



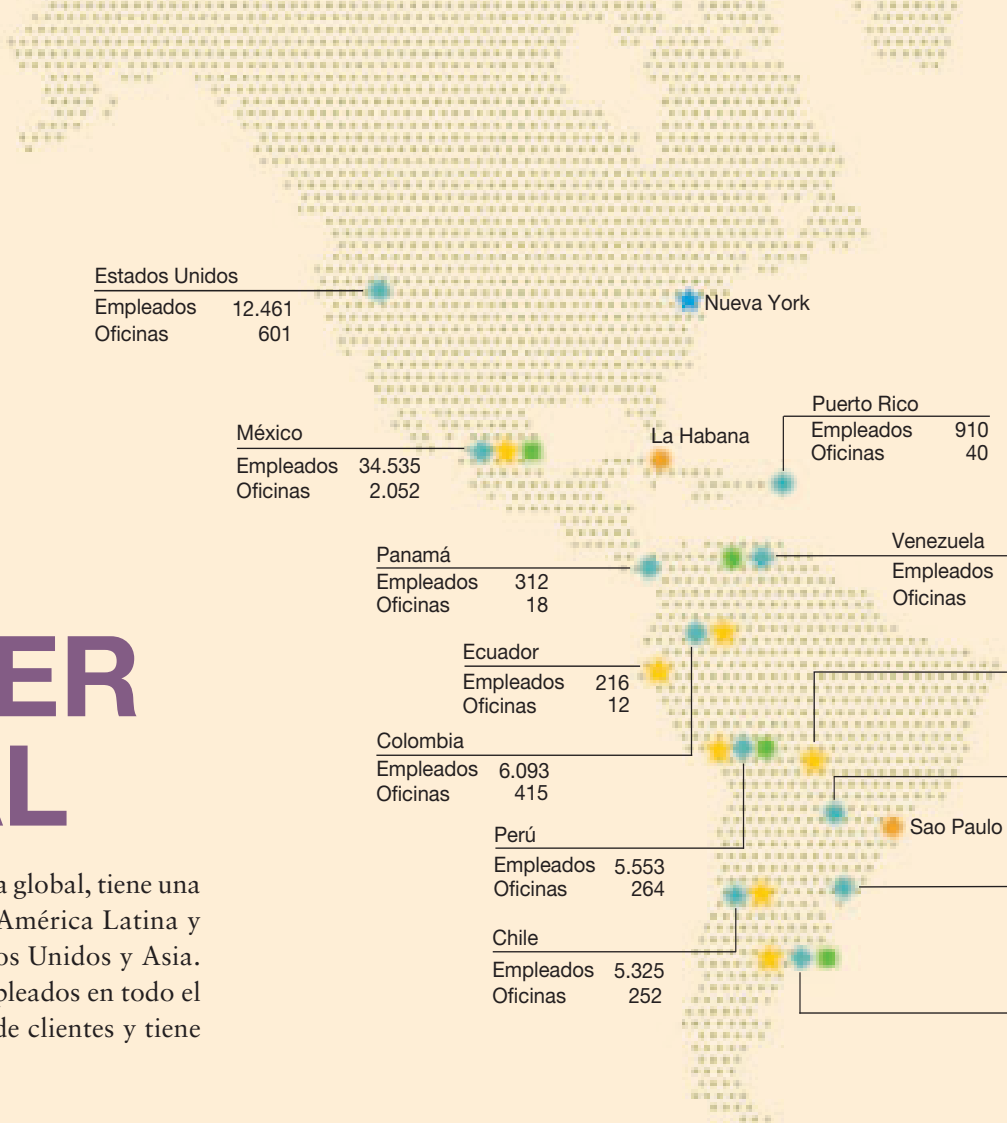
**BBVA, trabajamos  
por un futuro mejor para las personas**

Informe Anual 2008  
Responsabilidad Corporativa



BBVA,  
UN LÍDER  
GLOBAL

El Grupo BBVA, entidad financiera global, tiene una posición destacada en España y América Latina y una creciente presencia en Estados Unidos y Asia. Nuestro Grupo tiene 108.972 empleados en todo el mundo, atiende a 48,2 millones de clientes y tiene más de 900.000 accionistas.

