas aplicaciones de clasificación y evaluaciones de idoneidad y conveniencia de los productos comercializados a nuestro clientes de acuerdo a su experiencia y conocimiento financiero. Asimismo, se han elaborado varias políticas para garantizar el estricto cumplimiento de esta directiva: la política de ejecución de BBVA y la política de prevención y gestión de los conflictos de intereses. Para más información sobre MiFID, consultar www.bbva.es.

Debido a la importancia de MiFID para BBVA, en el 2007 se ha puesto en marcha un intensivo plan de formación con el fin de instaurar en el Grupo unos principios y normas de conducta acordes a los requisitos de la directiva.

Con el fin de mantener al Grupo preparado ante posibles irrupciones de la actividad en situaciones de excepción, BBVA ha continuado profundizando en su estrategia global en materia de continuidad del negocio, aunando metodología y herramientas globales con una aproximación local.

Algunas actuaciones destacadas en el 2007 han sido:

- Revisión y adaptación de la Norma Corporativa de Gestión de la Continuidad de Negocio, publicada en julio del 2004.
- Adaptación de los Principios Corporativos de Continuidad del negocio (PCCN).
- Participación como miembros del Consorcio Español de Continuidad del Negocio (CECON) creado en septiembre del 2007 con el objeto de desarrollar un libro blanco con las mejores prácticas en materia de continuidad dentro del sector financiero.

Transparencia, publicidad y etiquetado

Ante la importancia que conceden los clientes a las comisiones por transacciones, BBVA ofrece en España, mediante el producto 'Cuentas Claras', distintos servicios bancarios por una única cuota que incorpora descuentos en base a la fidelidad del cliente. En el 2006 se contrataron 1.185.958 Cuentas Claras y en el 2007, 1.570.569, lo que supuso un incremento porcentual del 32 %.

En este mismo sentido, y de acuerdo con la nueva Ley de Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros emitida por el Banco de México, BBVA Bancomer lanza la «Tarjeta Nómina» libre de comisiones y la «Tarjeta Básica Bancomer».

MiFID

Formación	Número de empleados
Plataforma CONOCE	
MIFID (3 horas)	5.047
MIFID Avanzado (6 horas)	15.052
MIFID Presencial	13.806
Total	33.905

Alcance: España y Portugal.

Por otra parte, en cuanto a la información y el etiquetado de productos, BBVA cumple rigurosamente con las normativas de los países en los que opera. Además, como miembro de la Asociación Española de Anunciantes (AEA), adherida a la Federación Mundial de Anunciantes, y de Autocontrol de la Publicidad, colabora activamente para que la sociedad conozca los valores de una comunicación comercial responsable y sostenible. Con este objetivo, todas las campañas de publicidad del Grupo se someten a la supervisión de los organismos competentes en cada caso para su autorización, principalmente el Banco de España y la Comisión Nacional del Mercado de Valores, en España, y las diferentes superintendencias bancarias y previsionales de cada país, en el caso de América Latina.

Accesibilidad a servicios financieros

Para BBVA, ofrecer un buen servicio significa ser eficaz y responder a las expectativas de sus clientes. Con este objetivo, el reto de la compañía es acercar el banco a las personas mediante todos sus canales de servicio. Los principales canales directos de BBVA, además de la amplia red de oficinas y autoservicios, son:

- Canal Internet: BBVANet (www.bbvanet.com) es usado por más de cuatro millones y medio de clientes en el Grupo. Como todas las webs del Grupo desde 2005, este canal mantiene el compromiso de accesibilidad de la información a las personas con discapacidad cumpliendo con los estándares más avanzados relacionados con la

accesibilidad web. Se ha alcanzado el nivel de accesibilidad AA, lo cual supone haberse anticipado a las exigencias que establece la nueva Ley de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información sin menoscabo para la seguridad operativa de los clientes.

La búsqueda de la mejora continua en este sentido, le ha valido a BBVA en 2007 el galardón otorgado por la revista *Global Finance* en la categoría de «Mejor Banco Online para Particulares» en España y Perú y de «Mejor Banco corporativo e institucional por Internet» en Portugal, México, Chile y Venezuela.

Una de las innovaciones más importantes introducidas en el 2007 ha sido el lanzamiento del servicio «Ayuda en directo», que permite a los clientes obtener la ayuda personalizada de un gestor del *call center* a través de chat.

- Canal telefónico: la Línea BBVA, disponible 24 horas al día durante los 365 días del año, registró en el 2007 5,9 millones de operaciones a través del sistema IVR (Respuesta de Voz Interactiva), recibió 3,9 millones de llamadas en los Servicios de Atención Telefónica y produjo más de 21 millones de emisiones para acercar los productos y servicios de BBVA a sus clientes, con especial atención a los colectivos de inmigrantes.
- Canal móvil: los clientes de BBVA pueden acceder a servicios financieros mediante sus teléfonos móviles gracias al Canal SMS, banca móvil y pagos por móvil (wap.bbvamovil.com). En el 2007, se enviaron más de 1,7 millones de mensajes cortos con información financiera.

INCLUSIÓN FINANCIERA

Poder acceder a servicios financieros es uno de los más importantes factores que contribuyen a que las personas puedan tener un futuro mejor. En BBVA trabajamos para facilitar a nuevos segmentos de la población el acceso a los servicios financieros.



Microfinanzas
Plan de bancarización
de América Latina
Banca para inmigrantes

Dotación Fundación BBVA
para las Microfinanzas
(Millones de euros)

200

Cuota Clientes segmento
inmigrantes (España)

22,5 %

Fondo BBVA Codespa
Microfinanzas (Volumen
en millones de euros)

23,67

BBVA entiende la inclusión financiera como parte de su responsabilidad sobre el desarrollo de comunidades locales, ya que se trata de integrar en el sistema financiero aquellos sectores de la población, potencialmente excluidos por sus bajos ingresos y sus escasas oportunidades de acceso al crédito.

La inclusión financiera, ADN de la política de Responsabilidad Corporativa y principio integrado en la estrategia de negocio



Fundación BBVA para las Microfinanzas

BBVA, en su estrategia de responsabilidad corporativa, creó en el 2007 la Fundación BBVA para las Microfinanzas, una entidad sin ánimo de lucro dedicada a promover el acceso al crédito y a los servicios financieros de las personas con bajos ingresos, con especial atención a aquellas áreas poco desarrolladas social y económicamente. La finalidad de la fundación es consolidarse, a medio plazo, como una de las mayores redes microfinancieras de América Latina y del mundo. La fundación asume el compromiso de una firme política de reinversión de los beneficios generados.

La estrategia de la fundación radica en impulsar las microfinanzas a través de alianzas y participaciones en entidades microfinancieras con probada presencia local y solvencia en la gestión de estos recursos. Asimismo, y como complemento a esta labor, la fundación llevará a

Damian von Stauffenberg. Fundador de MicroRate

«El microcrédito en esencia, activa la capacidad de generar riqueza que está latente en cada persona sin importar cuán pobre sea. ¡El microcrédito permite al pobre llegar a ser productivo! Con la ayuda del crédito, los prestatarios pueden generar la riqueza para pagar el préstamo y salir de la pobreza. Ése es el secreto que reside tras el gran éxito de las microfinanzas».



cabo programas de capacitación profesional, innovación tecnológica, fomento de la información y el conocimiento y buenas prácticas de gobierno corporativo que ayudarán a crear un entorno más propicio para el desarrollo de las microfinanzas.

Actualmente, la fundación cuenta con una dotación de 200 millones de euros aportada por BBVA, de los que 20,1 millones de euros se invirtieron en el 2007. La fundación ha dedicado 905.000 euros adicionales a labores de promoción de las microfinanzas y actividad interna. Además, la fundación ha suscrito a lo largo de este mismo año dos acuerdos de colaboración para el fomento de la actividad microfinanciera con el Banco Interamericano de Desarrollo y Accenture al tiempo que colabora con la Universidad de Navarra.

La actividad inicial de la fundación se centra en América Latina, con una atención prioritaria a los países donde está presente el Grupo BBVA. En este sentido, en el 2007, la fundación adquirió participaciones mayoritarias en dos entidades peruanas (Caja Rural de Ahorro y Crédito Nor Perú y Caja Rural de Ahorro y Crédito del Sur), que fusionará en el 2008, y creará una nueva entidad regulada en Colombia, con la colaboración de Corporación Mundial de la Mujer-Bogotá y Corporación Mundial de la Mujer-Medellín. A finales del 2007, estas cuatro entidades atendían a casi 200.000 clientes, lo cual supone, si se incluyen los familiares dependientes, una cifra cercana al millón de personas beneficiadas por el trabajo de la fundación.

La Fundación para las Microfinanzas es una institución independiente del Grupo, tanto en su gobierno como en su gestión. Por esta misma razón, y para asegurar la independencia de los proyectos desarrollados, BBVA se desvincula de las acciones emprendidas por la fundación o de las entidades que esta adquiera para el cumplimiento de sus fines.

Fondo BBVA Codespa Microfinanzas (FIL)

Dentro del apoyo de BBVA a las microfinanzas, además de la fundación, la compañía cuenta con el Fondo BBVA Codespa Microfinanzas (FIL). Con este fondo, BBVA se convierte en uno de los primeros bancos del mundo en contar con un fondo de inversión en microfinanzas en América Latina. Además de ser el nexo de unión entre los inversores socialmente responsables y la industria de las microfinanzas, fomenta su desarrollo y crecimiento dentro de los

más exigentes estándares de calidad. Para apoyar la toma de decisiones en la selección de las instituciones microfinancieras que deben ser respaldadas se han contratado los servicios de Blue Orchard, uno de los asesores de inversiones especializado en el campo de las microfinanzas más reconocidos a nivel mundial.

Para más información sobre el Fondo BBVA Codespa Microfinanzas (FIL), consultar: <http://inversores.bbva.com>.

Por otro lado, en el 2007 BBVA ha publicado conjuntamente con Codespa y MicroRate, una de las agencias de *rating* internacional de instituciones microfinancieras más importantes, el segundo informe sobre la industria de las microfinanzas en América Latina. Para más información consultar <http://rrc.grupobbva.com>.

Plan de bancarización de América Latina

Como parte de su compromiso con la inclusión financiera, BBVA lanzó en el 2007 el Plan de Bancarización, un proyecto que persigue impulsar el acceso a los productos y servicios financieros por parte de nuevos segmentos de la población en América Latina. La innovación y el uso de las nuevas tecnologías lo hacen posible gracias al desarrollo de nuevos modelos de negocio que permiten alcanzar menores costes y desarrollar otros canales de relación con los clientes. Un buen ejemplo de innovación al servicio de las personas.

El Plan de Bancarización se administra en dos regiones: México y América del Sur.

MÉXICO

México es un mercado todavía poco bancarizado y por tanto de gran potencial. Se estima que cerca de 17 millones de personas aún no han sido incorporadas al sistema financiero. BBVA ha captado más de cinco millones de clientes activos en los últimos cuatro años hasta alcanzar la cifra de 14,6 millones a finales de 2007. El modelo de penetración se centra en dos ejes: autoservicio con tarjetas y crédito. De acuerdo con estas líneas de trabajo, BBVA Bancomer ha dispuesto entre sus objetivos a alcanzar antes de 2010:

- 4 millones de nuevos clientes para alcanzar los 18 millones.
- Multiplicar por 2,5 veces el crédito al consumo y por 3 el de vivienda.
- Triplicar el número de negocios y pymes, pasar de 50.000 a 150.000.
- Aumentar la red de sucursales de 1.765 a 2.010.

- Incrementar el número de cajeros automáticos de 4.876 a 7.500.

AMÉRICA DEL SUR

En América del Sur se han definido tres pilares sobre los que asentar la estrategia de bancarización:

- **Producto:** bajo el concepto «El Banco en la tarjeta» se busca que la tarjeta sea el centro de la relación con el cliente, otorgando financiación y facilitando las transacciones económicas, la asignación de crédito, el pago de nóminas, el pago de remesas recibidas del extranjero, etc.
- **Procesos:** la accesibilidad requiere del desarrollo de la multicanalidad, un uso intensivo de canales tecnológicos alternativos a la red de oficinas tradicional para gestionar el servicio a los clientes, permitiendo ampliar la red de distribución de productos y el acceso a servicios.
- **Riesgos:** disponer de herramientas de gestión del riesgo que aseguren el correcto desarrollo de este proceso integral y segmentado.

La Unidad de Negocio de BBVA para América del Sur fijó en el 2006 cuatro objetivos para la implementación del Plan de Bancarización regional, los cuales se describen en el siguiente cuadro junto con su evolución al cierre del primer año.

Plan de Bancarización. América del Sur			
	Diciembre 2006	Diciembre 2007	Objetivo 2010
Nº de clientes activos (en millones) ⁽¹⁾	6,5	7,3	9,0
Nº de clientes financiados (en millones)	1,6	2,0	4,0
Financiación de tarjetas (millones de euros)	452	857	2.000
Financiación de consumo (millones de euros)	1.963	3.307	5.500

(1) Cliente activo es aquel con saldos superiores a 0, titular de cuentas personales o de negocio.

Banca para inmigrantes: Dinero Express y BTS

BBVA trabaja desde hace varios años en la integración del colectivo inmigrante en el sistema financiero español. En este sentido, la compañía dispone desde el 2005 de una red especializada en las necesidades de servicios financieros para población inmigrante llamada «Dinero Express».

En términos de cuota de mercado, BBVA en España llegó en el 2007 a cuotas de clientela en torno al

22,5 % en el segmento de inmigrantes y a realizar el 25 % de los envíos de dinero efectuados por entidades financieras.

Dinero Express cuenta con 130 oficinas, de las que 33 son oficinas Dúo, es decir, compartidas con la actividad regular de BBVA. La amplitud de los horarios de atención al público de Dinero Express y el hecho de que la plantilla está compuesta por personas de 21 nacionalidades diferentes facilita la atención a los clientes en su acceso a servicios financieros y no financieros, entre los que destacan:

- Servicios de envíos de dinero.
- Créditos de consumo de fácil acceso.
- Hipoteca multitenencia.
- Seguro de repatriación.
- Servicios y productos que facilitan la accesibilidad de los inmigrantes al sistema financiero (envíos de dinero, tarjetas, cuentas, asistencia jurídica, etc.).
- Servicio de búsqueda de trabajo para inmigrantes a través de empresas especializadas.
- Servicio de gestión que permite la tramitación de las necesidades administrativas de los inmigrantes (regularización, reagrupación...).

En el 2007, Dinero Express ha realizado una campaña de apoyo a Perú por el terremoto otorgando a todos los clientes peruanos la posibilidad de realizar remesas exentas de cargos y una llamada de forma gratuita.

El compromiso de BBVA con los servicios adaptados a las necesidades del colectivo inmigrante se complementa con aquellos relacionados con las remesas a través de Bancomer Transfer Service (BTS) en México. La misión de BTS es proveer un servicio de alta calidad en envío de remesas familiares. Para ello cuenta con una plataforma de transferencia de fondos electrónica con un programa de cumplimiento normativo y un sistema contra el lavado de activos de la más alta tecnología.

La estrategia de BTS se basa en 3 pilares:

- 1) Fortalecimiento del Corredor a México y América Latina.
- 2) Extensión de la Red de Originación en EE.UU.
- 3) Expansión Global a corredores en Europa, Asia y África.

En cifras, en el 2006 Bancomer tenía el 36,4 % de la cuota de mercado de transferencias electrónicas pagadas en México y en el 2007 fueron 38,3 %.

En el 2006 el mercado mundial de remesas representó cerca de 220 mil millones de dólares. BTS obtuvo una participación del 4 %.

FINANZAS RESPONSABLES

Hablar de sostenibilidad en el negocio financiero requiere no olvidar los impactos sociales y medioambientales de las actividades de nuestros clientes. En BBVA nos comprometemos a tener en cuenta estos aspectos en el momento de aportarles soluciones.



Reducción establecimientos en paraísos fiscales desde el 2004

35

Especialistas prevención blanqueo de capitales

250

Número de Clientes analizados con Ecorating

196.232

Grandes empresas y financiación de proyectos

Los grandes proyectos de inversión pueden contribuir enormemente al desarrollo de infraestructuras necesarias para el progreso económico y el bienestar social, pero al mismo tiempo, pueden presentar riesgos ambientales o impactos negativos sobre comuni-

dades locales. Frente a esta situación, las entidades financieras deben encontrar el modo de mantener sus estrategias de negocio, pero también asegurar la coherencia de éstas respecto a sus compromisos de responsabilidad y sostenibilidad social y ambiental.

El marco de gestión del riesgo social y ambiental de la financiación de proyectos que sigue BBVA se

Categorización de proyectos financiados según los Principios de Ecuador

(Millones de euros)	Categoría	2007			2006			2005		
		Nº de operaciones	Importe total	Importe financiado por BBVA	Nº de operaciones	Importe total	Importe financiado por BBVA	Nº de operaciones	Importe total	Importe financiado por BBVA
Europa y Norteamérica	A	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	B	1	133,7	9,6	11	4.587,4	831,4	1	248,4	33,8
	C	11	1.544,3	321,7	7	1.946,0	357,8	4	833,5	253,1
Total Europa y Norteamérica		12	1.678,0	331,3	18	6.533,4	1.189,2	5	1.081,9	286,9
América Latina	A	0	0	0	1	103,5	19,5	0	0	0
	B	1	437,4	72,9	5	1.826,2	434,9	5	1.126,2	235,5
	C	0	0	0	2	56	38	6	432,8	299,2
Total América Latina		1	437,4	72,9	8	1.985,7	492,4	11	1.559,0	534,7
Asia	A	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	B	0	0	0	6	14.414,1	260,3	0	0	0
	C	0	0	0	1	1.196,3	49,2	0	0	0
Total Asia		0	0	0	7	15.610,4	309,5	0	0	0
Resto Grupo	A	1	1.568,0	42,8	0	0	0	0	0	0
TOTAL GRUPO		13	3.683,5	447,1	33	24.129,5	1.991,1	16	2.640,9	821,6

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

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

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

Alcance: Grupo BBVA.

ha definido según los Principios de Ecuador, basados en las políticas y estándares del Banco Mundial.

Como muestra de este compromiso, toda financiación de proyectos cuyo importe de inversión sea superior a 10 millones de dólares deben cumplir con los requisitos de los Principios de Ecuador aplicables en todos los países y sectores.

Para más información sobre los Principios de Ecuador, consultar: www.equator-principles.com.

Igualmente en el 2007, ha sido asesorado según los Principios de Ecuador un proyecto de categoría A, elaborado en México por importe de 433,78 millones de euros.

Gestión de riesgos ambientales: Ecorating

La gestión de los riesgos ambientales en una empresa influye directamente en su calidad crediticia. Durante el 2007, en BBVA hemos continuado con el desarrollo del alcance de la aplicación de la herramienta *Ecorating* para el análisis de los riesgos ambientales de nuestros clientes con actividad en España.

Ecorating permitirá gestionar los riesgos ambientales en función de los siguientes criterios:

- Valoración de la cartera de riesgos de todo tipo de empresas desde una perspectiva medioambiental.
- Valoración individualizada de las empresas en el momento de establecer su política de riesgos, tanto para la fijación de límites como para la ejecución de la operación.
- Valoración comparativa de cada empresa a nivel individual en relación con el riesgo medioambiental medio del sector al que pertenece.
- Establecimiento de políticas de riesgos diferenciadas según la calidad medioambiental de las empresas solicitantes.

De acuerdo con estos criterios, en el 2007 se han analizado 196.232 clientes de los que se ha calculado sus valores de *riesgo medioambiental*. Estas variables se agrupan en tres grandes bloques:

- Emisiones contaminantes y consumo de recursos.

Evaluación de riesgos ambientales

Rango de valores de riesgo medioambiental	% Exposición	% Clientes
Bajo	78,7	86,5
Medio	19,7	13,1
Alto	1,5	0,4

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

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

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

- Características del entorno al que afecten directa o indirectamente.
- Presión legislativa y fiscalización de determinados componentes del medio ambiente.

Sobre el riesgo ambiental inherente al sector minero y de la energía, BBVA Banco Continental (Perú) verifica el cumplimiento del Programa de Adecuación y Manejo Ambiental (PAMA) del país.

Sobreendeudamiento

La capacidad de endeudarse de cualquier agente económico depende en primer lugar de su nivel de renta y de las condiciones financieras a las que puede acceder con esa deuda. Sin embargo, esto también se relaciona estrechamente con la estabilidad macroeconómica y financiera del entorno en el que opera, y con sus expectativas de renta futura.

BBVA, fiel a sus fundamentos, ha mantenido siempre la prudencia en la gestión del negocio, midiendo la capacidad de retorno y evaluando los riesgos desde el principio de precaución.

Prueba de esta prudencia es la baja tasa de morosidad en el Grupo y su moderado repunte en el año 2007 (de 0,83 % a 0,89 %), un año de cambio en el ciclo económico. Por otro lado, BBVA no tiene exposición a productos como ABCP, SIVs, *conduits*,



Bernardo Sainz-Pardo. Director general de CISS, grupo Wolters Kluwer

«El medio ambiente constituye hoy en día una de las variables ineludibles que cualquier entidad financiera debe tener en cuenta en el desarrollo de su actividad. No sólo desde el punto de vista de la gestión de los riesgos operativos, que inciden sobre la viabilidad de una operación financiera concreta, sino también desde el punto de vista de la responsabilidad social inherente a la entidad a la hora de conocer el comportamiento ambiental de sus clientes».

subprime, leveraged loans o seguros de bonos; y su implicación en *Hedge Funds* y *Private Equity* es muy moderada, lo cual minimiza drásticamente los posibles riesgos de sobreendeudamiento. En definitiva, la rentabilidad de BBVA no está ajustada sólo a la valoración del riesgo sino también al principio de prudencia y a las buenas prácticas que guían todas nuestras operaciones.

Establecimiento del Grupo BBVA en centros financieros off-shore

El Grupo BBVA comparte la aproximación del Banco de España (véase la Memoria de la Supervisión Bancaria del 2003) sobre los riesgos para la reputación en los que podrían incurrir las entidades financieras que, en el desarrollo de sus estrategias, no consideren las implicaciones derivadas de la localización de sus negocios y de la tipología de las actividades desarrolladas. Así, BBVA asume que sus actividades económicas podrían llegar a desarrollarse en centros financieros *off-shore* y, particularmente, en aquellos que tuvieran la consideración de paraísos fiscales.

Además de las políticas de admisión y conocimiento del cliente e independientemente de que la actividad y los negocios que desarrolla actualmente el Grupo BBVA en estas jurisdicciones cumplan escrupulosamente la normativa vigente, para BBVA su reputación es un objetivo estratégico, por lo que la gestión de los riesgos que pueden afectarla requiere de una atención prioritaria.

Por este motivo, en el 2004 el Grupo BBVA hizo expresa su política sobre actividades en establecimientos permanentes domiciliados en centros financieros *off-shore*. A raíz de esta declaración, el Grupo elaboró en el 2006 un plan de actuación para reducir el número de centros financieros de este tipo en los que opera BBVA.

Durante el 2007 se ha seguido avanzando en el plan de reducción de centros financieros *off-shore* comenzado en el 2004. A finales del 2006 se eliminaron 33 establecimientos permanentes y en el 2007 se han sumado otros dos.

Para más información sobre Centros financieros *off-shore* consultar: Informe anual 2007 del Grupo BBVA (www.bbva.com).

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

La prevención del blanqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas (en adelante y conjuntamente, la prevención del blanqueo de capitales) constituye, ante todo, un objetivo prioritario que el Grupo BBVA asocia a su compromiso de favorecer y preservar el bienestar de los distintos entornos sociales en los que desarrolla sus actividades. Para el Grupo BBVA evitar que sus productos y servicios sean utilizados con finalidad delictiva constituye, igualmente, un requisito indispensable para preservar su integridad corporativa y con ello, uno de sus principales activos: la confianza de las personas e instituciones con las que diariamente se relaciona (clientes, empleados, accionistas, proveedores...).

De este modo, en la política del Grupo de prevenir la utilización de sus productos y servicios con fines delictivos, durante el 2007 se ha mejorado el modelo de gestión del riesgo de blanqueo de capitales del Grupo BBVA mediante el perfeccionamiento de nuestros exhaustivos sistemas de monitorización de las actividades financieras de la compañía. El objetivo de estos sistemas es integrar dentro de la gestión de este tipo de riesgos las recomendaciones del Comité de Supervisión Bancaria del Banco Internacional de Pagos de Basilea y las nuevas legislaciones que se emitan.

Asimismo, el Grupo BBVA ha continuado con su colaboración con organizaciones internacionales, organismos gubernamentales y otras instituciones en la lucha contra el crimen organizado, el terrorismo y otras formas de delincuencia.

Para más información sobre finanzas responsables, consultar: Información Complementaria IARC'07 en <http://rrc.bbva.com>.

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

	2007	2006	2005
Participantes en actividades formativas en materia de prevención de blanqueo de capitales	45.905	48.405	57.865
Personas especialistas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas	250	170	163

Alcance: Grupo BBVA

PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES

Los aspectos sociales y medioambientales generan un mundo de nuevas necesidades y oportunidades. En BBVA trabajamos para generar una oferta adaptada a las necesidades de cada persona o comunidad de personas.

Inversión socialmente responsable

Previsión social
Plan Familias BBVA

Apoyo a exportación e instituciones

Productos y servicios con carácter ambiental

De cuota del volumen de ISR de FI domiciliados y gestionados en España (2006)

74 %

Financiador de energía eólica del mundo (2000-2006)

1^{er}

Gestor de planes de pensiones en América Latina

1^{er}

Préstamos sin coste alguno 2007 (Millones de euros)

48,9

Inversión socialmente responsable

En BBVA entendemos por inversión socialmente responsable (ISR) aquella que añade al análisis de rentabilidad y riesgo criterios sociales, ambientales y de gobierno corporativo, para seleccionar como destino de su inversión a las empresas con mejor comportamiento sostenible a largo plazo.

Actualmente, BBVA es una de las empresas mejor valoradas y uno de los bancos mejor calificados globalmente por los analistas de sostenibilidad, y en el contexto español, lideramos el proceso de desarrollo de la ISR. Prueba de ello es el Fondo BBVA Extra 5 II Garantizado y Bolsa Desarrollo Sostenible, que representa el 74 % del volumen

total de ISR de fondos de inversión domiciliados y gestionados en España en el 2006 («Observatorio 2007 de la ISR», ESADE). El proceso de preselección de empresas que seguimos se basa en los *ratings* de Innovest (www.innovestgroup.com) aplicados a modo de filtro.

Inversión Socialmente Responsable (ISR)

(Porcentaje)	2007	2006	2005
Fondos ISR respecto al total de fondos gestionados	1,38	1,57	1,53
Fondos ISR respecto a otros recursos de clientes	0,53	0,65	0,63
Alcance: Grupo BBVA.			

Fondos con criterios de RC

(Millones de euros)			2007		2006		2005	
Fondo	Vocación	Fines de utilidad pública a los que se dedica	Volumen	Participes	Volumen	Participes	Volumen	Participes
BBVA Extra 5 II Garantizado	Garantizado de renta variable	Las empresas seleccionadas forman parte del índice FTSE4Good que aplica criterios RC en la selección	688,07	26.323	785,20	29.244	814,00	30.067
BBVA Desarrollo Sostenible	Renta variable internacional	Las empresas seleccionadas son aquellas con mejor calificación según análisis externo ⁽¹⁾	29,89	7.165	52,01	10.377	69,40	14.289
BBVA Codespa Microfinanzas	Hedge fund	Inversión en valores no cotizados de países en vías de desarrollo	23,67	29	20,55	6	-	-

(1) Las calificaciones son proporcionadas por una agencia internacional independiente y de reconocido prestigio, especializada en analizar empresas en base a criterios de sostenibilidad y responsabilidad corporativa (economía, sociedad y medio ambiente).

Alcance: Grupo BBVA.

De este modo, las compañías con la puntuación más baja son excluidas, ya que se considera que su nivel de riesgo es muy elevado, y el resto de compañías son ponderadas en el Fondo en función de su puntuación. Es decir, sobreponderamos aquellas empresas que tengan mejor *rating*, ya que esto implica que la compañía está llevando a cabo una buena gestión desde el punto de vista de la sostenibilidad. A 31 de diciembre del 2007, este proceso se aplicaba al 12,2 % de los activos de renta variable y pensiones gestionados por BBVA. Igualmente, el 29 % del total de fondos de inversión y pensiones gestionados por nuestra entidad también utilizaban criterios de ISR.

Otro de nuestros productos de ISR, y una de las apuestas más innovadoras de BBVA, es el Fondo BBVA Codespa Microfinanzas (FIL), que financia entidades situadas en Latinoamérica, con especial atención a los países en los que el grupo desarrolla su actividad o cuenta con socios financieros. Para conocer más sobre este fondo, consultar el capítulo «Inclusión financiera».

A pesar de ser el 2007 un año con rentabilidades positivas, ha habido retrocesos para toda la industria de fondos de inversión en cuanto al patrimonio gestionado a causa de la crisis de las hipotecas *subprime* y la posterior crisis en los mercados financieros internacionales. Las propias entidades han dirigido parte del ahorro de sus clientes desde los fondos de inversión hacia productos de pasivo. Por ello la Renta Variable (a la que pertenece BBVA Bolsa Desarrollo Sostenible) y los Garantizados de Renta Variable (a la que pertenece BBVA Extra 5 II Garantizado) han sido dos de las categorías más penalizadas, tanto en BBVA como en el resto del sistema.

Una peculiaridad del mercado financiero español consiste en incluir los fondos solidarios dentro de la ISR. Los fondos solidarios son una forma alternativa y complementaria de financiar entidades sin ánimo de lucro o proyectos sociales y de desarrollo, ya

que ceden una parte de la comisión de la gestión o de depósito a este tipo de entidades. Actualmente, BBVA cuenta con dos fondos solidarios:

- BBVA Bolsa Biofarma: con 4.720 inversores participantes y un volumen de 24,86 millones de euros en el 2007. La gestora dona 15.000 euros anuales a la Fundación para la Investigación Médica Aplicada.
- BBVA Solidaridad: con 1.008 inversores participantes y un volumen de 33,3 millones de euros. Se realiza una donación del 0,55 % anual sobre el patrimonio gestionado entre las entidades no lucrativas asociadas a elección del inversor, donación que en el 2007 ascendió a 162.189 euros. En abril del 2007 organizamos las jornadas «Las inversiones socialmente responsables: su análisis y gestión», celebradas en la Bolsa de Madrid.

Previsión social: planes de pensiones y seguros

PLANES DE PENSIONES

En España, en el 2007 BBVA lidera el mercado de planes de pensiones con una cuota de mercado del 17,9 % según datos de Inverco.

Del mismo modo, la posición de BBVA en América le permitirá jugar un papel protagonista dentro de las reformas en las políticas de previsión y, por tanto, contribuir al bienestar social de la región. En este sentido, la unidad de Pensiones y Seguros América de BBVA proyectó el Plan de Crecimiento 2006-2008 con el objetivo de fortalecer su liderazgo en pensiones en América mediante el incremento del patrimonio administrado.

En su compromiso por trabajar por un futuro mejor para las personas, BBVA ha elaborado estudios con propuestas concretas para fortalecer el sistema de pensiones y apoyar más a los afiliados con menos ingresos. Muestra de

Laura Albareda. Investigadora y autora del Observatorio de la Inversión Socialmente Responsable. Instituto de Innovación Social. ESADE

«Las investigaciones financieras demuestran que la rentabilidad de los fondos ISR depende, como en los fondos convencionales, de la gestión que se haga de su cartera. No existen diferencias, desde el punto de vista de la rentabilidad, ni tampoco desde el punto de vista de la *performance* –rentabilidad y riesgo–, con el resto de los fondos. Evidentemente, esto no quiere decir que sean siempre más rentables. Lo que sí podemos afirmar es que una buena *performance* social no conduce necesariamente a una baja *performance* financiera».



Planes de Pensiones de clientes

(Millones de euros y millones de partícipes)	2007		2006		2005	
	Volumen	Partícipes	Volumen	Partícipes	Volumen	Partícipes
España	17.068	1,9	16.291	1,9	15.091	1,9
América Latina	43.474	13,6	40.497	12,7	38.541	12,4
Alcance: Grupo BBVA.						

ello son, por una parte, el estudio «Hacia el fortalecimiento de los sistemas de pensiones en México: visión y propuestas de reforma», de BBVA Bancoamer, y, por otra, el informe realizado por el Servicio de Estudios de Pensiones de BBVA sobre el sistema peruano de pensiones, llevado a cabo por BBVA Banco Continental.

Para conocer más sobre estos estudios, consultar: <http://serviciodeestudios.bbva.com>

Paralelamente, BBVA participa activamente, junto a la OECD y el Banco Mundial en varios proyectos de investigación incluyendo entre otros uno para el desarrollo de un análisis sobre el rendimiento de los planes de pensiones de gestión privada con alcance mundial.

SEGUROS

BBVA Seguros ofrece a sus clientes en España productos para la protección de pagos para situaciones de desempleo o Incapacidad Laboral Temporal (ILT), y fórmulas novedosas en las que se combinan patrimonio inmobiliario y seguro de rentas.

En el mundo de la empresa, BBVA Broker participa en el diseño y distribución de seguros relacionados con la protección de instalaciones generadoras de energías renovables y se prepara para ofrecer una respuesta aseguradora a las exigencias que va a suponer la implantación en España de la Ley de Responsabilidad Medioambiental.

Otras iniciativas destacables son los Seguros Provida, de BBVA Banco Provincial, que empieza a enfocarse en la atención a las necesidades de seguros de los usuarios de bajos y medios ingresos, y la comercialización por parte de BBVA España de dos tipos de seguros dirigidos a colectivos más desfavorecidos: el seguro de repatriación, dirigido al colectivo inmigrante y los seguros ligados a la Hipoteca Bienestar, dirigidos al colectivo de mayores.

Para más información sobre seguros, consultar: www.bbvasseguros.com

Plan Familias BBVA

El Plan Familias BBVA, aprobado en el 2003, es un programa dirigido a ayudar a las familias a afrontar necesidades básicas, con especial atención a aquellos colectivos más necesitados y vulnerables. Su actividad abarca iniciativas financieras, apoyo directo, formación, análisis e investigación, etc.

El plan se ha centrado en el Programa de Financiación Familiar, materializado en la comercialización de los siguientes préstamos: Préstamo Nacimiento, Joven y Dependencia.

Para favorecer la accesibilidad a los préstamos de segmentos de la población poco bancarizados y permitir un amplio porcentaje de concesión automática, hasta un 90 %, se adaptó el sistema de análisis de riesgo. Los diferentes préstamos alcanzan

Plan Familias BBVA

Préstamo Nacimiento	Destinado a madres con hijos recién nacidos o adoptados. Desde el 2004 lo han recibido 37.119 madres. En el 2007 se beneficiaron 9.802 madres; 29,2 millones de euros concedidos.
Préstamo Joven	Destinado a jóvenes (hasta 29 años inclusive) que estuvieran realizando sus estudios o que los hubieran terminado recientemente. Desde octubre del 2006 hasta febrero del 2007 el préstamo benefició a 5.763 jóvenes. En el 2007 la ayuda representó 7,7 millones de euros concedidos a 2.766 beneficiarios.
Préstamo Dependencia	Destinado a personas con discapacidad o mayores de 65 años. Desde octubre a diciembre del 2007 un total de 4.141 personas se beneficiaron; 12,041 millones de euros.

Alcance: España.

los 3.000 euros al 0 % de interés y sin comisiones para cubrir necesidades familiares básicas. Desde febrero del 2004 BBVA ha concedido 141 millones de euros por medio del programa.

Apoyo a exportadores y FAD

Continuando con nuestra trayectoria de apoyo al comercio exterior de los países en vías de desarrollo, BBVA gestiona dos carteras de operaciones que en el 2007 ascendieron a 945 millones de euros. En este sentido, cobra un especial interés la gestión de los Fondos de Ayuda al Desarrollo (FAD) en los que BBVA actúa bien como agente en la intermediación o como cofinanciador. Estos fondos permiten la financiación en condiciones preferentes de proyectos que contribuyen positivamente a la sociedad. BBVA obtuvo el liderazgo como banco mundial de Trade Finance en el ranking de Dealogic, sociedad del grupo Euromoney (excluidos buques y aviones).

En este sentido, un hecho importante para BBVA en el 2007, en su línea de apoyo al comercio exterior de países en vías de desarrollo, fue que los bancos de BBVA en América Latina se incorporaron al Programa de Fomento del Comercio Exterior del Banco Interamericano de Desarrollo.

Instituciones Públicas

A través de su área de Banca de Instituciones, en la que se integra el Banco de Crédito Local (BCL) el Grupo presta servicios a instituciones públicas y privadas. Es un ámbito de actuación en el que el BBVA ocupa una posición de indiscutible liderazgo en España.

La principal novedad introducida en el 2007 ha sido la aplicación de nuevos instrumentos en la financiación en el ámbito local. En este sentido, BBVA España presentó dos nuevos productos financieros ideados para las instituciones públicas, *Factoring* de Subvenciones y *Confirming* para Administraciones Públicas; además de desarrollos específicos en banca electrónica para facilitar a las administraciones locales la recaudación a través de medios telemáticos. En la misma línea, BBVA Bancomer lanzó en el 2007 el servicio E-gobierno, un canal interactivo de atención ciudadana personalizada que permite llevar a cabo trámites y pagos de servicios públicos.

Por otra parte, continuamos con el Plan Fidels (Financiación para el Desarrollo Local Sostenible) gracias al cual proporcionamos a las corporaciones

locales un conjunto de soluciones dirigidas a impulsar la realización de proyectos medioambientales.

Instituciones privadas no lucrativas

En el 2005, BBVA adquirió un compromiso firme con el apoyo a la labor de entidades privadas no lucrativas a través de un programa de encartes en la correspondencia bancaria a los clientes. Dichos encartes buscan dar difusión a sus actividades solidarias, a llamamientos de apoyo a emergencias humanitarias o a campañas de captación de socios. En el 2007 se repartieron más de tres millones de folletos informativos.

Por otra parte, desde BBVA hemos contribuido a facilitar las donaciones a estas instituciones por medio del Servicio Colabor@ de BBVANet (BBVA España), que permite a nuestros clientes hacer transferencias a organizaciones sin ánimo de lucro, nacionales e internacionales de forma gratuita y que pueden seleccionarse entre un total de 25 organizaciones.

Productos y servicios con carácter ambiental

La principal contribución a la preservación del medio ambiente de BBVA mediante su trabajo diario se desarrolla por medio de la financiación de proyectos y el desarrollo de productos y servicios de carácter ambiental (ver Cuadro de Productos y servicios innovadores con criterio RC).

Durante el 2007, BBVA lideró el mercado español de la financiación de proyectos de energías renovables y, de acuerdo con la consultora *Thomson Financial*, se erige como la principal financiadora de parques eólicos del mundo según la deuda asegurada entre el 2000 y 2006.