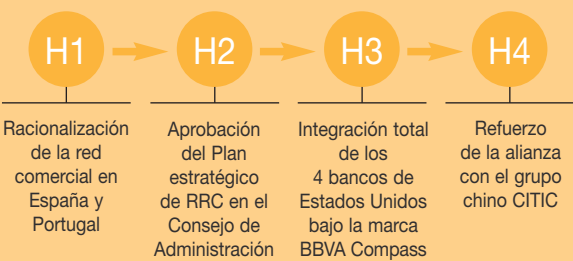


Datos Básicos del Grupo

| Resultados (millones de euros)                      | 2008    | 2007    | 2006    |
|-----------------------------------------------------|---------|---------|---------|
| Margen bruto                                        | 18.978  | 17.271  | 15.143  |
| Margen neto                                         | 10.523  | 9.441   | 8.340   |
| Beneficios antes de impuestos                       | 6.926   | 8.495   | 7.030   |
| Beneficio atribuido                                 | 5.020   | 6.126   | 4.736   |
| Actividad                                           |         |         |         |
| Nº de países en los que opera                       | 32      | 31      | 32      |
| Nº de accionistas                                   | 903.897 | 889.734 | 864.226 |
| Nº de clientes (millones)                           | 48,2    | 47,4    | 42,4    |
| Nº de empleados                                     | 108.972 | 111.913 | 98.553  |
| Nº de tarjetas (débito y crédito) millones          | 44,69   | 40,99   | 35,02   |
| Nº de oficinas                                      | 7.787   | 8.028   | 7.499   |
| Nº de principales proveedores                       | 3.493   | 3.248   | 3.329   |
| Otros datos                                         |         |         |         |
| Capitalización bursátil (millones de euros)         | 32.457  | 62.816  | 64.788  |
| Beneficio por acción                                | 1,35    | 1,70    | 1,39    |
| P/V/C (precio/valor contable)                       | 1,2     | 2,5     | 3,6     |
| ROE-rentabilidad sobre recursos propios             | 21,5    | 34,2    | 37,6    |
| Ratio de eficiencia con amortizaciones              | 44,6    | 45,3    | 44,9    |
| Tasa de morosidad (%)                               | 2,12    | 0,89    | 0,83    |
| Volumen de negocio por empleado (millones de euros) | 7,7     | 7,2     | 7,0     |
| Dividendos                                          | 1.878   | 2.717   | 2.220   |
| Gastos de personal                                  | 4.716   | 4.335   | 3.989   |
| Impuestos sobre beneficios                          | 1.541   | 2.080   | 2.059   |

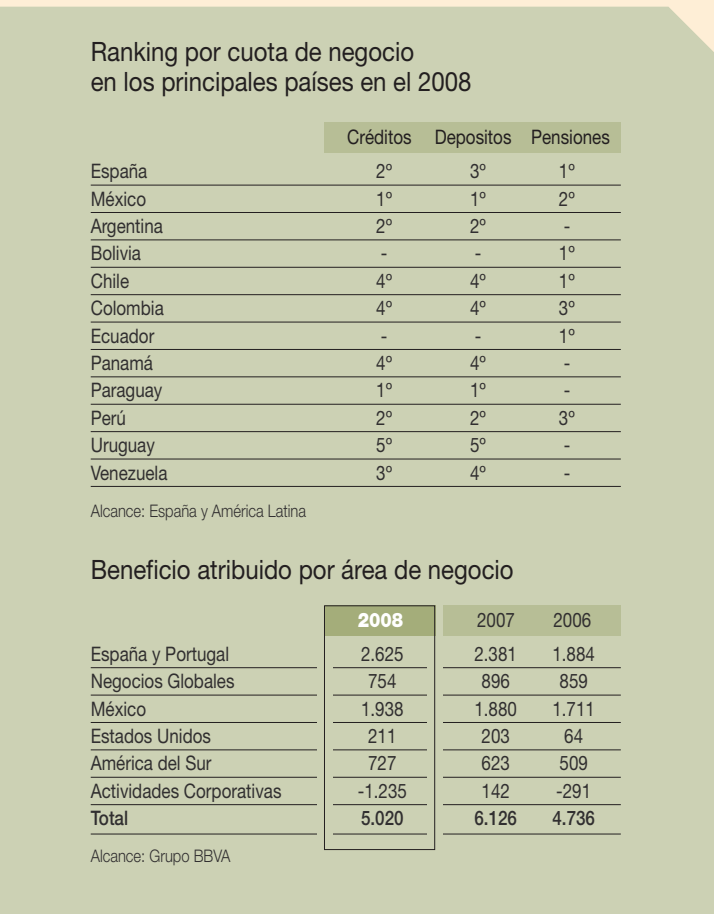
Alcance: Grupo BBVA

Principales hitos del Grupo en el 2008



Organigrama y estructura del negocio





|                        |                |
|------------------------|----------------|
| BBVA Bancomer          | 2007           |
| BBVA Banco Continental | 2005-2006-2007 |
| BBVA Banco Francés     | 2007           |
| BBVA Banco Provincial  | 2006-2007      |
| BBVA Colombia          | 2007           |
| BBVA Chile             | 2007           |

ÍNDICE

Este es el séptimo informe de responsabilidad corporativa del Grupo BBVA y contiene información relativa al desempeño del Grupo en esta materia durante el 2008. Como en 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, revisados a la luz de la actual situación económica global. Este planteamiento permite centrar la discusión y afrontar con mayor claridad cuáles son los principales compromisos y actuaciones del Grupo. Asimismo, se ha ampliado el alcance de los datos incluyendo BBVA Compass salvo que se cite expresamente su exclusión. Este informe tiene la calificación A+ de GRI-G3 incluido el suplemento del sector financiero. Con el fin de facilitar su lectura, este año el informe está también disponible en formato revista digital en <http://rrc.bbva.com> integrando en un solo documento abundante información complementaria así como videos ilustrativos.