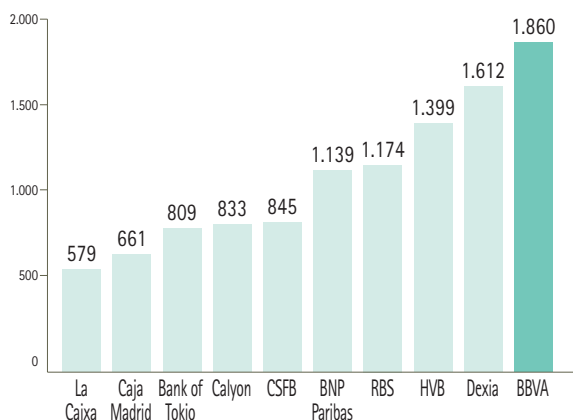
Los principales progresos en el 2007 han sido:

- Financiación de Mecanismos de Desarrollo Limpio en Centroamérica en colaboración con el Banco de Japón para la Cooperación Internacional (JBIC) y el Banco Centroamericano de Integración Económica.
- Financiación de placas fotovoltaicas para pymes. En el 2007, se formalizaron 13 contratos para instalaciones fotovoltaicas por un importe total de 8.858.054 euros y por un total de 1.909,97 kW.
- Crédito Ecológico de BBVA Colombia. Creado en el 2004, posibilita a los empresarios

La fuerza del viento

Principales financiadores de parques eólicos del mundo

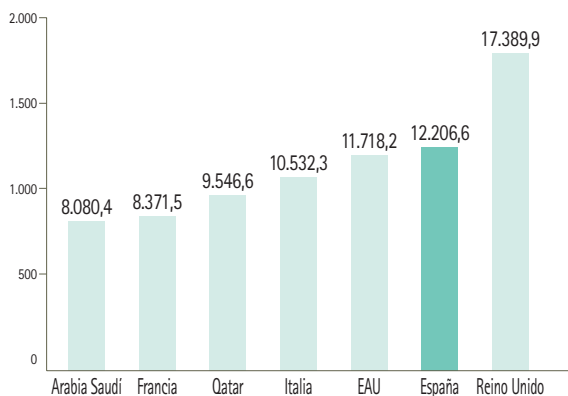
Deuda asegurada entre 2000 y 2006
(Millones de dólares)



Ranking

de financiación de proyectos por países

Datos correspondientes al 2007
(Millones de dólares)



Proyectos recientes

Tipo	Potencia	Ubicación	Esponsor
Parque eólico NedPower Mount Storm	164 mw	Virginia	Shell Windenergy
Planta Solar Nevada Solar One	64 mw	Nevada	Acciona

Fuente: Financial Times, Thomson Financial.

- colombianos el acceso a recursos para el desarrollo de proyectos de impacto ambiental positivo que mejoren las condiciones ecológicas de la empresa.
- Financiación de energía eólica.
- Proyectos de banca corporativa global y de inversiones con criterios ambientales.
- Liderazgo en la financiación de energía verde en EE.UU, con préstamos por valor de 1.000 millones de euros.

Productos y Servicios innovadores con criterios RC

Con criterio ambiental

Línea ambiental para PYME -BBVA Banco Continental

La Corporación Financiera Internacional (IFC por sus siglas en inglés) otorgó un paquete de financiación de 130 millones de dólares para negocios con proyectos relacionados con la eficiencia energética y forestación sostenible incluyendo un paquete de asistencia técnica auspiciado por el Fondo de Medio Ambiente Mundial (GFE).

Línea de créditos para PYME ecológicas -BBVA Banco Francés

Para financiar a las PYME en proceso de reconversión hacia procesos productivos que logren mejoras en el medio ambiente.

Bonos con Conciencia Climática -BBVA España

BBVA fue elegido por el Banco Europeo de Inversiones (BEI) para comercializar este bono destinado a financiar nuevos proyectos de energías renovables y eficiencia energética.

Una de las novedades de este bono es que da derecho a los inversores a utilizar una parte de la rentabilidad del mismo para adquirir y cancelar derechos de emisión de dióxido de carbono contribuyendo, así, a la disminución de la capacidad autorizada para Europa de emisiones de gas con efecto invernadero.

Inversión en energía fotovoltaica -BBVA Patrimonios (España)

Primer proyecto de inversión en energía fotovoltaica para clientes de Banca Privada.

Financiación de vehículos para taxis a gas natural -BBVA Banco Continental

Línea de crédito de 120 millones entre el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y BBVA Banco Continental

Incluye la financiación de proyectos de desarrollo sostenible.

Productos y Servicios innovadores con criterios RC

Microfinanzas

Tarjeta Microempresario VISA-BBVA Banco Provincial

Ratificando su liderazgo en la concesión de microcréditos en Venezuela, la tarjeta es un modo sencillo de otorgar una línea de crédito para microempresarios. Además, BBVA Banco Provincial cuenta con una línea de productos específica para impulsar el desarrollo de este colectivo.

Banca de las oportunidades-BBVA Colombia

Concesión de 50 microcréditos

Apoyo a las instituciones microfinancieras

BBVA Banco Continental: Crédito a la Corporación Interamericana de Inversiones de 11,8 millones de euros destinado a las microempresas. BBVA Bancomer: Contrato de préstamo para la Corporación Andina de Fomento (CAF) por 100 millones de pesos.

Nuevas redes de distribución

«Corresponsales No Bancarios»-BBVA Colombia: Red transaccional que facilita el acceso a los servicios financieros a personas de zonas desfavorecidas.

Red de agente Express-BBVA Banco Continental: Nuevo modelo de cajero corresponsal.

Participación en el Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios (FOGAPE)-BBVA Chile

Facilita el acceso a la financiación de micro y pequeños empresarios además de exportadores.

Colectivos desfavorecidos

Cuenta acceso y Consumo Bajo Ingresos-BBVA Banco Francés

Para segmentos de bajos ingresos.

Tu préstamo-BBVA Banco Continental

En acuerdo con el Banco de la Nación (BN), se lanza este plan de créditos de libre disponibilidad dirigido a los trabajadores dependientes de los sectores formal e informal.

Créditos para financiar estudios de pregrado en universidades e institutos-BBVA Chile.

Destinado a estudiantes de recursos medios y bajos.

Vivienda y acceso al crédito hipotecario

Segmento Blue: hipotecas para jóvenes y soluciones para este segmento.

BBVA Bancomer, BBVA España, BBVA Banco Francés, BBVA Banco Provincial

Consultar: www.bluejoven.com; www.bluebancofrances.com.ar; bbva.blueprovincial.com.ve

Préstamo hipotecario bajo la Ley de Intereses Preferenciales-BBVA Panamá

A condiciones preferentes para primera vivienda.

Participación en el programa de financiamiento Alianza Casa Media, Programa Hogar Semilla y en el Fondo de Ahorro para la vivienda-BBVA Banco Provincial

Oportunidades inmobiliarias para hogares necesitados a nivel nacional.

«Tu opción en México»-BBVA Bancomer

Solución hipotecaria para que los emigrantes mexicanos en EE.UU puedan formar un patrimonio en su país de origen y mejorar las condiciones de vida de sus familiares mexicanos.

«FHS Secured Initiative» del Mortgage Financial Service-Compass (EE.UU)

Programa especial de refinanciación ofrecido a través del «Federal Housing Authority» para reajustar el calendario de pagos cuando los prestatarios estén en circunstancias de dificultad económica.

Microempresas y PYME

Línea ICO-Pymes-BBVA España

Cuatro líneas ICO 2008 apoyo a la empresa, ICO-Pyme, ICO emprendedores, ICO-Crecimiento empresarial e ICO-Internacionalización. En los 15 años de vigencia de la línea ICO-Pyme se han formalizado 127.000 operaciones por 8.500 millones de euros.

Solidarios

Tarjeta de crédito «Bancomer-Educación»-BBVA Bancomer

El 1 % de la facturación se destina a apoyar la educación a través de la Fundación Bancomer.

Préstamo Dependencia-BBVA España

Por importe de 3.000 euros al 0 % de interés, sin comisiones dirigido a las personas dependientes y a las mayores de 65 años.

Orbitel (Dinero Express)-BBVA España:

Donación de 1 euro a la Fundación Asociación Alianza Educativa, por la compra de esta tarjeta telefónica multidestino.

Clima laboral

Selección, desarrollo profesional y valoración

Comunicación Interna

Beneficios sociales y otras iniciativas

Conciliación e igualdad de oportunidades

GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS

La atracción y retención de talento, la diversidad, la conciliación de vida laboral y personal, la igualdad de oportunidades.... Todos ellos son retos a los que pretendemos dar la mejor respuesta desde BBVA para poder ser el mejor lugar para trabajar.



Mujeres en puestos de alta dirección 2005/2007

4,7/8,8%

Hombres/Mujeres*

51/49%

Empleados formados en 2007

75%

Empleados promocionados en 2007

23,1%

* Sin Compass

Perfil de los empleados

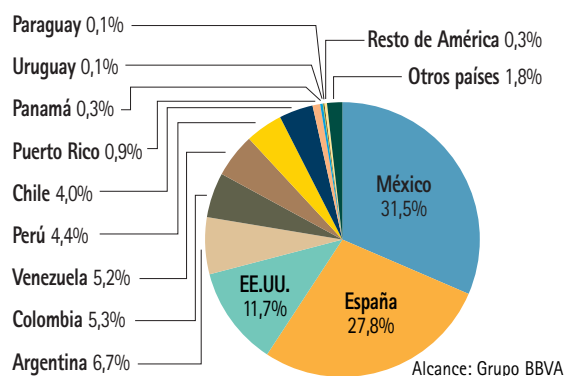
Los empleados son un activo fundamental para cualquier empresa. En BBVA este grupo de interés tiene una relevancia especial, puesto que parte de la cultura corporativa de la compañía se refleja en la idea de trabajar «de personas para personas». Para materializar este punto, uno de los objetivos prioritarios para BBVA es el de gestionar su capital humano impulsando la mejora continua en los estándares éticos que afectan a sus empleados en el campo de la igualdad de oportunidades, en el desarrollo profesional y personal, en el impulso y mejora de la capacidad de trabajo en equipo, en el clima laboral y en el grado de satisfacción de todos los empleados de las entidades del Grupo.

Empleo y selección

El Departamento de Recursos Humanos y las distintas áreas de selección del Grupo cuentan con una política global y con un código de actuación dirigidos a garantizar la igualdad de oportunidades y la atracción del talento en los procesos de selección. Además, se

garantiza la máxima independencia y confidencialidad, de modo que todos los candidatos reciban el mismo tratamiento, pasen los mismos procesos para incorporarse al Grupo y no exista discriminación por sexo, raza, parentesco familiar u otras razones distintas de los propios requisitos establecidos para el puesto. La mayor parte de los empleados del Grupo son contratados en sus países de origen, contando con un alto porcentaje de directivos originarios del país en el que trabajan.

Distribución de empleados por países (2007)



«BBVA, elegida mejor empresa para trabajar». Han participado 132 empresas, un 8 % más que el año pasado, que han cumplimentado un detallado cuestionario que evalúa su estrategia en gestión de personal.

Actualidad Económica



Plantilla por edad

(Porcentaje)	2007				2006				2005			
	Edad media	<25	25-45	>45	Edad media	<25	25-45	>45	Edad media	<25	25-45	>45
España	41,4	2,0	54,1	43,9	41,3	2,6	52,9	44,5	41,9	2,5	51,2	46,2
México	34,0	17,9	71,1	11,0	34,4	14,8	74,2	11,0	34,5	11,8	76,7	11,5
Resto de América	37,5	10,2	67,3	22,5	37,0	7,8	73,2	19,1	37,4	5,8	74,7	19,5
Media Grupo	37,6	10,2	64,3	25,5	37,6	8,5	66,3	25,3	38,1	6,6	66,2	27,1

Alcance: Grupo BBVA (exc. Compass)

Bajas de empleados ⁽¹⁾

	2007	2006	2005
España	3.312	2.956	1.655
Jubilaciones y prejubilaciones	606	1.893	710
Bajas incentivadas	46	69	47
Bajas voluntarias (dimisiones)	589	489	413
Otras	2.071	505	485
América	15.022	9.330	4.925
Jubilaciones y prejubilaciones	153	98	94
Bajas incentivadas	2.963	514	482
Bajas voluntarias (dimisiones)	8.298	5.374	2.860
Otras	3.608	3.344	1.489
Resto del mundo	292	146	195
Jubilaciones y prejubilaciones	64	9	5
Bajas incentivadas	24	29	42
Bajas voluntarias (dimisiones)	131	87	64
Otras	73	21	84
Total	18.626	12.432	6.775
Jubilaciones y prejubilaciones	823	2.000	809
Bajas incentivadas	3.033	612	571
Bajas voluntarias (dimisiones)	9.018	5.950	3.337
Otras	5.752	3.870	2.058

(1) La diferencia con los datos aportados en años anteriores se debe a un cambio de criterio en el cálculo de los mismos.
El aumento de bajas incentivadas en América está motivado por reestructuraciones sobre todo en México, Colombia y AFP Consolidar Argentina.
El aumento de bajas voluntarias en América es debido a la alta rotación de empleados que se ha producido en el 2007.

Alcance: Grupo BBVA (exc. Compass).

Altas de empleados

	2007	2006	2005
España	3.826	2.054	1.741
América	17.476	12.051	6.966
Resto del mundo	479	230	148
Total	21.781	14.335	8.855

Alcance: Grupo BBVA (exc. Compass).

Dimisiones voluntarias de la plantilla (turn-over) ⁽¹⁾

(Turn-over) ⁽¹⁾	2007	2006	2005
España	1,93	1,57	1,33
México	17,66	12,52	10,36
Resto de América	7,52	5,67	4,62
Resto del mundo	7,18	4,52	3,89
Media Grupo	9,16	6,55	3,52

(1) $\text{Turn-over} = [\text{Bajas voluntarias (excluidas prejubilaciones)} / \text{n}^\circ \text{ de empleados al inicio del periodo}] \times 100$.

Alcance: Grupo BBVA (exc. Compass).

formación a medida para cada empleado. El modelo se completa con la herramienta «Apunto», diseñada para que los trabajadores del Grupo dejen constancia de sus intereses profesionales y sus destinos preferidos, y con la Guía de Desarrollo, que sirve de orientación en el proceso de desarrollo profesional.

Durante el año en curso se ha puesto en marcha *Estilo BBVA*, un proyecto diseñado para fortalecer las capacidades de liderazgo, entendido en un sentido amplio, de todas aquellas personas que dirigen equipos de trabajo. En este sentido, en el 2007 la revista norteamericana *Fortune* ha reconocido a BBVA como la primera empresa española, la segunda europea y la novena empresa a nivel mundial que mejor desarrolla el talento de sus equipos. Este reconocimiento está avalado por datos reales, como las que muestran que durante el 2007 el 23,1 % de los empleados del Grupo han sido promocionados, cifra que se ha duplicado respecto al 2005, cuando fueron promocionados el 11,9 % de los trabajadores.

Valoración, desarrollo profesional y compensación

BBVA lleva a cabo un proceso normalizado de evaluación de los resultados y de valoración de competencias que incluye a todos y cada uno de sus empleados. A partir de esta valoración de competencias que se desarrolla anualmente, se establece un plan de

Retribución variable ⁽¹⁾

(Porcentaje)	2007	2006	2005
Comité de Dirección y directores corporativos	49,5	46	30
Directivos	40,4	39	26
Jefes de equipo y técnicos	21,8	19	13
Administrativos, servicios generales y otros	6,6	6	3

(1) Compensación basada en la evaluación, respecto a la compensación total. Excluyendo planes de pensiones y prestaciones sociales.

Alcance: Grupo BBVA (exc. Compass).

Por otra parte, la compensación de cada empleado se establece en función del nivel de responsabilidad del puesto, de la evolución profesional de cada trabajador y del cumplimiento de los objetivos, evitando discriminaciones por razón de sexo, raza u otras causas. En la retribución variable tienen un peso importante los indicadores de satisfacción del cliente y el comportamiento de acuerdo a los principios de la cultura corporativa, incluyendo el compromiso con la responsabilidad corporativa.

Formación y gestión del conocimiento

El Plan Anual de Formación del Grupo recoge las necesidades de cada unidad y ofrece soluciones integradas tanto en el plano corporativo como en cada país e individuales para cada empleado, derivadas del modelo de gestión por competencias.

La Escuela de Negocios BBVA se configura como un elemento clave para la formación y el desarrollo del talento. Esta iniciativa se organiza en cuatro líneas de trabajo: la Escuela de *Management* para el desarrollo de habilidades directivas-, la Escuela de Finanzas, la Escuela de Idiomas y la Escuela de Tecnología.

Además, el canal de formación a distancia «Conoce» está disponible para todos los empleados del Grupo y se constituye como una red global de aprendizaje a través de Internet, orientada a aportar soluciones formativas homogéneas alineadas con la estrategia del Grupo.

Por otra parte, y dirigido a potenciales trabajadores de BBVA, la compañía facilita la realización de prácticas profesionales por parte de estudiantes universitarios. Los estudiantes reciben formación adaptada a la función concreta que desempeñan en cada caso en la organización, así como remuneración en concepto de ayuda de estudios.

En este sentido, destaca la formación que se imparte sobre el Código de Conducta del Grupo en varios países en los que actúa la compañía. Más de

Formación por canales

(Porcentaje)	2007	2006	2005
Formación presencial	64	66	60
Formación a distancia	15	20	28
Formación a través de e-learning	21	14	12

Alcance: Grupo BBVA (exc. Compass).

Formación

	2007	2006	2005
Inversión total en formación (miles de euros)	43.882	35.549	34.302
Inversión en formación por empleado (euros)	428	375	373
Horas de formación por empleado	39	39	43
España	39	42	56
América	39	38	38
Evaluación de la satisfacción de la formación (sobre 10) ⁽¹⁾	8,8	8,8	8,4
Empleados que han recibido formación en el año (%)	75	73	68

(1) Debido a una reformulación de la escala se han modificado los datos del 2006 y del 2005. La evaluación de satisfacción no se realiza en todos los cursos impartidos, sino que es una extrapolación basada en los resultados de los cursos evaluados.

Alcance: Grupo BBVA (exc. Compass).

5.400 profesionales de nueva incorporación han recibido formación sobre este instrumento. Además, también se desarrollan varios foros y talleres de responsabilidad corporativa a lo largo del año.

Por último, cabe señalar que BBVA ha recibido en el 2007 subvenciones para formación provenientes de la Fundación Tripartita (FORCEM), por valor de 3.324.712 euros.

Comunicación interna

Las herramientas de comunicación interna tienen como objetivo crear un clima de confianza basado en una relación abierta, en el respaldo al equipo y en la transparencia en la comunicación. En el 2007, el número de comunicaciones internas ha ascendido a 1.486.

El Servicio de Atención al Empleado (SAE) es un canal de comunicación múltiple (intranet, teléfono, correo electrónico) que el departamento de recursos humanos pone a disposición de los empleados activos, prejubilados y pasivos de BBVA en España para atender sus dudas y reclamaciones. El portal del SAE, ubicado en la intranet del banco, permite un conocimiento directo de los criterios establecidos por el departamento de recursos humanos sobre aspectos de la relación laboral. Esta experiencia exitosa en España ha permitido que se esté valorando su expansión al resto de países donde el BBVA está presente.

Otra de las iniciativas que el banco lleva a cabo en materia de gestión de recursos humanos es el proyecto *Senior*, dirigido al personal de BBVA prejubilado, jubilado o viudo en BBVA, que busca mantener vínculos entre la organización y estos colectivos mediante el envío de noticias de su interés relacionadas con el Grupo, así como de iniciativas concretas en el marco del programa *Pasión por las personas* que se explicará a continuación. El proyecto cuenta con un servicio de atención y una

línea telefónica específica, atendidos por el SAE, además de un portal de internet exclusivo para este colectivo.

Clima laboral

BBVA hace cada dos años una encuesta por medio de la cual todos los profesionales del Grupo pueden opinar sobre las condiciones de trabajo y su vivencia profesional.

Aunque hubiera correspondido hacerla durante el 2007, se ha identificado la necesidad de llevar a cabo cambios en la encuesta que afectaban tanto al cuestionario como al proceso. Por ello, se ha pospuesto su realización hasta el 2008.

Encuesta de clima ⁽¹⁾

(Porcentaje)

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

(1) Periodicidad: Bienal.

(2) Incluye Portugal.

Alcance: Grupo BBVA (exc. Compass).

Consultas gestionadas por el SAE

	2007	2006	2005
Telefónicas	89.986	79.968	78.840
Correo electrónico	15.136	9.370	9.094
Total	105.122	89.338	87.934
Valoración del servicio SAE (empleados en activo)	6,85	6,86	-
Alcance: BBVA España.			

Beneficios sociales y otras iniciativas

BBVA ha extendido durante el 2007 el Plan de Beneficios Personales a todos los empleados del Grupo con el objetivo de maximizar la compensación retributiva además de fidelizar a los empleados. El Plan incluye productos que les permite adecuar su retribución a su situación personal: sis-

tema de retribución flexible para la plantilla en España, productos y servicios con descuento y beneficios generales (planes de pensiones, tarifas especiales de préstamos y mejores condiciones bancarias, entre otras). BBVA cuenta además con préstamos y créditos especiales para sus empleados y exenciones en los servicios bancarios que presta a su plantilla.

Además, BBVA ha acordado en el 2007 a través del acuerdo con la representación sindical, la homologación de los beneficios sociales para toda la plantilla en España. Las principales mejoras son, entre otras: la creación de la ayuda familiar, la unificación de los seguros de vida vigentes, el aumento de ayudas para hijos discapacitados, la compensación económica por renovación de beneficios sociales y la dotación de un fondo para el alquiler de apartamentos para vacaciones de empleados.

PROYECTO PASIÓN POR LAS PERSONAS

Pasión por las personas es un programa corporativo lanzado en el 2005 en todos los países del Grupo que tiene el objetivo de generar nuevas iniciativas y con ello, responder a las expectativas de nuestros empleados. Expectativas que BBVA conoce a través de los diferentes canales de diálogo con ellos y que tienen que ver con el espacio emocional del bienestar, la familia y las actividades culturales y deportivas. Dentro de estas iniciativas diferenciamos entre las que impactan directamente en el empleado y las que inciden en los equipos de trabajo de los que forma parte cada empleado. En concreto, los programas principales en el 2007 fueron: Calidad de Vida, Beneficios Personales, Deporte y Cultura, Voluntarios BBVA y el Portal BBVA *Senior*.

El 2007 ha sido el del 150 aniversario del BBVA y los empleados a través de *Pasión por las personas* han tenido un protagonismo especial, con dos eventos a nivel internacional:

- Los Juegos Deportivos se han celebrado en 20 países y han participado 20.000 empleados en diferentes modalidades.
- Las Carreras Populares con la participación de cerca de 30.000 personas de las que una gran parte fueron empleados y familiares.

SISTEMAS DE PREVISIÓN SOCIAL

En el 2005 se incluyó en el documento de política de inversión del Plan de Pensiones de Empleo de

BBVA la utilización de criterios de responsabilidad corporativa compatibles con los de seguridad, rentabilidad, diversificación y congruencia de plazos. Asimismo, hemos decidido incluir estos criterios en el resto de planes de pensiones de empleo del Grupo en España y Portugal.

En cuanto a nuestras entidades en América Latina, existen sistemas de previsión públicos instrumentados mediante gestión privada y capitalización individual (AFPs) que son de contribución obligatoria para la empresa y el trabajador. Adicionalmente, las entidades del Grupo complementan de manera voluntaria coberturas de fallecimiento e invalidez y, en algunos casos, de jubilación.

No discriminación, igualdad de oportunidades y conciliación de la vida personal y laboral

Desde el 2005 BBVA cuenta con un Comité sobre Discapacidad en el que participan los departamentos de Recursos Humanos, Compras y Responsabilidad y Reputación Corporativas. Durante el 2007 las funciones de dicho comité se han ampliado siempre con el objetivo de ir más allá de lo exigido por la ley en el ámbito de la atención y relaciones con las personas con discapacidad.

Por otra parte, se han desarrollado reuniones de la Comisión Paritaria de Igualdad y Conciliación, que han servido para hacer un seguimiento del acuerdo firmado con las representaciones sindicales sobre igualdad de oportunidades y conciliación de la vida personal y laboral, y en particular sobre la situación de la plantilla en función del género. También se ha llevado a cabo un seguimiento de la utilización de las medidas de conciliación existentes en la entidad y se está profundizando en la comunicación a los trabajadores en esta materia para favorecer la necesaria evolución de la cultura en estos aspectos. Como ejemplo cabe señalar que la intranet corporativa aloja un curso específico denominado «Diversidad e Integración».

BBVA ha participado durante el 2007 en distintas iniciativas para favorecer el desarrollo de medidas para facilitar la conciliación y equilibrio entre vida laboral y personal, entre las que se encuentra, la participación en el *Programa Óptima*, impulsado por el Instituto de la Mujer, y la participación en la Red Concilia, dentro del proyecto *Equal Madrid*,

Distribución funcional por género y categoría profesional

(Porcentaje)

	2007		2006	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
España	58,5	41,5	59,4	40,6
Comité Dirección y Directores Corporativos	88,8	11,2	88,6	11,4
Directivos	84,2	15,8	85,5	14,5
Mandos medios	74,0	26,0	73,8	26,2
Especialistas	58,5	41,4	59,9	40,1
Fuerza ventas	56,1	43,8	57,5	42,4
Puestos base	55,7	44,3	56,4	43,6
América	47,6	52,4	49,3	50,7
Comité Dirección y Directores Corporativos	95,8	4,2	96,7	3,3
Directivos	80,3	19,7	80,1	19,9
Mandos medios	64,6	35,4	68,1	31,6
Especialistas	53,3	46,7	55,3	44,5
Fuerza ventas	46,3	53,7	47,0	52,9
Puestos base	41,8	58,1	43,4	56,5
Media para el Grupo	51,2	48,8	53,0	46,9
Comité Dirección y Directores Corporativos	91,2	8,8	91,5	8,5
Directivos	82,7	17,4	83,4	16,6
Mandos medios	66,1	33,9	68,9	30,8
Especialistas	55,9	44,1	57,6	42,3
Fuerza ventas	49,5	50,5	50,3	49,6
Puestos base	45,2	54,8	47,0	52,9

Alcance: Grupo BBVA (exc. Compass).

Empresas y conciliación, del Ayuntamiento de Madrid.

Otra de las iniciativas del Grupo en materia de conciliación es el proyecto *Calidad de Vida*, aprobado en el 2007 y enmarcado dentro de *Pasión por las personas*, cuyo objetivo fundamental es el de mejorar el equilibrio entre la vida laboral y personal de los empleados del Grupo, de forma que la visión corporativa «BBVA, trabajamos por un futuro mejor para las personas» se consiga trasladar también al interior de la organización. Hasta la fecha, se han puesto en marcha 38 acciones locales y 3 corporativas que constituyen el punto de partida de este proyecto.

A igualdad de función y responsabilidad del puesto, de la evolución profesional y de cumplimiento de objetivos, la relación salarial entre hombres y mujeres es equivalente.

Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos

Las cuestiones más importantes para el conjunto del Grupo en el ámbito de las relaciones laborales se encuentran recogidas en los diferentes acuerdos y convenios suscritos por cada entidad con las correspondientes representaciones sindicales en cada país. BBVA respeta el papel y la responsabilidad que

Contratos por género

(Porcentaje)

	2007			2006			2005		
	H	M	Total	H	M	Total	H	M	Total
Fijos o indefinidos tiempo completo	46,7	43,0	89,8	49,9	42,2	92,1	51,7	40,2	91,9
Fijos o indefinidos tiempo parcial	1,5	2,2	3,7	0,5	1,0	1,5	0,6	0,8	1,4
Temporales	2,6	3,6	6,2	2,3	3,1	5,4	2,3	3,2	5,5
Otros	0,3	0,1	0,4	0,4	0,7	1,1	0,4	0,8	1,2

Notas:

H=Hombres

M=Mujeres

Alcance: Grupo BBVA (exc. Compass).

Ángel Cano. Director de Recursos y Medios BBVA

«En BBVA hemos creado las condiciones necesarias para avanzar en esta materia, pero no son suficientes. Es preciso un cambio de cultura que prime más el rendimiento que las horas de presencia física en el puesto de trabajo. Cada uno, a su nivel, es responsable de hacer de «Calidad de Vida» una realidad, tanto con su ejemplo como desarrollando y aplicando las medidas que estime oportunas en su ámbito de actuación».



competen a las representaciones sindicales, de acuerdo con la legalidad vigente, y muy especialmente en lo que concierne a la negociación colectiva. En este sentido, destacan dos marcos reguladores: el Convenio Colectivo de Banca en España y el Comité de Empresa Europeo.

De acuerdo con la normativa laboral española, todos los empleados están representados por sindicatos a los cuales se les informa de los cambios organizativos que se producen en la empresa, con carácter previo a su ejecución.

En las últimas elecciones sindicales celebradas en España ha participado el 72,18 % de la plantilla que ha elegido a un total de 944 representantes. Los resultados han sido: CC.OO. 39,51 %, UGT 21,82 %, CGT 18,96 %, CC 13,45 % y otros el 6,26 %.

Por último, el Departamento de Recursos Humanos facilita asistencia legal a todos los empleados sobre derechos y deberes derivados de las relaciones de trabajo y también frente a terceros, lo que en muchos casos supone un pilar fundamental para la resolución de conflictos.

Expedientes disciplinarios

	2007	2006	2005
Apercibimientos	94	90	97
Sobreseimientos	8	7	10
Sanciones	136	115	83
de las que: despidos	78	66	41
Total	238	212	190

Alcance: España.

Asuntos contenciosos

	2007	2006	2005
Demandas derivadas de expedientes disciplinarios	25	35	35
Reclamaciones individuales	105	139	149
Conflictos colectivos	5	4	2
Actuaciones de los órganos de la Administración	91	68	124
Total	226	246	310

Alcance: España.

Salud y seguridad laboral

El órgano corporativo que se encarga de gestionar el ámbito de la salud y seguridad laboral es el Servicio de Prevención de Riesgos Laborales, que cumple con los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) traspuestos al derecho positivo español. Este órgano se divide en dos áreas, la técnico-preventiva y la de medicina del trabajo. Sus funciones principales son las siguientes:

- Formación a través del portal de salud laboral, con el objetivo fundamental de trasladar a toda la plantilla del Grupo el Manual sobre riesgos laborales en entidades financieras, así como otra formación específica.
- Evaluación del riesgo en todos los centros de trabajo de la entidad, valorando las condiciones de seguridad, higiene y ergonomía y psicología.
- Actividad preventiva. Como resultado de los procesos de evaluación anteriores, en el 2007 se han llevado a cabo un total de 469 gestiones para la adecuación de necesidades ergonómicas en los puestos de trabajo, con especial atención en los puestos de las trabajadoras embarazadas.
- Desarrollo de reconocimientos médicos. En el 2007 se han hecho 24.012 citaciones para reconocimientos de este tipo, frente a los 10.500 realizados en el 2006.
- Por otra parte, la participación sindical es un soporte básico del sistema preventivo del Grupo BBVA, existiendo figuras y órganos específicos que desarrollan esta labor, como son los delegados de Prevención Territoriales, los Comités de Seguridad y Salud y un Comité Estatal de Seguridad y Salud. Su aplicación alcanza el 100 % de la plantilla en España.

Tasa de absentismo por países

(Porcentaje)	2007	2006	2005
España	2,77	2,74	2,80
México	1,42	1,70	1,72
Puerto Rico	6,22	3,67	2,28
Venezuela	1,70	6,00	5,45
Panamá	0,50	0,68	0,78
Colombia	1,70	1,14	0,89
Paraguay	0,36	0,30	0,55
Perú	0,98	0,93	1,15
Uruguay	2,01	2,88	2,44
Chile	4,99	4,90	4,86
Argentina	2,66	1,96	1,96

Alcance: Grupo BBVA.



COMPRAS RESPONSABLES

Una gran empresa debe impulsar y extender la responsabilidad corporativa entre todas las empresas y entidades con las que colabora. El compromiso de BBVA es incorporar progresivamente en todo el Grupo criterios de sostenibilidad en la gestión de sus compras.

Número de proveedores
con volumen facturación
anual >100.000 euros

3.248

Proveedores locales

60 %

Compras homologadas
(España)

84 %

Incremento satisfacción
proveedores (España)

11 %

Política y modelo corporativo de compras

La Unidad de Compras, Inmuebles y Servicios tiene un nuevo modelo organizativo global estructurado en 'funciones corporativas' y 'funciones país'. Esta estructura permite mantener una política sostenible de los costes de aprovisionamiento, y mejorar y hacer transparentes los procesos, perfeccionando los servicios que presta la organización. BBVA apuesta por una relación con sus proveedores basada en dos aspectos esenciales:

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

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

Por otra parte, y siempre que las particularidades de los distintos bienes y servicios lo permiten, las adquisiciones se efectúan a través de proveedores

Índice de satisfacción de proveedores⁽¹⁾

(Escala 1-100)	2006	2004	2002
	82	74	76

(1) Encuesta bienal. Se ha recalculado la información de años anteriores modificando la escala de valoración.

Alcance: BBVA España.

Principales proveedores por país o zona⁽¹⁾

	100.000-300.000 euros			300.000-1.000.000 euros			Más de 1.000.000 euros			Total proveedores		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005	2007	2006	2005	2007	2006	2005
España	419	750	704	298	414	353	819	239	231	1.536	1.403	1.288
México	315	533	263	175	242	131	168	185	122	658	960	516
Resto América	590	466	260	284	234	144	122	132	46	996	832	450
Resto Grupo	32	92	32	22	36	25	4	6	8	58	134	65
Total	1.356	1.841	1.259	779	926	653	1.113	562	407	3.248	3.329	2.319

(1) Número de proveedores clasificados por volumen de facturación superior a 100.000 euros.

Alcance: Grupo BBVA.

locales, en un porcentaje aproximado del 60 %. Con ello se quiere equiparar en oportunidades, en la medida de lo posible, a las empresas locales con respecto a las grandes corporaciones.

En consonancia con la responsabilidad social extendida a los proveedores, BBVA establece controles cuando se realizan compras con un importe significativo de facturación e implican la subcontratación de productos en países emergentes. En estos casos se realizan inspecciones en las instalaciones del proveedor en el país en cuestión y se regula contractualmente la no vulneración de los derechos humanos y de las leyes vigentes.

Durante el año 2007, todos los contratos establecidos han sido pagados en las condiciones acordadas.

Principios Aplicables a los Intervinientes en el Proceso de Aprovisionamiento de BBVA

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

En este sentido, la organización cuenta con unos Principios Aplicables a los Intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA, que desarrollan las normas y pautas contenidas en el mencionado Código de Conducta del Grupo. Estos principios se aplican específicamente al proceso de aprovisionamiento, y establecen el compromiso de la compañía con la integridad, la objetividad, la transparencia, la confidencialidad y la responsabilidad corporativa.

Sistema de homologación de proveedores

Como parte de su política de compras, BBVA requiere que los proveedores sean sometidos a un proceso

de homologación para asegurar que cuentan con las capacidades productiva, técnica, financiera, de calidad y comercial que el Grupo precisa.

En los cuestionarios de homologación se incluyen preguntas específicas sobre el cumplimiento de los diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, relativas a derechos humanos, trabajo, medio ambiente, y lucha contra la corrupción, así como el desempeño de las principales líneas que establece la norma SA 8000. Asimismo, se pide una declaración firmada del cumplimiento de dichos principios y de que la contratación de sus trabajadores se realiza respetando la legislación laboral vigente.

En el 2007 se ha distribuido el Pacto Mundial de las Naciones Unidas a la mayor parte de proveedores en España (1.444). Para el 2008, se incluirán los criterios de homologación aplicados en España en todos los cuestionarios de homologación del Grupo.

Herramientas de gestión y aprovisionamiento

El Grupo BBVA cuenta con varias herramientas electrónicas orientadas a conseguir un aprovisionamiento cada vez más eficiente y transparente, tanto en el ámbito interno como externo. Destacar que el Grupo cuenta con instrumentos online para tramitar los pedidos de forma automática, como la plataforma de comercio electrónico Adquira, en la que se ofrecen servicios y soluciones de compra, venta y negociación para todo tipo de empresas. Para más información sobre Adquira, consultar: www.adquira.es.

Estas herramientas fomentan la accesibilidad y la transparencia mediante la mejora del nivel de servicio ofrecido al cliente interno, la reducción de los tiempos de negociación, la integración de la información en un único sistema y el establecimiento de procedimientos que permiten a los usuarios y proveedores conocer el estado de las solicitudes y los pedidos, fomentando su acceso de los mismos al pliego de condiciones en cada negociación.

Homologación de proveedores			
	2007	2006	2005
Número de proveedores homologados	528	559	522
Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación (%)	84	76	63
Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación	33	13	11
Alcance: España.			

Compras on-line

	2007	2006	2005
Número de negociaciones electrónicas ⁽¹⁾	6.308	3.766	2.621
Número de pedidos electrónicos ⁽²⁾	28.888	29.085	21.253
Número de referencias solicitadas contra catálogo electrónico ⁽²⁾	125.081	120.524	142.499

(1) Alcance Grupo BBVA.

(2) Alcance BBVA España.

Proyectos responsables con proveedores

BBVA desarrolla proyectos de responsabilidad social dirigidos a los proveedores. De esta forma, las políticas responsables de cara a la sociedad se trasladan también al ámbito de los clientes internos. Entre estos proyectos, los más destacados son los siguientes:

- La contratación de servicios prestados por personas con discapacidad, mediante acuerdos con el grupo ONCE.
- La contratación de servicios a centros especiales de empleo, entre los que se destaca la contratación de servicios de evaluación de la accesibili-

dad en oficinas y documentos, y la prestación de servicio de limpieza.

- La compra de todas las felicitaciones de Navidad del 2007 del Grupo a UNICEF.
- La continuidad de la adhesión de Anida, filial inmobiliaria de la entidad, al WWF/Grupo 2000¹, que se plasma en la exigencia hacia los proveedores del uso de maderas y papel certificado Forest Steward Council (FSC).
- El ofrecimiento de una tarifa de acceso para centros especiales de empleo inferior a la del resto de proveedores a través del portal Adquirar. De esta forma, BBVA pretende favorecer el acceso a las ventas a este tipo de proveedores.