Deloitte.

|                                        | PÁGINA |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                        | 2      | ÍNDICE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                        | 3      | PERFIL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                        | 5      | DIÁLOGO CON EL PRESIDENTE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RC            | 8      | •Visión, principios corporativos y posicionamiento •Estrategia de negocio •La responsabilidad corporativa en BBVA •Plan estratégico de responsabilidad y reputación corporativas •Sistema de gobierno corporativo •Sistema y función de cumplimiento •Principio de precaución: la gestión del riesgo •Estándares de conducta, compromisos y acuerdos internacionales •Creación de valor para los grupos de interés |
| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS | 15     | •Identificación y diálogo con los grupos de interés en BBVA •Integración de las expectativas de los grupos de interés en la gestión •Comunicación a los grupos de interés •Asuntos relevantes en el contexto actual de crisis •Asuntos sensibles en el 2008                                                                                                                                                        |
| ORIENTACIÓN AL CLIENTE                 | 21     | •Calidad, satisfacción y atención al cliente •Acceso al crédito •Adaptabilidad •Seguridad protección al cliente y continuidad del negocio •Transparencia, publicidad y etiquetado •Multicanalidad                                                                                                                                                                                                                  |
| INCLUSIÓN FINANCIERA                   | 26     | •Fundación Microfinanzas BBVA •Fondo BBVA Codespa Microfinanzas •Plan de bancarización América Latina •Banca para inmigrantes: Dinero Express y BTS                                                                                                                                                                                                                                                                |
| FINANZAS RESPONSABLES                  | 31     | •La gestión responsable del riesgo en BBVA •Grandes empresas y financiación de proyectos •Gestión de riesgos ambientales: Ecorating •Política de Financiación del sector defensa •Sobreendeudamiento •Establecimiento del Grupo BBVA en Centros financieros Off-Shore •Prevención del banqueo de capitales y de la financiación de actividades terroristas                                                         |
| PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES     | 36     | •Inversión Socialmente Responsable •Previsión social •Plan Familias BBVA •Apoyo a exportadores y FAD •Instituciones públicas •Instituciones privadas no lucrativas •Productos y servicios con carácter ambiental                                                                                                                                                                                                   |
| GESTIÓN RESPONSABLE DE LOS RRHH        | 41     | •Perfil de los empleados •Empleo y selección •Valoración desarrollo profesional y compensación •Formación y gestión del conocimiento •Pasión por las personas •Beneficios personales •No discriminación, igualdad de oportunidades y conciliación •Comunicación interna •Clima laboral •Libertad de asociación: representación sindical y resolución de conflictos •Salud y seguridad laboral                      |
| COMPRAS RESPONSABLES                   | 51     | •Política y modelo corporativo de compras •Principios aplicables a los intervinientes en el proceso de aprovisionamiento de BBVA •Sistema homologación de proveedores •Herramientas de gestión y de aprovisionamiento •Proyectos responsables con proveedores                                                                                                                                                      |
| GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO   | 54     | •Impactos directos. Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012 •Cambio climático: riesgo y oportunidad •Formación, sensibilización ambiental y mecenazgo medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                |
| COMPROMISO CON LA SOCIEDAD             | 60     | •Asuntos relevantes y datos básicos •Las fundaciones del Grupo BBVA •América Latina •España •Estados Unidos •Ruta Quetzal BBVA •Servicio de Estudios                                                                                                                                                                                                                                                               |
| VOLUNTARIADO CORPORATIVO               | 68     | •En España •En México •En América Latina •En Estados Unidos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                        | 71     | PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DEL MILENIO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                        | 73     | INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE Y CRITERIOS DEL INFORME                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                        | 76     | INDICADORES GRI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                        | 78     | INDICADORES CLAVE DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                        | 79     | RATINGS DE SOSTENIBILIDAD Y PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                        | 80     | PROGRESOS 2008 Y OBJETIVOS 2009                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

TEMAS RELEVANTES



Información complementaria en el capítulo correspondiente dentro de <http://rrc.bbva.com>



Video complementario en la TV de RRC en <http://rrc.bbva.com>

# DIÁLOGO CON EL PRESIDENTE

“CUANTO  
MÁS HAGAMOS  
POR LA  
SOCIEDAD,  
MÁS VAMOS  
A RECIBIR  
DE ELLA”

Francisco González, presidente de BBVA



Este año, en BBVA hemos decidido sustituir la Carta del Presidente que tradicionalmente abre el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa por una entrevista a Francisco González, presidente de BBVA, realizada por un académico de reconocido prestigio internacional en materia de RC. El elegido es Gustavo Herrero, director ejecutivo del Latin American Research Center de la Harvard Business School. En la conversación, Francisco González y Gustavo Herrero hablan de la compleja situación económica y financiera actual, sus repercusiones en la política de Responsabilidad Corporativa de BBVA y el enfoque diferencial del Grupo en materia de inclusión financiera con la Fundación Microfinanzas BBVA.

La entrevista, de la que a continuación ofrecemos un amplio extracto, fue realizada por telepresencia en Madrid y Buenos Aires el pasado 17 de febrero del 2009.

**G.H.: Presidente González, mi primera pregunta sería, ¿cuáles son a su juicio las causas de la crisis financiera que estamos padeciendo en todo el mundo?**

F.G.: Causas hay muchas, pero como las tenemos que resumir, yo diría que hay básicamente dos. En primer lugar, una falta de regulación adecuada en los mercados de capitales internacionales. Ha habido una regulación o bien laxa o bien inexistente, depende de en qué sectores nos movamos. Y en segundo lugar, un apalancamiento enorme de algunas instituciones. Un apalancamiento temerario, conectado probablemente con un exceso de codicia de algunas instituciones.

Esas son las dos causas fundamentales, a las que habría que añadir los tipos de intereses muy bajos que hemos tenido y, también, un cierto desprecio por la liquidez. En algún momento se pensaba que la liquidez era ilimitada. Todas estas causas han hecho que esta crisis pues sea probablemente una de las peores que hemos vivido.

**G.H.: ¿Cree que ya ha pasado lo peor o todavía vamos a hablar de situaciones complejas de aquí adelante?**

F.G.: La verdad es que no lo sabemos porque esta crisis es muy profunda y bastante más larga de lo que se pensaba. Hoy tenemos a todo el mundo en recesión. Se trata de una crisis global, la primera que se recuerda. Hay algunas excepciones, básicamente en Latinoamérica, donde todavía no están en recesión algunos países.

Va a ser muy importante el comportamiento de Estados Unidos, que es la primera economía mundial como usted sabe y donde se están inyectando muchos fondos en la economía. En función de cómo salga EE.UU. de esta crisis va a determinar el comportamiento del

resto de las áreas. En mi opinión, por arriesgar algo, diría que a finales de este año o principios del 2010 deberíamos tocar fondo y, a partir de ahí, empezar una suave recuperación, que en todo caso va a ser de crecimientos pequeños, no como antes. Lo que estamos es desapalancando la economía y ese proceso lleva tiempo, lo que va a dar lugar a que asistamos a crecimientos quizás menores, pero más estables, y a un sistema financiero también más prudente y más pegado a la realidad.

**G.H:** Desde la perspectiva de la Responsabilidad Corporativa, donde BBVA es uno de los líderes mundiales, ¿cuál es el impacto que la crisis ha tenido en su Grupo y cómo afecta al plan estratégico que ustedes presentaron en mayo del 2008?

**E.G:** Lógicamente, la crisis afecta a BBVA, pero, en términos relativos, este Grupo es claramente uno de los grandes ganadores de esta crisis. Somos el tercer banco del mundo por beneficios y el séptimo por capitalización, - con datos al 30 de diciembre del 2008-, y, por lo tanto, en términos relativos hemos dado un paso de gigante.

Desde el punto de vista de la Responsabilidad Corporativa, esta crisis tiene que afianzar estos conceptos. Es evidente que algunas empresas van a abandonar la carrera porque no tienen recursos o porque no tenían la vocación adecuada. Pero BBVA tiene ambas cosas: una vocación permanente y los recursos suficientes, para, no solamente hacer las cosas como pensábamos, sino todavía hacerlas un poco mejor. Porque la sociedad cada vez nos va a demandar más, cada vez pedirá a las grandes empresas más colaboración, más cercanía, mejores principios, mejores prácticas, relaciones de largo plazo, etc.

Por lo que se refiere a nuestro plan de RC, estamos claramente avanzando porque hay más equipo en BBVA trabajando en este tema que antes y tenemos un conocimiento y una involucración mucho mayor que en el pasado. Por lo tanto, la crisis no debería de afectar a todos nuestros planes de Responsabilidad Corporativa sino al revés.

**G.H:** ¿Van a poder mantener en los próximos meses los objetivos que se plantearon en materia de Responsabilidad Corporativa para 2008?

**E.G:** Los objetivos que nos fijamos para 2008 se han alcanzado y se van a seguir cumpliendo sin ninguna duda. No hay motivo para pensar que no sea así. El año pasado lanzamos el Plan de Ecoeficiencia; hemos consolidado un plan, a mi modo de ver maravilloso, como es el Plan de Acción Social en América Latina, donde tenemos a más de 47.000 niños con becas; y hemos trabajado y avanzado en lo que es la Inversión Socialmente Responsable. Es decir, el Grupo tiene más recursos que

antes; tenemos mucha confianza en los directivos que llevan este tema de forma específica y una compañía como la nuestra, de aspiraciones globales, tiene que estar muy cerca de la sociedad y tiene que intentar aportar soluciones para que la sociedad sea más justa y las compañías creen mas valor para todos los grupos de interés.

**G.H:** Nosotros hemos estado observando que se está produciendo la creación de un nuevo paradigma en materia de responsabilidad corporativa en donde se están internalizando los objetivos de creación de valor social y se están alineando con los objetivos estratégicos corporativos; lo que ustedes llaman en el BBVA la armonía estratégica, si no me equivoco. ¿Cómo ve usted la coexistencia de esos dos fenómenos de creación de valor, por un lado valor económico y por otro lado valor social de forma simultánea?