Fernando Ramos Rodríguez. Consejero Delegado de AGARIMARIA, S.A.
Centro Especial de Empleo (CEE)

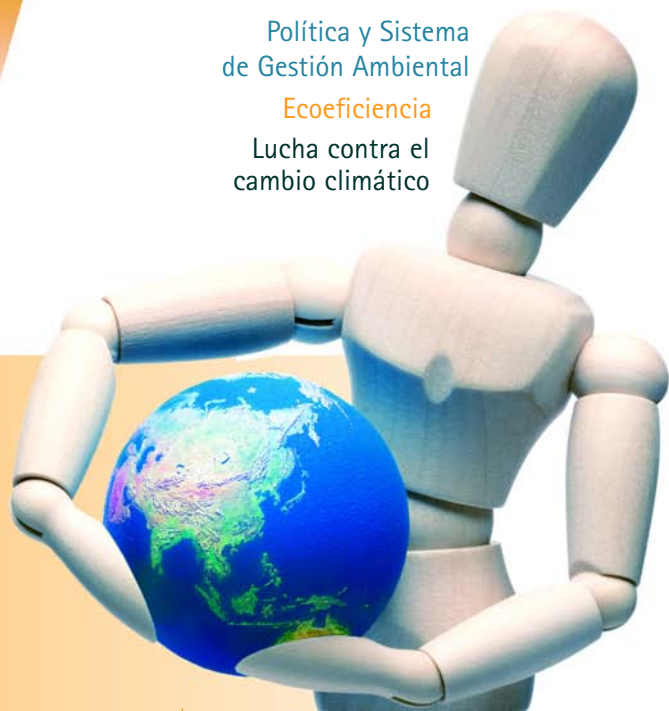
«Los discapacitados solo necesitan la oportunidad para demostrar de lo que son capaces. La oportunidad de trabajar.»



(1) WWF/Grupo 2000 es una agrupación de empresas que, coordinadas por WWF/Adena promueven la mejora de la gestión forestal en todo el mundo por medio de la certificación FSC.

GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO

La consciencia sobre la responsabilidad de la humanidad sobre el planeta ha cambiado. En BBVA trabajamos para minimizar los impactos medioambientales directos de nuestra actividad e impulsamos la lucha contra el cambio climático.



Reducción del CO₂ emitido por
empleado en 2007 (t)

6%

Reducción del consumo de agua
por empleado en 2007 (m³)

13%

Empleados en centros
certificados ISO 14001

4%

Política medioambiental y Sistema de Gestión Ambiental

El desarrollo sostenible es una prioridad para el Grupo BBVA que, como entidad financiera, ejerce una destacable influencia sobre el medio ambiente, ya sea a través del consumo de recursos naturales en el desarrollo diario de la actividad empresarial (impactos directos), o a través de las consecuencias que tiene para el medio ambiente los productos y servicios que ofrece la compañía, especialmente los relacionados con la financiación de proyectos (impactos indirectos).

Para compatibilizar bajo un modelo de desarrollo sostenible las dimensiones económica, social y ambiental de la compañía, el Grupo cuenta desde el 2003 con una política medioambiental que afecta a todas sus entidades y actividades. Esta política busca impulsar la integración efectiva de los criterios ambien-

tales en el conjunto de actividades que desarrolla BBVA, haciendo de estos criterios un elemento diferencial y de ventaja competitiva. El comportamiento responsable con el entorno de todas las unidades y personas que forman parte del Grupo es la mejor muestra de este compromiso con el medio ambiente.

Los objetivos generales de esta política son:

- Eficiencia en el uso de los recursos naturales.
- Cumplimiento de la normativa vigente.
- Inclusión de criterios ambientales en el análisis de riesgos en operaciones financieras.
- Desarrollo de productos y servicios financieros en materia ambiental.
- Influencia positiva en el comportamiento ambiental de los grupos de interés.

La compañía cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), que permite desarrollar la política descrita y mejorar el desempeño ambiental de manera continua.



Lars Appel. Country Manager de Det Norske Veritas España, S.L.

«El mundo financiero tiene un impacto ambiental, a primera vista difícilmente cuantificable. Directamente se generan impactos a través de actividades cotidianas de oficina, por consumo de papel, agua y otro material de oficina. Indirectamente se generan impactos por consumo energético y viajes de negocio. Estos impactos son controlables a través de un sistema de gestión ambiental adecuadamente implantado. Los bancos como BBVA que voluntariamente se enfrentan a estas responsabilidades, se están posicionando como líderes sectoriales».

Otras acciones de ecoeficiencia en América Latina

Argentina	Supervisión y control automático de instalaciones para ahorro de energía eléctrica en edificios.
México	Automatización para el control del consumo eléctrico (alumbrado y aire acondicionado) en oficinas de la red minorista y edificios. Actuaciones de renovación, con tecnología de mayor eficiencia en el consumo de energía, de la infraestructura eléctrica y sistemas de aire acondicionado en la red de oficinas.
Colombia	Gestión para el reciclado de cartuchos de tóner y papel.
Perú	Control y medición del consumo de energía; puesta en marcha de dispositivos para el ahorro de agua en oficinas; plan de reciclado de papel y cartuchos de tóner en oficinas de Lima y sede central; campañas para empleados de sensibilización ambiental.
Puerto Rico	Segregación y reciclaje de residuos; inicio del proyecto de control remoto del consumo de energía eléctrica en equipos AA.
Venezuela	Gestión para el reciclado de cartuchos de tóner y papel.

Durante el 2007 BBVA ha participado activamente en los foros de la Iniciativa para Instituciones Financieras del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (www.unepfi.org). Esta iniciativa es una alianza entre las Naciones Unidas y el sector financiero para promover el respeto ambiental y la sostenibilidad en las instituciones pertenecientes a dicho sector. A través de las actividades desarrolladas en el ámbito regional, de las cuales el Grupo forma parte, se trabaja para identificar y promover las mejores iniciativas que persigan la sostenibilidad en todas las operaciones llevadas a cabo en el sector.

Impacto ambiental directo: ecoeficiencia

CERTIFICACIONES Y PLANES AMBIENTALES

El Grupo BBVA comenzó en el 2004 a certificar algunos de sus edificios principales de acuerdo con la norma ISO 14001, y desde entonces el proceso de certificación ha ido avanzando para ampliar su ámbito de actuación. En el 2007 se ha adoptado el sistema *multi-site* (múltiples emplazamientos) para extender la certificación por distintas sedes, y en la actualidad ya son ocho los edificios certificados en

España, incluyendo el de Anida (filial inmobiliaria del Grupo).

De esta forma, los empleados afectados por la norma ISO 14001 representan en el 2007 un 4 % del total de la compañía, frente al 2,1 % del año anterior. Para el 2008 la política de certificaciones ISO 14001 tiene como objetivo ampliar el alcance

Consumo indirecto de energía por fuentes primarias⁽¹⁾

(GJ)	2007	2006
Combustibles fósiles		
Carbón	1.336.666	1.441.079
Gas natural	1.107.632	706.380
Productos petróleo	1.785.048	3.268.202
Petróleo crudo	805	760
Renovables y otras fuentes		
Biomasa	17.730	18.536
Solar	0	0
Eólica	14.762	15.250
Geotérmica	288.677	289.750
Hidroeléctrica	1.003.061	528.403
Nuclear	1.138.613	1.206.130

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

Alcance: Grupo BBVA. (Las cifras solo incluyen edificios centrales y excluyen EE.UU.).

Consumo de agua

(m³)	España		México		Resto del Grupo		Total	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Total agua consumida	862.967	910.437	926.543	937.567	802.129	990.236,8	2.591.639	2.838.240,8
Agua consumida por empleado	24,5	29,8	29,8	28,5	22,8	31,3	25,5	29,2

Alcance: Grupo BBVA (Las cifras solo incluyen edificios centrales y excluyen EE.UU.).

Consumo de energía ⁽¹⁾

(GJ)	España		México		Resto del Grupo		Total	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Total energía directa	798.123,8	827.579,2	742.658,2	747.898,2	914.291,3	812.308,0	2.455.073,2	2.387.785,4
Energía directa por empleado	25,7	27,1	21,1	22,8	26,0	19,7	24,2	24,6
Total electricidad consumida	766.671,7	796.584,3	725.543,5	728.855,4	863.236,6	800.979,3	2.355.451,8	2.326.419,0
Total gas natural consumido	15.124,6	13.365,4	0,5	6,6	38.859,4	4.772,6	53.984,5	18.144,6
Total diesel consumido	16.327,4	17.629,5	17.114,2	19.036,2	12.195,3	6.556,1	45.636,9	43.221,8
Total energía indirecta ⁽¹⁾	2.328.388,3	2.419.233,0	2.541.537,5	2.553.138,0	1.823.067,7	869.960,0	6.692.993,6	5.842.331,0

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

Alcance: Grupo BBVA (Las cifras solo incluyen edificios centrales y excluyen EE.UU.).

Papel

(t)	España		México		Resto del Grupo		Total	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Total papel consumido	8.386,2	6362,0	1.817,0	4.683,7	1.824,7	1476,4	12.027,8	12.522,1
Total papel consumido por empleado	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,13
Papel ecológico consumido ⁽¹⁾ (%)	11,5	43,2	0,0	0,0	0,4	0,0	3,6	21,9

(1) Se entiende por ecológico el papel reciclado, libre de cloro elemental o FSC.

Alcance: Grupo BBVA (Las cifras solo incluyen edificios centrales y excluyen Compass).

Residuos gestionados⁽¹⁾

(kg)	España		México		Resto del Grupo		Total	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Papel	927.869	534.428,0	72.670	208.000,0	275.742	684.683,9	1.276.281	1.427.111,9
Tóner	59.000	23.100,0	0	53.992,0	11.267,2	3.022,3	70.267,2	80.114,3
Aparatos eléctricos y electrónicos	275.470	128.370,0	22.279,0	13.171,0	644.300,6	42.083,2	942.049,6	183.624,2

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

Alcance: Grupo BBVA (Las cifras solo incluyen edificios centrales y excluyen Compass).

a cuatro edificios más del Grupo en España, además de certificar dos sedes de BBVA Bancomer en México.

Por otra parte y respecto a los proyectos inmobiliarios de la compañía, también se ha adquirido el compromiso de aplicar criterios medioambientales y de biosostenibilidad. En particular, las nuevas sedes de España y las dos de México, que ocuparán más de 350.000 m², se diseñarán con el objetivo de alcanzar la certificación medioambiental LEED (programa *Leadership in Energy and Environment Design* del US Green Building Council).

Lucha contra el cambio climático

Para el Grupo BBVA el cambio climático supone un desafío que conlleva tanto riesgos para el sec-

tor financiero como oportunidades reales a las que es preciso dar respuesta. En este contexto, el Grupo quiere consolidarse como una compañía comprometida y responsable en la búsqueda de soluciones que mitiguen y prevengan las consecuencias de este proceso de cambio climático. Por eso, el 2007 ha sido un año de trabajo en la suma a diversas iniciativas y en el desarrollo de productos y servicios que contribuyen a la protección del clima.

La adhesión voluntaria a dos iniciativas internacionales es ejemplo de ello:

- «Preocupados por el Cambio Climático: Plataforma de liderazgo empresarial» se trata de una iniciativa auspiciada de manera tripartita por el Programa de las Naciones Unidas sobre Medio

Emisiones atmosféricas ^{(1) (4)}

(t)	España		México		Resto del Grupo		Total	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Total CO₂ emitido	102.329,0	113.884,1	117.995,2	129.090,8	81.009,9	63.906,3	301.334,0	306.881,2
Total CO ₂ por empleado	3,3	3,7	3,4	3,9	2,3	2,0	3,0	3,2
Emisiones directas CO ₂ ⁽²⁾	3.066,2	3.749,1	2.483,4	2.537,3	2.974,5	1.319,4	8.524,0	7.605,8
Emisiones indirectas CO ₂ ⁽³⁾	99.262,8	110.134,9	115.511,8	126.553,6	78.035,4	62.587,1	292.810,0	299.275,6

(1) El cálculo de estos datos de CO₂ se basa en la metodología GHG Protocol, del WBCSD y del WRI.

(2) Incluye el CO₂ emitido por consumo de diesel, gas natural y viajes con vehículos propiedad del Grupo.

(3) Incluye el CO₂ emitido por consumo de electricidad, viajes en avión y viajes en vehículos no propiedad del Grupo.

(4) Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, ninguna instalación de los edificios del Grupo BBVA contiene CFCs.

Alcance: Grupo BBVA (Las cifras solo incluyen edificios centrales y excluyen Compass).

Videoconferencias ⁽¹⁾

	España		México		Resto del Grupo		Total	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Videoconferencias	4.358	3.550	1.283	974	3.352	1.689	8.993	6.213
Salas equipadas con videoconferencias	447	310	34	12	66	39	547	361

(1) Estos datos reflejan el número total de videoconferencias sin tener en cuenta las posibles duplicidades.

El Grupo BBVA fomenta el uso de videoconferencias para reducir la cantidad de viajes y así contribuir a la disminución de las emisiones atmosféricas.

Alcance: Grupo BBVA (Las cifras solo incluyen edificios centrales y excluyen Compass).

Ambiente, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible. El Grupo BBVA suscribió esta declaración que implica un compromiso para avanzar en la búsqueda de soluciones frente al cambio climático.

- Firma del Comunicado de Bali. La organización forma parte del grupo de firmantes de este documento cuyo propósito es mostrar la disposición de los líderes empresariales de afrontar el problema del cambio climático y trabajar para encontrar soluciones dentro del marco legal de las Naciones Unidas.

Otras medidas desarrolladas en el 2007 por el Grupo para luchar contra el cambio climático son:

- Banca Corporativa Global ha financiado, por valor de 100 millones de dólares, proyectos para la reducción de emisiones de carbono en Centroamérica. Esta iniciativa se desarrolla desde el 2005 a través de la sucursal del Grupo en Tokio (Japón) en colaboración con el Banco de Japón para la Cooperación Internacional (JBIC).
- En el 2007 el Banco Europeo de Inversiones ha elegido a BBVA para comercializar su emisión

Riesgo Kioto ⁽¹⁾

Porcentaje y Millones de euros	2007	2006	2005
Total riesgo Kioto	2,36	2,15	3,24
Total riesgo Kioto	8.562	6.367	3.492

(1) Incluye todas aquellas financiaciones a empresas pertenecientes a alguno de los siete sectores que establece el Plan Nacional de Asignación de Emisiones de España.

Alcance: Grupo BBVA.

de bonos que contribuyen a financiar iniciativas de protección del clima. Gracias a esta medida se promueve el desarrollo de energías renovables y la eficiencia energética.

- En el 2007 BBVA España ha comenzado a ofrecer productos para ayudar a gestionar los derechos de emisión de los clientes pertenecientes a sectores industriales que están sujetos al cumplimiento del Protocolo de Kyoto.
- Adicionalmente, BBVA ha participado en el 2007 en *Carbon Disclosure Project*, iniciativa internacional de transparencia informativa sobre las implicaciones de las empresas en el cambio climático.

Formación y sensibilización ambiental

El Grupo desarrolla de forma permanente iniciativas de formación y sensibilización dirigidas a sus grupos de interés (con especial atención a sus empleados) y a la sociedad en general, proporcionando conocimientos que permitan la implantación y el seguimiento de buenas prácticas medioambientales. El boletín de información *Actualidad Ambiental* es una importante herramienta para concienciar e integrar la preocupación por el medio ambiente dentro de la actividad del Grupo. Durante el 2007 se han enviado 23 ejemplares de este boletín quincenal, disponible en la intranet, a más de 400 empleados del Grupo.

El Servicio de Estudios Económicos elabora, asimismo, informes sobre los aspectos económicos

relacionados con la problemática ambiental. Estos informes se difunden interna y externamente y contribuyen al análisis, sensibilización y difusión de información en este campo.

Adicionalmente, en el 2007 BBVA ha colaborado en las siguientes acciones de formación y sensibilización ambiental:

- En colaboración con Cruz Roja, la compañía ha publicado un manual para reforzar la responsabilidad ambiental en las PYME.
- Sobre cambio climático en España, se han desarrollado dos cursos de sensibilización sobre este problema.
- En total se han impartido 1.530 horas de formación ambiental en el 2007.

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

En BBVA estamos comprometidos con el desarrollo de las sociedades donde estamos presentes.



Total de recursos
destinados

69,0 millones
de euros

Incremento sobre
recursos destinados
sobre el 2006

22 %

Recursos destinados
al Programa Becas
BBVA Integración en
América Latina

7,9 millones de euros

Niños becados
Programa Becas
BBVA Integración en
América Latina

17.920

Aspectos relevantes y datos básicos

El compromiso con la calidad de vida y el desarrollo de las comunidades en las que está presente constituye uno de los principios corporativos del Grupo BBVA. Este compromiso es el motor que impulsa a la acción de la compañía de muy diversas formas.

Como ha quedado de manifiesto a lo largo de todo este informe, la principal contribución del Grupo BBVA a la sociedad tiene lugar a través de su actividad empresarial habitual. Lo hace con los productos y servicios que ofrece y que repercuten positivamente en la sociedad en general y, en particular, en ciertos colectivos más desprotegidos. En este sentido cabe destacar la línea de préstamos familiares del Plan Familias BBVA en España y, muy especialmente, toda la actividad desarrollada por el Grupo a favor de la inclusión financiera con el fin de facilitar el acceso a los productos y servicios financieros a nuevos segmentos de la población. La creación de empleo y la atención a las necesidades de sus distintos grupos de interés son otros aspectos por los que la propia acción de la compañía tiene un impacto beneficioso en las comunidades en las que opera.

Además de todo ello, el Grupo canaliza su compromiso con la sociedad por medio de una intensa política de apoyo a la comunidad, con actuaciones específicas sin ánimo de lucro y orientadas a contribuir directamente al bienestar y a la satisfacción de necesidades básicas.

Los proyectos sociales se definen ajustándose a las principales necesidades y condicionantes del entorno de cada uno de los países en los que BBVA está presente, gracias a la estrecha relación mantenida con sus grupos de interés (como se ha descrito en el capítulo «Participación de grupos de interés»). Además, la compañía focaliza sus esfuerzos en los ámbitos de actuación más próximos a su actividad, manteniendo siempre una alineación con la estrategia y gestión del Grupo.

Las principales áreas de actuación de la política de apoyo a la comunidad son:

- La educación.
- El apoyo a colectivos y sectores desfavorecidos y/o con necesidades especiales.
- Las actuaciones en situaciones de emergencias humanitarias.



Grupo BBVA ha participado en el 2007 en la constitución del grupo de trabajo de London Benchmarking Group España. Este modelo ofrece una herramienta de medición del impacto generado por las actividades que nacen del compromiso del sector privado con la comunidad. El Grupo ha comenzado en el 2007 a utilizar el modelo LBG para medir, más allá del aspecto económico, sus contribuciones en apoyo a la comunidad.