**E.G:** Yo no solamente veo una buena coexistencia de los dos, sino que creo que es una absoluta necesidad. No es incompatible el ganar dinero con el ser socialmente responsable. Al revés. Yo creo que se puede ganar dinero mirando hacia la sociedad, no dándole la espalda. En ese aspecto en este Grupo estamos absolutamente convencidos de que cuanto más hagamos por la sociedad más vamos a recibir de ella. Yo creo que lo que pasa con la Responsabilidad Social es lo mismo que pasa con la ética: no solamente es deseable, sino que, además, es muy rentable.

**G.H:** Hace poco tuve oportunidad de conversar con uno de sus ejecutivos en América Latina. Uno de los vehículos que ha probado ser más eficaz en combatir los problemas sociales y a la vez generar valor económico es el de las microfinanzas. Estuvimos hablando sobre la Fundación Microfinanzas de BBVA y me comentaba que el objetivo para 2012 es tener más clientes de microfinanzas en América Latina que clientes de banca comercial tradicional. ¿Cree que es un objetivo alcanzable?

**E.G:** No lo sé. Hoy tenemos 47 millones de clientes en todo el mundo y en microfinanzas hemos alcanzado los 350.000; por lo tanto, queda todavía un trecho grande. Lo que sí creo es que la Fundación Microfinanzas BBVA puede marcar un hito en esta actividad. ¿Por qué? Por que está intentando no solamente tener recursos, sino que está utilizando algo que es fundamental en el siglo XXI en cualquier ámbito, la utilización inteligente de la tecnología. Uno de los puntos claves de la fundación es dotarse de una plataforma tecnológica transportable de unos países a otros, lo que permita que se puedan dar microcréditos a unos costos unitarios mucho más pequeños que en este momento. Por lo tanto, ese es probablemente el punto estratégico más importante de esta fundación. Además, estamos incorporando al equipo que trabajó en el Banco y que tiene



muy buenos conocimientos de riesgos y de procedimientos, y también estamos haciendo acuerdos con multitud de instituciones internacionales.

Por lo tanto, esto va a ser un éxito muy grande. No sé si en el año 2012 tendremos más clientes en microfinanzas. En todo caso, este es un proyecto de largo plazo que se dirige a la base de la pirámide, que son 4.000 millones de personas, en contraposición con la banca tradicional, que trabaja con la parte más alta de la pirámide, unos 900 millones de personas. Hay muchos más clientes, aunque, lógicamente, el valor económico no es el mismo. Pero, claramente, lo que pueden hacer las microfinanzas por nuestra sociedad es extraordinario, porque no basta con dar educación o dar medicinas, Es muy importante dar medios para que se creen negocios, para que se creen empresas, que es el objetivo de la microfinanzas. Yo creo que BBVA se ha posicionado muy bien; lo veremos con el tiempo. Francamente, creo que es una de las grandes obras de esta casa.

**G.H:** En este tema específico de las microfinanzas se está produciendo un debate casi ideológico entre quienes –como el premio Nobel de la Paz Muhammad Yunus– sostienen principios que tienen que ver más con la filantropía y condenan que haya altos intereses, y los que sostienen que cuanto mayores sean los beneficios, más capital van a ingresar a este negocio y, por lo tanto, va a ser la competencia la que va hacer que bajen las tasas de interés. Sr. González, ¿cómo ve usted ese debate?

**F.G:** Yo creo que ambos extremos son buenos porque, en todo caso, aunque con diferencias, ambos combaten la usura. Aunque algunas instituciones estén trabajando con tipos muy altos, realmente esos tipos son más bajos que otras alternativas que tendrían los usuarios de esa entidad. Por lo tanto, eso está bien. Nosotros claramente queremos alinearlos lo más cerca de Yunus, es evidente, pero lo que queremos hacer es que el negocio sea sostenible, es decir la fundación de BBVA es una entidad sin ánimo de lucro; pero para que podamos extender la actividad a millones de personas tiene que tener sostenibilidad. Y para que tenga sostenibilidad se tiene que cobrar unos tipos de interés que sean adecuados para que los que nos piden los préstamos puedan salir adelante y que las propias sociedades en las que la fundación está involucrada puedan seguir operando. El dinero tiene que quedar en las instituciones para que vuelva al mercado de una forma natural.

**G.H:** En EEUU hay un dicho que es *Walk the Talk* o sea que uno verifique con los actos lo que pregona. Me complace ver que Vds. en el BBVA están efectivamente encaminados a buscar esa armonía estratégica en donde se alinean los objetivos de responsabilidad corporativa con lo que es el core business, o sea, el negocio principal del banco que obviamente es hacer dinero a través de la prestación de servicios financieros. Ha sido un gusto tener esta charla con Vd. Muchas gracias.

**F.G:** Muchas gracias

# PRINCIPIOS Y POLÍTICA DE RC

EN EL ENTORNO ACTUAL DE CRISIS FINANCIERA, ECONÓMICA Y DE VALORES, EL MODELO DE NEGOCIO BASADO EN LA RENTABILIDAD AJUSTADA A PRINCIPIOS ESTÁ MÁS VIGENTE QUE NUNCA Y SUPONE UNA CLARA COMPETENCIA DISTINTIVA DE BBVA PARA GENERAR VALOR DE FORMA SOSTENIDA EN EL TIEMPO PARA TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS.