Apoyo a la Comunidad: Recursos destinados por el Grupo BBVA y sus fundaciones

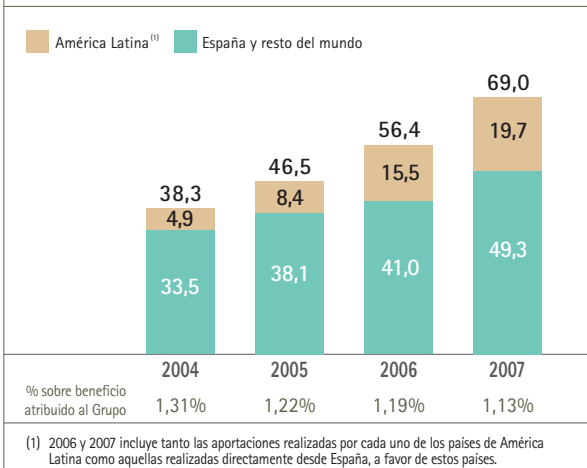
(Miles de euros)	2007	2006	2005
Por entidad			
Grupo BBVA en España y resto del mundo ⁽²⁾	29.083,67	24.648,91	21.080,57
Grupo BBVA en América ⁽²⁾	5.305,22	6.176,18	4.617,74
Fundación BBVA (España)	24.712,00	20.599,00	16.970,0
Fundación BBVA para las Microfinanzas (España)	914,00		
Fundación BBVA Bancomer (México)	7.951,12	4.631,16	3.405,19
Fundación BBVA Banco Provincial (Venezuela)	228,58	114,49	225,31
Fundación BBVA Banco Francés (Argentina)	191,62	178,61	152,76
Fundación BBVA Banco Continental (Perú)	614,00	77,10	34,21
TOTAL	69.000,20	56.425,45	46.485,77
Por temática			
Ciencias sociales	15.647,61	12.250,81	8.796,73
Educación	15.432,91	8.218,43	7.223,04
Asistencia social	10.496,94	7.088,26	4.891,88
Cultura	8.571,64	9.064,80	10.949,10
Salud	7.968,08	5.275,23	4.883,03
Medioambiente	3.204,23	7.957,76	5.814,25
Promoción de la responsabilidad corporativa	2.183,85	2.052,04	479,05
Otros campos y gastos de estructura de las fundaciones	5.494,95	4.518,11	3.448,70
TOTAL	69.000,20	56.425,45	46.485,77
Por tipo de aportación			
Monetaria	66.670,30		
Tiempo	1.993,37		
Especie	336,53		
TOTAL	69.000,20		

(1) Los recursos del ejercicio 2005 a 2007 destinados por el Grupo BBVA y sus fundaciones incluyen:

- En las fundaciones, los recursos incluyen los gastos dedicados por cada entidad a sus fines propios y los gastos de administración y estructura de cada fundación.
- Para el Grupo BBVA se incluyen las aportaciones económicas realizadas, más la valoración del tiempo de trabajo del personal dedicado a actividades de apoyo a la comunidad, más la valoración de las aportaciones en especie y los espacios cedidos.
- En la valoración de los Préstamos Familiares se han considerado los costes directos (gastos operativos, coste de la financiación y gastos de difusión).
- En ningún caso se han incluido los beneficios sociales estipulados en convenios destinados a los empleados del Grupo o sus familiares y las becas y prácticas de trabajo en el Grupo.
- Finalmente, para la conversión de los datos en moneda local de los países fuera de la zona euro, se han utilizado los tipos de cambio medio de los correspondientes ejercicios respecto al euro.

(2) No incluye las fundaciones.

Apoyo a la comunidad: recursos destinados por el Grupo BBVA y sus fundaciones ⁽¹⁾ (Millones de euros)



La variación cuantitativa entre el 2006 y el 2007 se ha debido principalmente:

Áreas/Entidades	Millones de euros	Partidas y proyectos
Fundación BBVA (España)	4,0	Incremento de la actividad de promoción en la investigación científico-social y su difusión.
Compass Bank (EE.UU.)	3,9	Incorporación al Grupo BBVA en 2007.
América Latina	3,1	Plan de Acción Social.
España	1,7	Préstamos familiares - aumento de gastos directos.
Grupo	1,2	Atención a necesidades ocasionadas por catástrofes naturales: Terremoto en Perú e inundaciones en México.

Las fundaciones del Grupo BBVA

Las seis fundaciones del Grupo BBVA son entidades sin ánimo de lucro, creadas con el objetivo específico de contribuir al desarrollo integral de la sociedad.

Fundaciones del Grupo BBVA	Ejes básicos de actuación
Fundación BBVA (España) (www.fbbva.es)	Ciencias sociales Biomedicina, salud y sistema sanitario Ciencias ambientales
Fundación BBVA Banco Continental (Perú) (www.bbvabancocontinental.com)	Educación Arte y cultura Asistencia social
Fundación BBVA Banco Francés (Argentina) (www.bancofrances.com.)	Educación Arte y cultura Asistencia social Fomento de la actividad empresarial y la responsabilidad corporativa
Fundación BBVA Bancomer(México) (www.bancomer.com.mx/fundacion)	Educación Asistencia social Arte y cultura Medioambiente
Fundación BBVA Banco Provincial (Venezuela) (www.provincial.com/fundacion)	Educación Asistencia social Arte y cultura
Fundación BBVA para las Microfinanzas	Promoción de las microfinanzas

Fundación BBVA: Indicadores básicos de la actividad

	2007	2006
Número de colaboradores	946	2.108
Número de proyectos de investigación	141	184
Número de encuentros y seminarios especializados	39	31
Número de conferencias de divulgación general	24	56
Número de publicaciones (incluidas coediciones)	91	59
Número de accesos (HITS) al portal de Fundación BBVA	16.279.556	17.937.644
Número de asistentes a las distintas actividades	6.693	8.985
Número de bibliotecas que reciben publicaciones	819	819
Materiales de divulgación editados (folletos, cuadernos, etc.)	428.500	208.700
Número de sesiones de usuarios registrados en la web	171.708	164.699

Alcance: España

Plan de Acción Social para América Latina

Aportación BBVA	13,8 millones de euros invertidos en el 2007
Foco	Educación básica a niños de familias desfavorecidas
Principal Programa	Becas BBVA de Integración Cerca de 18.000 niños y niñas de familias desfavorecidas becados en el 2007

El Plan de Acción Social para América Latina es un símbolo del fortalecimiento del compromiso de Grupo BBVA con América Latina.

Las líneas básicas del plan son las siguientes:

- Definición de un marco general de actuación para todos los bancos y fundaciones del Grupo en América Latina.
- El plan centra su atención a nivel global en el apoyo a la educación (infantil, primaria o secundaria) para favorecer la integración social de las familias de los sectores más desfavorecidos. Así, un 63 % de las actividades se realizan en torno a esta prioridad y el 37 % restante están orientadas hacia la cultura y la asistencia social.



- El programa estelar en el marco del Plan de Acción Social para América Latina en todos los países es el Programa Becas BBVA de Integración, que promueve la educación para la población más necesitada. El programa se concreta en cada país donde se desarrolla en función de criterios locales y de las necesidades detectadas.

BBVA asume el compromiso de destinar un importe equivalente al 0,7 % del beneficio local del Grupo en América Latina a actividades de apoyo a la comunidad. Estos recursos se aplican al Plan de Acción Social, a actividades del Servicio de Estudios en la región y a proyectos desarrollados desde España, la Fundación BBVA y la Fundación BBVA para las Microfinanzas, con impacto directo en América Latina.

Otras líneas de trabajo destacadas

PROGRAMA DE ACTIVIDADES CULTURALES ESPAÑA

Aportación BBVA	5,7 millones de euros en el 2007
Foco	- Artes - Conservación del patrimonio histórico-artístico español - Fomento de la creación musical
N.º de exposiciones	17 (España, América Latina y China)
N.º visitantes	2,4 millones de personas

El *Programa de Actividades Culturales* de BBVA es un referente dentro del mecenazgo artístico a nivel internacional. En el 2007, con motivo del 150 aniversario del Grupo BBVA, el programa ha tenido un significado especial. El programa cultural se centra fundamentalmente en tres áreas:



Manuel Arango. Presidente honorario CEMEFI México.

«La Responsabilidad Social de BBVA y su compromiso con la educación en México quedan de manifiesto con la política de aportar el 0,7 % de las utilidades a la Fundación BBVA Bancomer y con ello apoyar, entre otros, su proyecto "Por los que se quedan". Me enorgullece ser miembro de ambos Consejos, que con misión y generosidad comparten sus recursos, tiempo y talento para el bienestar y desarrollo del país».

- Exposiciones propias para difundir la Colección BBVA y actuaciones en colaboración con museos y fundaciones de referencia.
- Apoyo a la conservación del patrimonio histórico-artístico español.
- Programas de conciertos.

RUTA QUETZAL BBVA

Aportación BBVA	1,5 millones de euros en el 2007
Foco	Educación
Trabajos presentados	1.500
Participantes	350
Visitas a la página web	250.000 (5 millones de páginas vistas)

El Grupo BBVA organiza y patrocina la Ruta Quetzal desde el 1993, un programa formativo declarado de Interés Universal por la UNESCO en el que han participado un total de 7.700 jóvenes. En el 2007 tuvo lugar la XXII edición de la Ruta Quetzal BBVA, «La huella de la Nao de la China en México», un recorrido por la costa del Pacífico en México que culminó en Bilbao, donde la expedición celebró el 150 aniversario del nacimiento del Grupo BBVA. En ella participaron 350 jóvenes de hasta 55 nacionalidades.

Miguel de la Quadra-Salcedo

Director de la Ruta Quetzal BBVA

«La Ruta significa para mí el único acto, la única acción concreta que han hecho España e Iberoamérica en conjunto sobre nuestra común sociedad iberoamericana de naciones. Gracias a S.M. el Rey desde 1979 miles de jóvenes han tenido la excepcional oportunidad de ser protagonistas de este proyecto. Es la alegría de compartir y de comunicar a chicos de 55 países; hacer aventuras en conjunto en América y España. Todo ello es posible y viable gracias al mecenazgo de BBVA».



PREMIOS FUNDACIÓN BBVA FRONTERAS DEL CONOCIMIENTO

Aportación BBVA	3,2 millones de euros anuales
Categorías	Ciencias básicas (física, química, matemáticas) Biomedicina ecología y biología de la conservación Tecnologías de la información y la comunicación Economía, finanzas y gestión de empresas Artes (música, pintura, escultura, arquitectura) Cambio climático Cooperación al desarrollo

Estos galardones reconocerán a partir del 2008 la excelencia en investigación y creación, con un énfasis particular en proyectos de futuro que tengan incidencia en los grandes retos de la sociedad global del siglo XXI: el cambio climático y la cooperación al desarrollo. Esta iniciativa cuenta con el apoyo del Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Se consideran ocho categorías de premios con una dotación de 400.000 euros a cada una, con la que se quiere distinguir públicamente el trabajo de los científicos, investigadores, organizaciones y profesionales que impulsan el desarrollo del conocimiento para la mejora de la sociedad. Por su dotación y las disciplinas que abarcan, los Premios Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento son, después de los Nobel, los premios más importantes del mundo en su categoría.

SERVICIO DE ESTUDIOS

Aportación BBVA	1,3 millones de euros
Áreas organizativas	Geográficas • Europa y escenarios financieros • México y Estados Unidos • Países emergentes Temáticas • Tendencias globales • Modelización y análisis cuantitativo • Análisis de sistemas previsionales
Presencia (9 países)	España, Argentina, Colombia, Chile, México, Perú, Venezuela, Estados Unidos y China
Equipo	78 profesionales

Actividades destacadas

Seminarios y encuentros de reflexión y debate	Los economistas integrados en este servicio desarrollan una activa labor de difusión en foros, medios de comunicación y publicaciones especializadas y han participado durante el 2007 en 82 seminarios y encuentros.
Web accesible (http://serviciodeestudios.bbva.com)	Registró 239.106 descargas de publicaciones, con 2,3 millones de visitantes únicos anuales (número de personas que se conectan al menos una vez).

El Servicio de Estudios Económicos nace con el fin de adaptar el análisis económico a las necesidades del Grupo BBVA y de responder al reto de evaluar desarrollos económicos cada vez más globalizados. Se estructura en seis grandes unidades y está presente en las principales áreas geográficas donde se ubica el Grupo. Esta proximidad a la realidad permite a la entidad anticiparse en sus análisis y tomar decisiones a nivel económico, oportunas en cada momento.

Los análisis del Servicio de Estudios de BBVA marcan diferencia en su aportación de valor a la sociedad, constituyéndose en referencia obligada por su capacidad global y solvencia respecto al análisis y valoración de las economías.

Otros proyectos relevantes por áreas geográficas

Proyectos relevantes

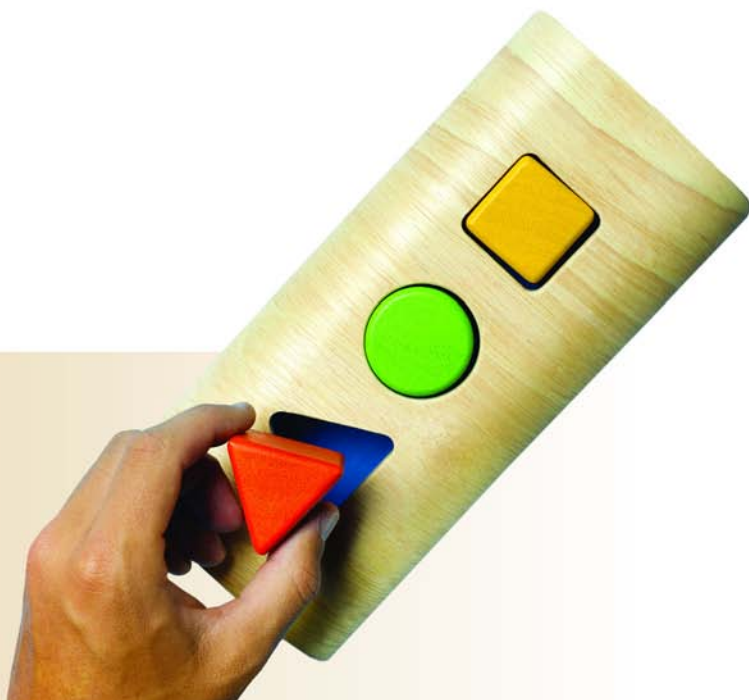
España BBVA	• Premio a la Acción Magistral en colaboración con la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD). • Programa de sensibilización en materia de responsabilidad corporativa para PYME, en colaboración con Cruz Roja. • Apoyo a emergencias humanitarias (terremoto en Perú e inundaciones en México). • Programa de Mecenazgo Ambiental de ANIDA (filial inmobiliaria de BBVA) para el que destina 0,7 % de su beneficio neto. • Programa de becas Fundación BBVA -Fundación Carolina para la formación de especialistas latinoamericanos en Medicina, Medio Ambiente y Economía.
Argentina (AFJP Consolidar, BBVA Banco Francés, Fundación BBVA Banco Francés)	• Premios al Emprendedor Solidario, en colaboración con el Foro Ecuménico y Social, y al Emprendedor Agropecuario. • ConsoliDAR, proyecto de ayuda contra la pobreza. • Muestra permanente del Museo Libero Badii.
Bolivia (AFP Previsión)	• Premio Nacional de Novela, en colaboración con el Ministerio de Cultura.
Chile (AFJP Chile, BBVA Chile)	• Auspicio Magister Periodismo (alianza El Mercurio-Universidad Católica) • Concierto Solidario de Navidad.
Colombia (AFJP Horizonte Colombia, BBVA Colombia)	• Salón de Arte BBVA: exposición de obras representativas de la pintura y escultura colombianas.
México (BBVA Bancomer, Fundación BBVA Bancomer)	BBVA Bancomer en la Educación: programa de apoyo a la educación (Presidencia de la República y Secretaría de Educación Pública). Olimpiada del conocimiento infantil.

Proyectos relevantes

Panamá (BBVA Panamá)	Patrocinio del programa de TV ¿Qué tal si te digo?, orientado al apoyo de causas sociales y solidarias.
Paraguay (BBVA Paraguay)	• Maratón solidario.
Perú (AFP Horizonte, BBVA Banco Continental, Fundación BBVA Banco Continental)	• Muestra itinerante <i>Pasión por las personas</i>. • Patrocinio de festival que combina lectura, teatro y música. • Patrocinio del Museo de Arte Precolombino de Cuzco.
Puerto Rico (BBVA Puerto Rico)	• Colaboración con la Asociación de Distrofia Muscular.
Uruguay (BBVA Uruguay)	• Apoyo al Hospital Infantil Pereira Rosell, que atiende a niños pertenecientes a sectores desfavorecidos.
Venezuela (BBVA Banco Provincial, Fundación BBVA Banco Provincial)	• Programa de formación de microempresarios. • Proyecto Papagayo para el fomento de la educación en valores a través de la lectura y la creación literaria.
Portugal	Proyecto «Porto vivo» para la rehabilitación de viviendas en barrios marginales de Oporto.
Estados Unidos	Apoyo a la organización United Way. Compass Bank y sus empleados donaron conjuntamente 2,2 millones de dólares, con el fin de paliar necesidades de los grupos sociales más desfavorecidos.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Las personas queremos contribuir de algún modo a poder tener un mundo mejor. El compromiso de BBVA es facilitar las condiciones para que la unión de los esfuerzos de nuestros empleados dejen huella y marquen la diferencia.



Voluntarios

3.083

Empleados adheridos *Programa Euro Solidario*
(16 % total plantilla en España)

4.882

Recaudación
Programa Euro Solidario

114.974 euros

Plan de Voluntariado Corporativo

El Plan de Voluntariado Corporativo de BBVA, Voluntarios BBVA, nace en mayo del 2007 como fruto de la necesidad de abordar el voluntariado para impulsar nuevas iniciativas y construir un marco a las actividades en este ámbito, así como del interés de todo el Grupo por mejorar las condiciones de vida de otras personas. Aunque la empresa fomenta, impulsa y apoya las actividades de voluntariado corporativo, proponiendo iniciativas y aportando recursos, los protagonistas son las personas de BBVA y su foco principal la educación. En el proceso de definición del plan intervinieron activamente 2.000 empleados de todas las categorías laborales, tanto en activo como jubilados y prejubilados, e integrados en todas las compañías pertenecientes al Grupo.

Voluntariado en España

Para coordinar y promover las actividades de voluntariado de todo el plan se creó la Oficina de Voluntarios BBVA, integrada por un equipo de jubilados y prejubilados de la compañía. Al servicio de la misma se elaboró un minucioso plan de comunicación centrado en el portal de Voluntarios BBVA, al que se accede de distintas formas: a través de un link en la intranet y en el portal *Senior* (www.bbvasenior.es). Este portal supone un lugar de encuentro para los empleados que permite centralizar la información de voluntariado de todos los

países en los que se desarrolla el plan. Las actividades desarrolladas a lo largo del 2007 se centran en tres grandes líneas de actuación:

- Proyectos codiseñados con ONGs que se realizan con la colaboración de organizaciones de prestigio en nuestro país como Fundación Junior Achievement, WWF/Adena y Fundación Tomillo. En el 2007 han participado en estas actividades un total de 221 voluntarios.
- I Concurso Voluntarios BBVA de iniciativas de empleados. Una invitación a todos los empleados del Grupo para participar en la creación de proyectos de voluntariado corporativo. Las iniciativas ganadoras son premiadas con apoyo financiero por un lado, y con la ayuda de la compañía para gestionar la incorporación de nuevos voluntarios al proyecto por otro. Este

Información sobre el portal de Voluntarios BBVA

	Total	Media mensual
Páginas vistas	92.725	11.591
Contactos de empleados con ONGs	738	92
Oportunidades de voluntariado realizadas por empleados BBVA	20	3
Suscripciones al boletín informativo de oportunidades	528	66
Alcance: España.		

EURO SOLIDARIO

Una forma especial de voluntariado

Programa

Nació en septiembre del 2005. Cada empleado adherido a la iniciativa dona 1 euro mensual, detraído automáticamente de su nómina, y la compañía aporta una cantidad equivalente al total recaudado. De esta forma, el Grupo BBVA y sus empleados en activo colaboran con proyectos educativos en América Latina orientados a sectores desfavorecidos.

Entidad Colaboradora

El Grupo BBVA colabora en este programa con la Fundación Entreculturas - Fe y Alegría. Desde septiembre del 2006 los fondos recaudados tienen como destino la creación de un Centro de Desarrollo Comunitario en Calí (Colombia), en un barrio especialmente castigado por la violencia urbana.