## VISIÓN, PRINCIPIOS CORPORATIVOS Y POSICIONAMIENTO

**VISIÓN.** En el contexto de crisis global actual, la visión de BBVA “*Trabajamos por un futuro mejor para las personas*” cobra todavía mayor valor.

Con ella, BBVA busca establecer vínculos emocionales que generen confianza y apoyo en la relación con sus principales públicos, con el fin último de crear un futuro mejor para todos los grupos de interés.

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

**PRINCIPIOS CORPORATIVOS.** El Grupo BBVA quiere 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 su 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, 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.

## 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 simboliza el espíritu de constante impulso que guía la actividad de la empresa en el día a día y determina su horizonte en el largo plazo.

**ESTRATEGIA DE NEGOCIO** | Los principios constituyen los fundamentos del proyecto de BBVA. Su modelo de gestión

no solo se sirve de la *Rentabilidad ajustada al Riesgo* (RaR) como la herramienta para medir el valor que crea el Grupo, sino que va más allá, observando además rigurosos criterios éticos: la integridad, la transparencia, la gestión prudente del riesgo y las buenas prácticas. Por tanto, la estrategia y modelo de negocio se basa también en la rentabilidad ajustada a los principios.

En el entorno actual de crisis financiera, económica y de valores, este modelo está más vigente que nunca y supone una clara competencia distintiva de BBVA para fortalecer la construcción de credibilidad y confianza. Para BBVA esta es la clave que garantiza la creación de valor de forma sostenida en el tiempo para todos los grupos de interés.



En el 2008 se ha seguido implementando el Plan de Innovación y Transformación del Grupo, 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.** La responsabilidad corporativa (RC) en BBVA se ha reforzado con los últimos acontecimientos. En

un entorno de crisis, la responsabilidad corporativa debe contribuir a marcar la diferencia. En este sentido, el objetivo de la política de BBVA sigue siendo definir compromisos e impulsar comportamientos que permitan generar valor para todos los grupos de interés (valor social) y 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 empresa al mismo tiempo.

Los principales compromisos que el Grupo pretende cumplir por medio de su Política de Responsabilidad Corporativa son:

- desarrollar en todo momento su actividad principal de forma excelente;
- minimizar los impactos negativos derivados de la actividad de negocio;
- desarrollar oportunidades sociales de negocio que generen valor social y valor económico 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.

En el 2008 se ha seguido dando grandes avances en la integración de la responsabilidad corporativa en

la estrategia negocio. Destaca la aprobación de la Política de Responsabilidad Corporativa (RC) y del Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) por parte del Consejo de Administración en los meses de febrero y mayo respectivamente.

Por otro lado, se ha producido la consolidación del Comité de RRC con cuatro reuniones en el 2008. Este 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. Fue creado en el 2006 y está constituido por directivos de las siguientes áreas: México, España y Portugal, América del Sur, Estados Unidos, Riesgos, Gabinete Técnico de Presidencia, Cumplimiento, Recursos Humanos, Medios, Compras Inmuebles y Servicios, Innovación&Desarrollo y Dirección Financiera. Igualmente, durante el 2008, se han creado los Comités de RRC locales de 6 países (México, Colombia, Argentina, Perú, Argentina y Venezuela), y se ha reproducido en todos ellos el esquema de RRC corporativo. Todos los comités están presididos por el primer ejecutivo –*country manager*– de cada uno de los países y constituidos por directivos de las áreas ya mencionadas. En el 2008 se han celebrado un total de 10 sesiones de Comités de RRC locales.

El principal órgano encargado 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 de manera transversal (*hacer*);
- comunicación y diálogo de las actuaciones realizadas (*comunicar*).



Comité de RRC Grupo de marzo 2008

## PLAN ESTRATÉGICO DE RESPONSABILIDAD Y REPUTACIÓN CORPORATIVAS

En mayo del 2008 el Consejo de Administración aprobó el Plan Estratégico de RRC cuya misión es definir cómo la responsabilidad corporativa es

palanca de diferenciación para BBVA frente a todos sus grupos de interés, reforzando de este modo la reputación y el posicionamiento del Grupo.

El Plan Estratégico de RRC va a permitir además:

- Ser motor de innovación y transformación para el Grupo contribuyendo a alcanzar los objetivos estratégicos fijados en el Plan Estratégico de Innovación y Transformación.
- Dar la mejor respuesta ante el nuevo contexto competitivo en el que las cuestiones sociales, medioambientales y reputacionales están haciendo aflorar nuevos riesgos y oportunidades.
- Implicar a todas las áreas del Grupo para el desarrollo progresivo de la RRC en el negocio.