Situación a 31 de diciembre del 2007

Empleados adheridos: 4.882

Aportación de empleados: 57.487 euros

Total recaudado (aportación conjunta empleados y Grupo BBVA): 114.974 euros

Terremoto de Perú en agosto del 2007

Con motivo de esta catástrofe, el Grupo BBVA acordó con sus empleados dedicar la aportación trimestral del Euro Solidario para ayudar a las víctimas del seísmo. Se entregó un total de 29.272 euros a la Fundación Entreculturas - Fe y Alegría, para afrontar programas educativos en la zona afectada.

año se seleccionaron 9 proyectos de los 23 presentados desde todas las regiones del país, que obtendrán una financiación global de 87.000 euros y en los que en el 2007 ya han participado un total de 44 empleados de BBVA.

- Oportunidades de voluntariado publicadas en el portal de Voluntarios BBVA con la colaboración de Fundación Chandra.

Voluntariado en México

En el 1992 se creó el Grupo de Voluntariado Bancomer en México con el objetivo de colaborar en la mejora de la calidad de vida de las personas con escasos recursos. Desde entonces esta iniciativa se ha convertido en un importante componente de la acción social de BBVA Bancomer y representa un canal efectivo e indispensable



Joaquín Santos. Director de la Oficina de Voluntarios BBVA en España

«Estoy sorprendido y disfrutando de lo que se puede llegar a conseguir sólo con la voluntad de ayudar, recibiendo a cambio, cariño, ternura y agradecimiento. Sinceramente este mundo del voluntario te engancha. Gracias por dejarme conocerte».

para su implantación. En la actualidad, el Grupo cuenta con un elevado número de empleados voluntarios y familiares de éstos que participan en diferentes iniciativas. Cabe destacar la intervención del Grupo de Voluntariado en el programa de BBVA de becas de integración *Por los que se quedan* en el que los empleados participan como ‘padrinos’ y ‘madrinhas’ acompañando a los beneficiarios del programa.

También relevante es la colaboración con 24 centros educativos integrales en distintos estados del país, en los que se fomenta la capacitación profesional para personas sin recursos así como las actividades de desarrollo y asistencia social en beneficio de dicho colectivo. En las distintas labores de dichos centros participan 174 voluntarios de BBVA Bancomer. Además, los voluntarios de BBVA Bancomer participan en programas de alfabetización de adultos, educación infantil en distintos

Voluntariado en México	
	Nº de voluntarios
Programa de becas BBVA de integración <i>Por los que se quedan</i> (cada uno con una media de 25 becarios)	351
Olimpiadas del Conocimiento	1.158
	Nº de beneficiarios directos
Adultos	2.329
Niños	137

niveles, talleres de tiempo libre, programas de formación ofimática y creación de microempresas.

Voluntariado en el resto de países de América Latina

En los países integrados en el Plan de Acción Social en América Latina las acciones de voluntariado están

Voluntariado en América Latina		
País	Programa	Nº de voluntarios
Chile	<i>Niños adelante</i>	100
Paraguay	<i>Niño adelante</i>	35
Perú	<i>Leer es estar adelante</i>	40
Puerto Rico	<i>Programa Impacta. Proyecto Nacer</i>	40
Total		215

principalmente orientadas a apoyar el programa de becas BBVA integración. Este programa quiere colaborar en la promoción de la educación infantil en los sectores desfavorecidos y en cada país se concreta en función de su realidad y necesidades.

Dada la progresiva implantación del Plan de Voluntariado Corporativo, está previsto que a lo largo del 2008 se desarrollen las iniciativas de voluntariado en el resto de países donde Grupo BBVA está presente.

Voluntariado en Estados Unidos

En Estados Unidos, Grupo BBVA también realiza distintos proyectos de voluntariado en las ciudades donde Compass Bank está presente (Houston, Denver, Dallas y Phoenix, entre otras). Estos proyectos, en los que han participado un total de 900 voluntarios, tienen lugar a través de TeamCompass, una asociación nacida para impulsar todas las actividades de voluntariado que se estén desarrollando. Dos ejemplos de las iniciativas desarrolladas fueron:

- Jornada contra el hambre mundial, con ayuda a más de 3.000 personas sin hogar;
- Jornada por la reconstrucción conjunta de Houston, para reparar casas en barrios marginales.

PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DEL MILENIO

«Hace tiempo, unas personas muy sabias se pusieron a imaginar un mundo mejor para todos y para cumplir su sueño le pusieron una fecha y un nombre de mayores: 2015, los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Son ocho deseos que entre todos podemos hacer realidad».

(2015 Un mundo mejor para Joana)



Pacto Mundial

En el 2002 el Grupo BBVA firmó su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la mayor iniciativa multisectorial orientada a promover la responsabilidad empresarial. El pacto promueve el compromiso social de las empresas a través de diez principios basados en derechos humanos,

laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción. Las entidades que se suman de forma voluntaria a esta alianza se comprometen a incorporar estos principios en su estrategia empresarial.

Desde el 2002, BBVA ha elaborado anualmente un informe de Progreso informando sobre la implementación en la organización de los Principios y las acciones

BBVA y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Categorías	Principio	Indicadores GRI
Derechos humanos	Principio 1 Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	LA4, LA 7- 8, LA 13-14, HR 1-2, HR 4-7, S05, PR1
	Principio 2 Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	HR 1-2, HR 4-7, S05
Trabajo	Principio 3 Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	LA 4-5, HR 1-2, HR5, S05
	Principio 4 Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	HR 1-2, HR7, S05
	Principio 5 Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	HR 1-2, HR6, S05
	Principio 6 Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	EC7, LA2, LA 13-14, HR 1-2, HR4, S05
	Principio 7 Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	EC2, EN26, EN30, S05
Medio ambiente	Principio 8 Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	EN 1-4, EN8, EN 11-12, EN 16-17, EN21, EN26, EN28, S05, PR3
	Principio 9 Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	EN2, EN26, S05
Lucha contra la corrupción	Principio 10 Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	S0 2-5

Fuentes de las correspondencias entre los principios del Pacto Mundial y los indicadores GRI: borrador del informe *Making the Connection* de GRI y Pacto Mundial. (www.globalreporting.com)

emprendidas para su cumplimiento. En el 2004 se unieron a esta iniciativa BBVA Banco Francés, BBVA Bancomer, BBVA Colombia y BBVA Banco Continental. Como muestra adicional de su compromiso con la promoción y difusión de los diez principios, BBVA forma parte del Comité Ejecutivo de la Asociación Española del Pacto Mundial (ASEPAM), la red española de empresas suscritas al Pacto Mundial, una organización de la que ya forman parte más de 500 entidades.

Asimismo, cabe destacar que, en el 2007, Grupo BBVA participó en la Cumbre de Líderes del Pacto Mundial que tuvo lugar en el mes de julio. Esta cumbre, que se convoca cada tres años, es un encuentro que reúne a los máximos directivos de empresas del pacto para lograr compromisos de futuro. El fruto de esta última convocatoria fue el documento *Preocupados por el Cambio Climático: Plataforma de liderazgo empresarial* que insta a trabajar activamente en la lucha contra el cambio climático. De las 153 compañías de todo el mundo que suscribieron dicho acuerdo, 14 eran españolas y el Grupo BBVA era una de ellas.

Para más información sobre el Informe de Progreso completo del 2007, consultar: www.pactomundial.org.

Objetivos de Desarrollo del Milenio

Durante el 2007 el Grupo BBVA ha seguido trabajando para contribuir en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Los ocho Objetivos, promovidos por las Naciones Unidas, surgen de un acuerdo internacional que establece el 2015 como fecha límite para alcanzar mejoras significativas en la reducción de la pobreza y las desigualdades que afectan a millones de personas en el mundo.

Además, el Grupo BBVA forma parte desde su creación de la campaña *2015 Un mundo mejor para Joana*. Un proyecto que surge de la alianza de las 11 empresas que forman el Foro de Reputación Corporativa y que está dedicado a difundir las acciones que se están llevando a cabo para lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Para conocer más sobre este tema, consultar: www.2015unmundomejorparaJoana.com.

En el siguiente cuadro se ofrece información detallada sobre el conjunto de medidas que influyen directamente sobre algún principio:

Los Objetivos del Milenio en BBVA

Objetivos del Milenio	Iniciativa principal de BBVA ⁽¹⁾
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Fundación BBVA para las Microfinanzas BBVA Codespa Microfinanzas- fondo de inversión de microfinanzas para América Latina
2. Lograr la enseñanza primaria universal	Plan de Acción Social de BBVA para América Latina
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer	Acuerdo de Igualdad y Conciliación vida familiar y laboral Fundación BBVA para las Microfinanzas
4. Reducir la mortalidad infantil	(No existen iniciativas específicas)
5. Mejorar la salud materna	(No existen iniciativas específicas)
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades	Proyecto de investigación de control de la malaria monitorizado por la Organización Mundial de la Salud
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	Gestión del impacto ambiental indirecto a través de los Principios de Ecuador Desarrollo de productos y servicios con criterios mediambientales
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo	Iniciativa del fRC de difusión de los Objetivos del Milenio



(1) Se destacan las iniciativas más importantes de cada objetivo.

Informe de Revisión Independiente

Informe de Revisión Independiente del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007 del Grupo BBVA

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (IARC):

- La adaptación de los contenidos del IARC a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3), así como los indicadores centrales propuestos en dicha guía.
- La información incluida en el IARC 2007 de BBVA relativa a la aplicación de los principios de relevancia, integridad y respuesta adecuada establecidos en la norma AA1000 de AccountAbility.
- La información proporcionada sobre los progresos en las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2007.

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la *International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (ISAE 3000) emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accounts (IFAC), conjuntamente con la *AccountAbility 1000 Assurance Standard* (AA1000AS), emitida por AccountAbility.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Grupo BBVA que han participado en la elaboración del IARC, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del BBVA para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IARC 2007.
- Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2007 del Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el IARC en función del entendimiento de BBVA de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales descritos en los apartados Criterios del Informe y Participación de los Grupos de Interés del IARC.
- Contraste de que el contenido del IARC no contradice ninguna información relevante suministrada por BBVA en su Informe Anual y en su Informe de Gobierno Corporativo.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IARC a los recomendados en la Guía G3 de GRI.
- Comprobación de que los indicadores centrales incluidos en el IARC se corresponden con los recomendados por dicho estándar y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en el IARC 2007 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de BBVA. Dichas pruebas se han realizado tanto en España como en los principales países del Grupo: México, Argentina, Perú, Colombia y Venezuela.

Conclusiones

En la tabla de indicadores GRI se detallan los indicadores revisados y el alcance de la revisión. Como consecuencia de nuestra revisión:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el IARC 2007 no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información incluida en el IARC 2007 de BBVA, relativa a la aplicación de los principios de la norma AA1000 de relevancia, integridad y respuesta adecuada a los grupos de interés, contiene errores u omisiones materiales.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada sobre los progresos de las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2007 contenga errores significativos.

Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado al Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas del Grupo BBVA nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora para consolidar los procesos, programas y sistemas ligados a la gestión de la Responsabilidad Corporativa. Las recomendaciones más relevantes se refieren a:

- Mejorar el sistema de reporte de los datos de Responsabilidad Corporativa ampliando el alcance a información actualmente no disponible en algunas áreas y países y progresar en la implantación de los controles internos.
- Implantar sistemas de control y seguimiento de los códigos de conducta generales y específicos existentes en el Grupo.

Responsabilidades de la Dirección de BBVA y de Deloitte

- La preparación del IARC 2007, así como el contenido del mismo, es responsabilidad del Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas de BBVA, el cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de BBVA de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC). Asimismo, en aplicación de los procedimientos internos de BBVA, nuestra Carta de Encargo ha sido aprobada por el Comité de Auditoría.
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el IARC 2007 del Grupo BBVA.

Madrid, 3 de marzo de 2008
Deloitte, S.L.

Helena Redondo

CRITERIOS DEL INFORME

Perfil, alcance, relevancia, materialidad y cobertura de la memoria

BBVA elabora anualmente un informe de responsabilidad corporativa desde el 2002. En el presente se incluye información relativa a todo el Grupo para el 2007, con datos referentes al 2005 y al 2006 e indicando el alcance de los mismos. Si dichos datos han sufrido alguna modificación con respecto a los facilitados en años anteriores, es debido a una mejora en los métodos de cuantificación y medición de las variables afectadas.

En relación al informe del año anterior, se han introducido varios cambios significativos:

- la organización de capítulos por temas relevantes en lugar de por grupos de interés;
- reformulación de los campos de mejora y principales líneas de trabajo para el 2007 contenidos en el IARC 2006, por medio de su integración en la tabla de Progresos 2007 y objetivos 2008 que figura al final del presente documento;
- reducción del número de páginas para conseguir un estilo más directo con un adecuado equilibrio de información consistente y suficiente.

En la determinación de la relevancia y materialidad de los contenidos a incluir, se ha concedido especial atención a los grupos de interés más significativos, profundizando en el proceso de consulta al seguir las recomendaciones de la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (versión 3, 2006)*, de *Global Reporting Initiative (GRI)*, y de la *norma AA1000 (Assurance Standard de Accountability)*.

Asimismo el presente informe se completa con el Informe anual 2007, así como en la página web (www.bbva.com)

Existe además un documento de información complementaria al informe anual de responsabilidad corporativa (información complementaria IARC 2007), ubicado en <http://rrc.bbva.com> con información adicional al presente documento. Igualmente en el 2007, como en años anteriores,

hemos llevado a cabo un proceso específico de consulta a los grupos de interés para conocer su valoración del Informe anual de responsabilidad corporativa 2006 de BBVA y sus expectativas respecto al contenido del presente informe.

Cabe destacar que la información financiera se elabora de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera y la Circular 4/2004 del Banco de España. Además, la reciente compra de Compass en Estados Unidos hace que algunos indicadores de carácter no financiero aún no estén consolidados, por lo que la información relativa a Compass no se incluye en algunos casos.

Referencias básicas y estándares internacionales

Se han respetado los principios y requisitos de *Global Reporting Initiative*, que ha calificado a BBVA desde el 2003 como *in accordance* y en el 2006 y en el 2007 como A+. El informe ha atendido a los criterios generales así como a aquellos específicos para el sector financiero.

En el informe se ha seguido además la *norma AA1000 Guidelines*.

Igualmente BBVA ha pretendido demostrar su compromiso con los Objetivos del Milenio de la ONU e incluye el Informe de Progreso 2007 de cumplimiento con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, siguiendo la guía de GRI y Global Compact "*Making the connections*."

Rigor y verificación

BBVA cuenta con áreas de sistematización y gestión de información para proporcionar una sólida fuente de contenidos. Estas áreas son revisadas, verificadas y auditadas (interna y externamente). El departamento de RRC cuenta con un sistema de gestión de información a través de una aplicación informática vía Internet, que facilita el reporte y la compilación de los datos. Este informe cuenta con la garantía de haber sido revisado lingüísticamente por la Fundación Español Urgente (www.fundeu.es).

INDICADORES GRI

PERFIL

1. Estrategia y análisis	Páginas
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	1
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	5-6, 10-11, CPP
2. Perfil de la organización	Páginas
2.1 Nombre de la organización.	CPA
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	CPA
2.3 Estructura operativa de la organización.	CPA
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	CPA
2.5 Número de países en los que opera la organización.	CPA
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	CPA
2.7 Mercados servidos.	CPA
2.8 Dimensiones de la organización informante.	CPA
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	CPA
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	59
3. Parámetros de la memoria	Páginas
PERFIL DE LA MEMORIA	
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	CPA, 56
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	CPA, 56
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	CPA, 56
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	CPP
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	CPA, 56
3.6 Cobertura de la memoria.	CPA, 56
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	CPA, 56
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	CPA, 56
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	CPA, 56
3.10 Descripción del efecto que pueda tener volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	CPA, 56
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	CPA, 56
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI	
3.12 Tabla que indica la localización de las Contenidos básicos en la memoria.	57-58
VERIFICACIÓN	
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	CPA, 56
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	Páginas
GOBIERNO	
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	CPA, IGC (8-11, 33-43, 69)
4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	IGC (22-23)
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	CPP, IGC (10-11)
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	31, 33-34 ICIARC'07 (1-5)
4.5 Vinculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	29-3

	Páginas
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	IGC (44-47)
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	IGC (20-22)
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	2-6
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	3-6, 10-11, IGC (33-44,55-57)
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	IGC (20-22)
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS	
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	5-6
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	6-7, 40-41
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	6-7, 40-41, 54
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	8-11, ICIARC'07
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	8-11, ICIARC'07
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	8-11, ICIARC'07
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	2-4, 8-11, ICIARC'07

ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES

Dimensión Económica	Páginas	Alcance de la verificación
Información sobre el enfoque de gestión		
Desempeño económico		
EC1. Valor económico generado y distribuido.	7	(1)
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	40-41	Verificado
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	31-32, IA (201-202, 254-263)	Verificado
EC4. Ayuda financieras significativas recibidas de gobiernos.	31	(2)
Presencia en el mercado		
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	35-36	Verificado
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	28, 33	(3)
Impacto económico indirecto		
EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie	24-25, 44-49	Verificado
Dimensión Ambiental (1)	Páginas	Alcance de la verificación
Información sobre el enfoque de gestión:		
Materiales		
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	40	(4)
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	40	(4)

	Páginas	Alcance de la verificación
Energía		
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	40	(5)
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	39-40	(5)
Agua		
EN8. Captación total de agua por fuentes.	39	(5)
Biodiversidad		
EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	No material *	
EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a la áreas protegidas	No material *	
Emisiones, vertidos y residuos		
EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	41	(4)
EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	41	(4)
EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	No material *	
EN 20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No material *	
EN 21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	No material *	
EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	40	(4)
EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No material *	
Productos y servicios		
EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	25-26, 41	Verificado
EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	No material *	
Cumplimiento normativo		
EN28. Coste de la multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	6	(2)
Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo (2)		
Información sobre el enfoque de dirección		
3-6, 28-34, ICIARC 2007		
Empleo		
LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	28, 33	Verificado
LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	29	(5)
Relaciones Empresa/Trabajadores		
LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	33-34	(2)
LA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	34	(3)
Salud y Seguridad en el trabajo		
LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	34	(6)
LA8. Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	34	Verificado
Formación y Educación		
LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	30	(7)
Diversidad e igualdad de oportunidades		
LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	32-33, IGC (8-9, 25)	(8)
LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	33	Verificado
Dimensión Social: Derechos Humanos (3)		
Información sobre el enfoque de dirección		
3-7, 32-34, 36-37		
Prácticas de inversión y aprovisionamientos		
HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	6-7, 19	Verificado
HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	36-37	(3)
No discriminación		
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	6	(2) (3)

	Páginas	Alcance de la verificación
Libertad de Asociación y convenios colectivos		
HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	33-34	Verificado
Abolición de la explotación infantil		
HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	6	Verificado
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio		
HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	6	Verificado
Dimensión Social: Sociedad (4)		
Información sobre el enfoque de gestión		
3-7, 10-11, 20-21, 43		
Comunidad		
SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.	3-4, 43, 45	Verificado
Corrupción		
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	21	(9)
SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización.	21	(10)
SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.	21, 34, ICIARC'07	Verificado
Política Pública		
SO5. Posición en la políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	6, 48	Verificado
Cumplimiento normativo		
SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	6	(2)
Dimensión Social: Responsabilidad de producto (5)		
Información sobre el enfoque de gestión		
2-6, 10-15		
Salud y Seguridad del Cliente		
PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos	13-15, 34	(3) (11)
Etiquetado de Productos y Servicios		
PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	14-15	Verificado
Comunicaciones de marketing		
PR6. Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	14-15	Verificado
Cumplimiento normativo		
PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	6	(2)

LEYENDA

IA Informe Anual 2007
IGC Informe Gobierno Corporativo 2007
ICIARC'07 Información complementaria Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007
CPA Contraportada anterior
CPP Contraportada posterior

Principales áreas y unidades responsables

- (1) Riesgos, Inmuebles y Servicios, Responsabilidad y Reputación Corporativas y las áreas de negocio.
- (2) Recursos Humanos.
- (3) Recursos Humanos y Cumplimiento.
- (4) Responsabilidad y Reputación Corporativas y Cumplimiento.
- (5) Comunicación e Imagen, Cumplimiento y las áreas de negocio.