Para su elaboración se ha tenido en cuenta dos criterios básicos. En primer lugar ha sido importante determinar el foco preferente de actuación. Aunque una entidad como BBVA debe dar la mejor respuesta posible a las expectativas de todos sus grupos de interés, es necesario también focalizar los esfuerzos para aprovechar sinergias y alcanzar un mayor y mejor impacto. En segundo lugar, se ha realizado una aproximación «global». Tan importante es el disponer de un marco global que oriente a todo el Grupo como el que las actuaciones se desplieguen en todas las comunidades en las que BBVA está presente y se adapten a las especificidades de cada una de ellas.

El Comité de RRC ha sido el órgano que ha dirigido todo el proceso de elaboración del plan, un proceso en el que han participado más de 70 directivos de todas las unidades de negocio y de apoyo del Grupo.

El plan establece las líneas de trabajo en materia de RRC en las que el Grupo va a seguir trabajando. Todas ellas están estructuradas por los asuntos relevantes como el presente Informe.

El foco seleccionado para priorizar los esfuerzos tiene dos ejes básicos:

- La educación, incluyendo además la educación financiera.
- La inclusión financiera/accesibilidad.

Ambos ejes mantienen una clara alineación con la visión, los principios corporativos y el posicionamiento de BBVA.

La educación favorece la integración de las personas y es una línea tradicional de trabajo en BBVA.

La educación financiera es una apuesta de alto valor social por cuanto persigue promover la decisión informada por parte de clientes y no clientes. Una decisión informada facilita la mejora de la situación financiera personal, mejora la gestión del riesgo para las entidades financieras, favorece el ahorro y fortalece el sistema financiero en su conjunto. Una decisión informada revierte en un deudor más responsable y en un ahorrador más consistente. Para más información véase el capítulo «Compromiso con la sociedad».

La inclusión financiera es también un eje en el que BBVA viene trabajando desde hace tiempo con el objetivo de dar acceso a los servicios financieros a nuevos segmentos de la población. Para más información véase el capítulo «Inclusión financiera».

## SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO

Los principios y elementos que conforman el Sistema de Gobierno Corporativo de BBVA se recogen en el Reglamento

del Consejo del Banco, que regula el régimen interno y el funcionamiento del Consejo y de sus comisiones, así como los derechos y deberes de los consejeros que conforman su estatuto.

El sistema se explica detalladamente en el Informe Financiero 2008 de BBVA (que publica un pormenorizado capítulo dedicado a este tema) y en el Informe Anual de Gobierno Corporativo según las exigencias legales, todo ello disponible en la web corporativa ([www.bbva.com](http://www.bbva.com)). 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

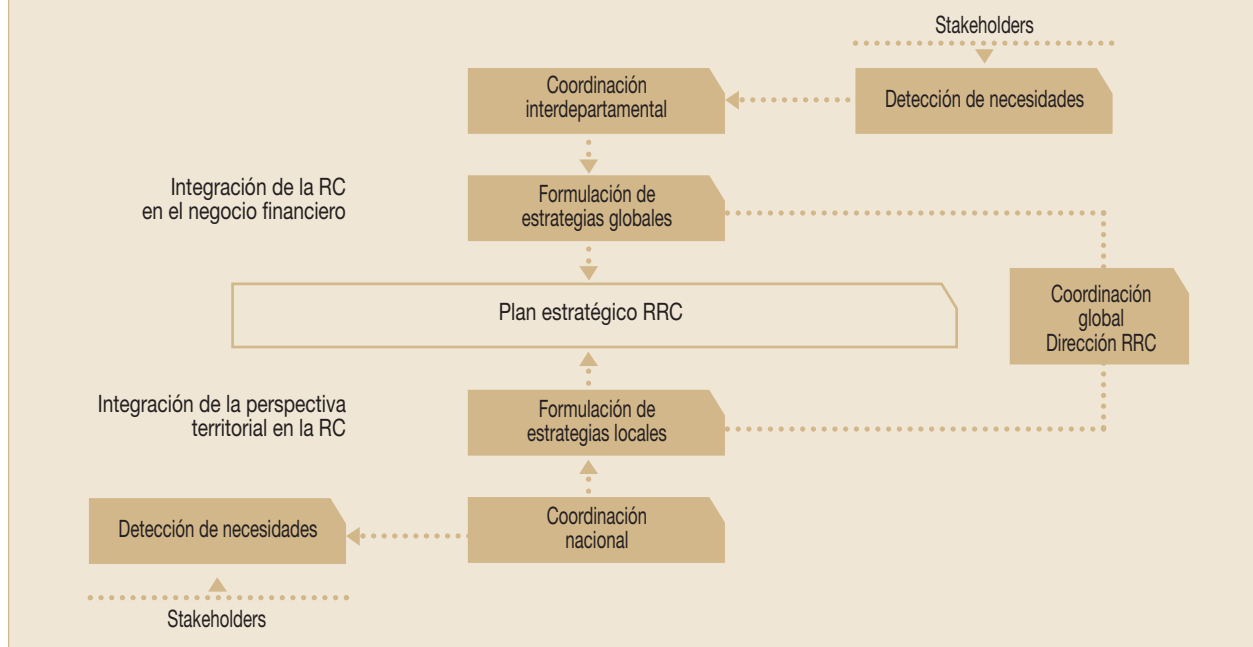
El Sistema de Cumplimiento del Grupo constituye, junto con el Sistema de Gobierno Corporativo, la base en la que

BBVA afianza el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético.