*** Justificación de la no inclusión de los siguientes indicadores principales de GRI en el Informe Anual de RC 2007**

EN11: Indicador no material. El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
EN12: Indicador no material. El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
EN19: Indicador no material. Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, ninguna instalación de los edificios del Grupo BBVA contiene CFCs.
EN20: Indicador no material. Debido a que el Grupo pertenece a un sector de servicios, las emisiones de SO y NO no son relevantes pues derivan únicamente de los viajes de los empleados.

EN21: Indicador no material. El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos, los vertidos se hacen a través de la red urbana.
EN23: Indicador no material. El Grupo BBVA tiene sus sedes en terrenos urbanos, por tanto, la captación de agua, y su vertido se hacen a través de la red urbana.
EN27: Indicador no material. El Grupo BBVA se limita a la comercialización de estos productos sin responsabilidad directa sobre la gestión de los envases de los mismos.

Notas sobre alcance y verificación:

- (1): Se incluyen los valores devengados en el ejercicio con independencia del momento del cobro o pago. En el caso de los Impuestos se incluye exclusivamente el Impuesto sobre beneficios repercutido en la cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada, sin desglosar por país.
- (2): La información se corresponde y ha sido revisada para BBVA España.
- (3): Se incluye únicamente información cualitativa.
- (4): Las cifras sólo incluyen edificios centrales y excluyen Compass.
- (5): Las cifras sólo incluyen edificios centrales y excluyen EEUU.
- (6): Se informa exclusivamente de la tasa de absentismo.
- (7): No se desglosa por categoría.
- (8): Solo se desglosa por género.
- (9): Se informa únicamente de forma cualitativa para la actividad de Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación de Actividades Terroristas.
- (10): Se informa de las actividades formativas en materia de Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación de Actividades Terroristas.
- (11): No se informa del porcentaje de productos y servicios sujetos a tales procedimientos de evaluación.

Ratings de sostenibilidad

ÍNDICE	ENTIDAD	OBSERVACIONES	ENLACE
	SAM	- Desde el 2001, el Grupo BBVA está incluido en DJSI World. - Desde el 2005 el Grupo BBVA está incluido en el DJSI STOXX. Más detalle sobre Puntuación completa de BBVA, ver Información Complementaria al IARC 2007 consultar http://rrc.bbva.com	www.samgroup.com www.sustainability-indexes.com
	EIRIS	Desde el 2005 el Grupo BBVA está incluido en FTSE4Good.	www.eiris.org www.ftse.com
ANALISTAS INTERNACIONALES EN SOSTENIBILIDAD (AIS) 	SIRI	- Incluido en el análisis de AIS. - BBVA está incluido en KLD Global Sustainability Indexes desde su lanzamiento en octubre del 2007.	www.siricompany.com www.ais.com.es www.kld.com/indexes/
ASPI EUROZONE® Y ETHIBEL SUSTAINABILITY INDEXES 	VIGEO	- BBVA está incluido en el ASPI Eurozone. - BBVA está incluido en Ethibel Sustainability Indexes y por primera vez en el 2007 en el Ethibel Excellence Index.	www.vigeo.com
OEKOM 	OEKOM	BBVA considerado como PRIME en la comparación con los mejores bancos mundiales o <i>Best in Class</i>.	www.oekom-research.com
	Management & Excellence	BBVA es líder en sostenibilidad, Gobierno Corporativo y responsabilidad social en los cinco países latinoamericanos en los que tiene mayor presencia: Argentina, Colombia, México, Perú y Venezuela.	www.latinfinance.com www.management-rating.com

Premios y reconocimientos 2007

Responsabilidad corporativa: BBVA, primera entidad bancaria de España, y tercera de Europa	The Good Company Ranking 2007 Deloitte y Kirchhoff Consultant AG
BBVA, Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas	Foro Ecueménico Social de Argentina
BBVA Bancomer, Mejor Acción Social	Festival Internacional de Publicidad y Comunicación de Fútbol. LFP
BBVA, la mejor empresa para trabajar	Ranking de Actualidad Económica
BBVA, entre las 100 empresas más respetadas del mundo (La reputación de las cien mayores compañías por capitalización bursátil del mundo)	Revista Barron's, del grupo Dow Jones
BBVA primera empresa española que entra a formar parte de la lista bienal - Tomorrow's Value- de los 50 mejores informes de sostenibilidad del mundo	SustainAbility
El Informe de RSC de BBVA elegido como la "Segunda Mejor Memoria de 2005"	Observatorio de la RSC
BBVA, finalista de los premios "Mejor información de sostenibilidad 2006"	AECA y ICJCE
Ruta Quetzal BBVA, premio a la mejor solución de comunicación y reporting en El mercado de la RSE	CSR Europe y Forética

PROGRESOS 2007 Y OBJETIVOS 2008

LÍNEAS DE TRABAJO	
POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	Avanzar en la integración de la política de RC en la estrategia general y en las áreas de negocio y apoyo del Grupo
	Impulsar la transversalidad de la gestión de RRC a través del Comité de RRC
	Adhesión a compromisos internacionales
	Desarrollo de informes de RC por bancos del Grupo en América Latina
PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS	Continuar midiendo las prioridades y percepciones de los empleados, los clientes y la opinión pública en España, México, Argentina, Chile, Perú y Colombia y analizar la posibilidad de hacer lo mismo ante líderes de opinión
	Realizar avances para integrar la información recabada de los grupos de interés en la gestión
	Mejorar el proceso de consulta a los grupos de interés centrado en el Informe de RC y en la gestión de RC
	Avanzar en la calidad de atención del accionista
	Mejorar los canales de comunicación con inversores y accionistas
	Mejorar los canales de comunicación con empleados
	Mejorar los canales de comunicación con clientes
	Facilitar la colaboración de los accionistas y clientes en las líneas de compromiso social del Grupo
ORIENTACIÓN AL CLIENTE	Mejorar el nivel de satisfacción de nuestros clientes en España, México, Argentina, Perú, Chile y Colombia
	Mejorar la accesibilidad de los servicios financieros a todos los colectivos
INCLUSIÓN FINANCIERA	Proyectos dirigidos a facilitar el acceso al crédito a segmentos no bancarizados en América Latina
	Facilitar la inclusión financiera a colectivos desfavorecidos o con necesidades especiales
FINANZAS RESPONSABLES	Avanzar en la aplicación de los Principios de Ecuador
	Avanzar en la consideración de factores ambientales en el riesgo crediticio
	Mejorar el modelo para prevenir el blanqueo de capitales y la financiación de actividades terroristas
	Mejorar la política de financiación del sector de armas
OFERTA DE OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES	Desarrollar la Inversión Socialmente Responsable
	Desarrollar productos y servicios con criterios ambientales
	Desarrollar productos para colectivos con necesidades especiales
	Mejorar la encuesta de clima del Grupo
GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS	Impulsar iniciativas para la conciliación de la vida familiar y laboral
	Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados
	Formalizar una política de Derechos Humanos
	Avanzar en la formación interna de RC
	Actualizar el cuestionario de homologación basado en los principios del Pacto Mundial y de la norma SA 8000
COMPRAS RESPONSABLES	Difundir el Pacto Mundial entre los proveedores
	Fomentar proyectos sociales con proveedores
	Ampliar las certificaciones ISO 14001 en edificios singulares del Grupo
GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO	Reducir los impactos ambientales directos del Grupo
	Puesta en marcha del Plan de Marco Acción Social para América Latina
COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	Impulsar la investigación y el desarrollo del conocimiento
	Mejorar la valoración de los impactos de las políticas de compromiso con la comunidad
	Definir el Plan de Acción Social en España
	Desarrollar alianzas con organizaciones del mundo de la discapacidad en España para impulsar la integración de discapacitados
VOLUNTARIADO CORPORATIVO	Desarrollar programas de voluntariado corporativo

PROGRESOS 2007

- Aprobación del Nuevo Reglamento del Consejo de Administración, en el que se acuerda como función del Consejo aprobar la Política de RSC ■ Definición del modelo de gestión de RRC durante las jornadas anuales de RRC ■ Creación de departamentos de RRC en México y nombramiento de una coordinadora de RRC para América del Sur ■ Fundación del Foro de Reputación Corporativa en México
- Definido un sistema de seguimiento de los proyectos y líneas de trabajo de RRC
- Adhesión a la Declaración "Preocupados por el Cambio Climático: Plataforma de Liderazgo Empresarial" y empresa firmante del "Comunicado de Bali" (Corporate Leaders Group on Climate Change) ■ Alianza con otras grandes compañías y Naciones Unidas para la difusión de los Objetivos de Desarrollo del Milenio: "2015, un mundo mejor para Joana"
- Publicación de informes RC en Perú (2º año), Venezuela y México
- Medición de prioridades y percepciones entre clientes y opinión pública a través de Reptrak ■ Análisis de las percepciones de líderes de opinión en América Latina mediante la elaboración de un estudio basado en técnicas cuali-cuantitativas
- Reporte de resultados trimestral a nivel de Grupo, España, México y semestral a América del Sur
- En el 2007 se ha realizado el primer reporte al Comité de Dirección
- Se ha ampliado el perímetro de consulta realizando un mayor esfuerzo en América Latina ■ Se han realizado modificaciones sustanciales en el informe a nivel de estructura y desarrollo de contenidos para centrarse en los asuntos relevantes y facilitar su comprensión
- Oficina itinerante para accionistas con visitas a 81 oficinas en 79 ciudades españolas
- Lanzamiento BBVA Bolsa Broker
- Realización del primer *Investor Day* ■ Tríptico trimestral dirigido a los accionistas ■ Renovación de la página Web <http://inversores.bbva.com>
- Lanzamiento de la Televisión IP con 48.202 entradas
- Lanzamiento Servicio Ayuda en Directo
- No se han producido avances significativos
- No se han producido avances significativos
- Creación de la Fundación BBVA para las Microfinanzas con una dotación de 200 millones de euros. Primeras operaciones en Colombia y Perú con 200.000 beneficiarios ■ Los créditos a la clientela en América Latina han pasado de 49.160 millones de euros en el 2006 a 57.160 millones de euros en el 2007
- Creación del Fondo Codespa BBVA para las microfinanzas
- Desarrollo del modelo de negocio Dinero Express para Inmigrantes en España. 22,5% de cuota de mercado, 130 oficinas ■ En el 2006 Bancomer alcanzó el 36,4% de la cuota de mercado de transferencias electrónicas pagadas en México y en el 2007 subió al 38,3%
- No se han producido avances significativos
- Elaboración del modelo *Ecorating* para la evaluación y análisis de riesgo medioambiental financiero
- Personas especializadas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas: de 170 a 250 en el 2007 ■ Mejora continua de los sistemas de filtro y monitorización empleados por el Grupo ■ El Grupo ha continuado haciendo un esfuerzo importante de formación en esta materia (40,4% de los empleados del Grupo en el 2007)
- Desarrollo del grupo de trabajo para la mejora de la política en vigor desde octubre del 2005
- Estudios para la incorporación de criterios ISR en el Plan de Pensiones BBVA
- Líneas especiales para Pymes en Perú y Argentina ■ Línea de crédito con el BID para la financiación de desarrollo sostenible en Perú ■ Líderes en *project finance* de energía eólica en EE.UU con financiaciones de proyectos por valor de 1.000 millones de euros en dos años
- Plan familias en 2007: nueva edición del préstamo nacimiento (9.802 madres beneficiarias) y lanzamiento del préstamo dependencia (4.141 personas beneficiarias)
- Se ha definido un nuevo diseño para la encuesta de clima laboral a nivel corporativo
- Elaboración y lanzamiento del Plan Calidad de Vida BBVA en el Grupo
- Homologación de los beneficios sociales para los empleados de BBVA España ■ Desarrollo de la línea de beneficios personales
- Aprobación y publicación en web del Compromiso de BBVA en materia de Derechos Humanos
- Curso "Finanzas y desarrollo sostenible". Curso "Voluntariado Corporativo" en España
- Inclusión de criterios de RC en el proceso de homologación de proveedores de España
- Difusión del Pacto Mundial a la mayor parte de los proveedores en España
- Fomento de la contratación de Centros Especiales de Empleo
- Certificados 8 edificios en Madrid y Bilbao. Implantación del modelo de certificación *multi-site*. Impacto en el 4% de los empleados de todo el Grupo
- Mejoras en ecoeficiencia en el 2007: reducción del 6% en las emisiones de CO₂ por empleado, reducción del 13% en el consumo de agua por empleado, reducción del 2% en consumo de energía por empleado
- Despliegue en 10 países del plan dotado con casi 20 millones de euros por el Grupo BBVA y sus Fundaciones. Programa Becas BBVA Integración con cerca de 18.000 niños y niñas becados
- Creación de los Premios de la Fundación BBVA "Fronteras del Conocimiento" dotados con 3,2 millones de euros
- Evaluación del Plan de Acción Social para América Latina ■ Participación activa de BBVA en el grupo de trabajo LBG España para medir su contribución a la sociedad
- Lanzamiento del Programa de Voluntariado Corporativo. Participación de 3.083 voluntarios en el 2007

OBJETIVOS 2008

3	■ Reportar regularmente al Consejo de Administración en pleno y a la Comisión de Riesgos ■ Elaborar el Plan Estratégico de RRC del Grupo a través del Comité de RRC ■ Crear departamento de RRC en USA ■ Impulsar la creación de foros de reputación corporativa en otros países
1	■ Crear el Comité de RRC para México y Comités de RRC para los principales países de América del Sur
2	■ Adhesión y participación en compromisos internacionales relevantes ■ Avanzar en la difusión de los ODM y desarrollar iniciativas de BBVA que contribuyan a su consecución
2	■ Ampliar la realización de informes RC a Argentina, Colombia y Chile
3	■ En el caso de empleados: ampliar la frecuencia del análisis de bienal a anual. La medición en clientes y opinión pública seguirá siendo continua (<i>tracking</i>)
1	■ Establecer un reporting periódico al Comité de Dirección
3	■ Seguir ampliando el perímetro de consulta
1	■ Consolidación de la oficina itinerante como un canal más de comunicación con los accionistas ■ Creación de una Tarjeta Club con ventajas y privilegios para uso exclusivo del accionista
2	■ Proseguir con las mejoras
1	■ Impulsar la interactividad en la Televisión IP y extender su accesibilidad en todo el Grupo ■ Acción de comunicación para informar sobre la política de RC del Grupo a los empleados
1	■ Acción de comunicación para informar sobre la política de RC del Grupo a los clientes
No aplica	■ Impulsar algún proyecto social con implicación por parte de accionistas y/o clientes
No aplica	■ Mejorar la gestión de reclamaciones. Memoria Corporativa de Reclamaciones para febrero del 2008 y creación de equipos trabajo para el análisis e implantación de las mejoras y propuestas realizadas
Nueva línea	■ Impulsar los canales no presenciales y mejorar la accesibilidad de las webs a las personas con discapacidad
3	■ Nuevas alianzas de la Fundación BBVA para las Microfinanzas ■ Plan de Bancarización en América Latina 2008-2010. Duplicación de la cartera de créditos, 4 millones de nuevos clientes en Mexico y 3 millones en América del Sur
3	■ Desarrollar e impulsar modelos de negocio para favorecer la inclusión financiera de las personas inmigrantes
No aplica	■ Definición e implementación del nuevo modelo de gestión para mejorar el cumplimiento de los Principios de Ecuador
1	■ Construcción del mapa de riesgo medioambiental de la cartera del banco en España. Inicio ampliación <i>Ecorating</i> en México
3	■ Proseguir con las mejoras
2	■ Actualización de la política de financiación del sector de armas y compromiso para su revisión con periodicidad mínima anual
1	■ Determinar el alcance de ISR en el Plan de Empleo de BBVA
2	■ Proseguir con los avances
2	■ Desarrollar productos para colectivos con necesidades especiales
1	■ Aplicar la nueva encuesta de clima del Grupo
2	■ Desarrollar periódicamente nuevas iniciativas dentro del Plan Calidad de Vida ■ Obtener la Certificación EFR (Empresa Familiarmente Responsable) en España
2	■ Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados
3	■ Revisión anual del Compromiso de BBVA en materia de Derechos Humanos a través del Comité de RRC
1	■ Definir un plan de formación global en materia de RC
2	■ Inclusión de criterios de RC en todos los cuestionarios de homologación del Grupo
2	■ Difundir el Pacto Mundial a todos los proveedores del Grupo
1	■ Impulsar la contratación a Centros Especiales de Empleo en España
2	■ Ampliar las certificaciones ISO 14001 en edificios en México y a otros bancos del Grupo
2	■ Lanzamiento del Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012
3	■ Crecimiento progresivo en los recursos destinados al Plan de Acción Social en América Latina y ampliación del nº de beneficiarios con el Programa Becas BBVA Integración
1	
2	■ Mejorar la valoración de los impactos de las políticas de compromiso con la comunidad
Nueva línea	■ Definir el Plan de Acción Social en España
Nueva línea	■ Desarrollar alianzas con organizaciones del mundo de la discapacidad en España para impulsar la integración de discapacitados
3	■ Plena implementación del Programa en todos los principales países en los que el Grupo está presente

Indicadores clave de responsabilidad corporativa

	2007	2006	2005
ECONÓMICOS			
Beneficio por acción (euros)	1,70	1,39	1,12
Capitalización bursátil (millones de euros)	62.816	64.788	51.134
Consejeros independientes (%)	78,6	73,3	66,7
Valor económico añadido (EVA) (millones de euros) ⁽³⁾	27.850	21.882	18.062
Fondos de inversión socialmente responsable respecto al total de fondos de inversión gestionados (%)	1,38	1,57	1,53
SOCIALES			
Número medio de días en resolver una reclamación (SAC)	20	18	15
Mujeres en puestos directivos (Comité de Dirección y Directivos Corporativos/Directivos) (%)	8,76/17,33	8,48/16,61	4,73/15,82
Diversidad hombres y mujeres (%)	51/49	53/47	55/45
Horas de formación por empleado	39	39	43
Recursos destinados a apoyo a la comunidad sobre beneficio atribuido (%)	1,13	1,19	1,22
Índice de satisfacción de proveedores (escala: 1 a 100) ^{(1) (2)}	-	82	-
Índice de satisfacción de clientes (%) ⁽²⁾	78,6	78,5	76,3
Índice de satisfacción de empleados (%) ^{(2) (4)}	-	-	61,1
MEDIOAMBIENTALES			
Total CO ₂ emitido por empleado (kg)	3,0	3,2	2,9
Energía directa consumida por empleado (GJ)	24,2	24,6	21,9
Consumo de papel por empleado (t)	0,12	0,13	0,11
Consumo de agua por empleado (m ³)	25,5	29,2	38,6
Alcance ISO 14001 sobre total de empleados (%)	4,0	2,1	1,8

Alcance: Grupo BBVA

(1) Encuesta bienal.

(2) Datos España.

(3) Calculado según la metodología desarrollada en SPI-Finance, 2002.

(4) Por introducción de mejoras, la encuesta de clima laboral (de carácter bienal) se ha aplazado al 2008.

adelante.

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

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

www.bbva.com
<http://rrc.bbva.com>

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

fundéu BBVA

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



Diseño: Eugenio G. Cabanillas
Fotografía del Presidente: Chema Conesa
Edición: ELBA Grupo de Comunicación, S.L.
Impresión: Gráficas Enar, S.A.
D.L.: M-00000-2008