Durante este año, la Función de Cumplimiento ha seguido evolucionando para adaptarse a los nuevos desarrollos formalizando su configuración en el Estatuto de la Función de Cumplimiento, que define las características básicas y sus funciones a nivel de Grupo en desarrollo de los principios ya contenidos en el Código de Conducta del Grupo BBVA.

La Función de Cumplimiento, en línea con los principios establecidos por el Bank for Internacio-

## Construcción de la estrategia de sostenibilidad del grupo BBVA



nal Settlements (BIS) y la normativa europea MiFID, continúa articulando su actividad en torno a la promoción de políticas y procedimientos, la difusión y formación en materia de cumplimiento y la identificación, evaluación y mitigación de eventuales riesgos de cumplimiento, entendidos como los que afectan a las siguientes cuestiones:

- Conducta en los mercados.
- Tratamiento de los conflictos de intereses.
- Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo.
- Protección de datos personales.

### PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN: LA GESTIÓN DEL RIESGO

El riesgo está en el corazón del negocio bancario y forma parte integrante e inevitable de su actividad. BBVA ha seguido un criterio general que rige la gestión integral del Grupo y la específica de la Responsabilidad Corporativa: el respecto al principio de precaución, fundamentado en criterios de valoración de los riesgos prudentes, consistentes y basados en la experiencia.

Por otro lado, los intensos cambios en el entorno, protagonistas fundamentales de los últimos tiempos, plantean a las entidades financieras nuevos desafíos a los que han de hacer frente mediante nuevos prin-

cipios de gestión del riesgo. Se han establecido tres grandes objetivos, complementarios entre sí, para la función de riesgos de BBVA:

- Preservar la solvencia de la entidad, asegurando que la exposición al riesgo esté dentro de los límites preestablecidos y con un perfil equilibrado.
- Desarrollar y ejecutar una política de riesgos alineada con los objetivos estratégicos del Grupo.
- Contribuir a que las decisiones a cualquier nivel estén orientadas a la creación de valor para el accionista, a partir del concepto de *Rentabilidad ajustada al Riesgo*.

Para el cumplimiento de estos objetivos, se ha diseñado una estructura organizativa y elaborado un decálogo de principios básicos en los que se apoya la visión del Grupo en materia de riesgos.

Respecto a la estructura organizativa, en un primer nivel, el Consejo de Administración, consejero delegado y Comisión Delegada Permanente aprueban, en términos muy genéricos, la política de gestión de riesgos y todo el marco en el que ésta se desarrolla: organización, identificación, medición, control, esquemas de información y supervisión de los riesgos asumidos.

En cuanto a los principios básicos de gestión del riesgo, estos tratan de recoger los aspectos considerados prioritarios en el desarrollo de la función de

riesgos. Así, el primero de ellos, y en línea con las recomendaciones de los organismos supervisores y reguladores, resalta la necesaria independencia y globalidad que debe caracterizar a la función, para una adecuada información en la toma de decisiones a todos los niveles.

Otro de los principios básicos sería la gestión activa de la totalidad de la vida del riesgo, lo que implica el seguimiento del ciclo completo de las operaciones, desde el análisis previo, pasando por la aprobación, hasta la extinción del riesgo (gestión continua del riesgo).

Dada la coyuntura actual de crisis, la comunicación cobra especial relevancia. Así el departamento de Comunicación de Riesgos de BBVA ha puesto en marcha diferentes iniciativas. Destacan la creación del nuevo Portal de Riesgos con contenidos de máximo interés del área, el blog Pasión por el Riesgo como herramienta de debate así como la revista Visión@Riesgo, que nace con vocación formativa e informativa.

#### ESTÁNDARES DE CONDUCTA, COMPROMISOS Y ACUERDOS INTERNACIONALES

#### CÓDIGO DE CONDUCTA.

Elemento básico en el sistema de cumplimiento es el Código de Conducta del Grupo BBVA que define y desarrolla los fundamentos del comportamiento ético y las pautas de actuación

necesarias para preservar una de sus principales fuentes de creación de valor: la integridad corporativa.

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

**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:

- Reglamento interno de Conducta en el ámbito de los Mercados de Valores.
- Estatuto de la Función de Cumplimiento.
- Estatuto del Consejo.
- 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.

**CONDUCTA EN LOS NEGOCIOS.** Durante el 2008, como reflejo del compromiso de BBVA de continuar con el fortalecimiento de los principios de ética empresarial, se ha actualizado el marco interno de pautas de conducta en los mercados de valores mediante:

- La aprobación, por parte del Consejo de Administración del Grupo BBVA, de una Política de Conducta en el ámbito de los mercados de valores de alcance global. Esta Política es un desarrollo de las pautas establecidas en el Código de Conducta del Grupo BBVA en relación con los mercados de valores e incorpora una serie de principios y criterios generales de actuación comúnmente aceptados a nivel internacional dirigidos a preservar la integridad de los mercados. Concretamente, recoge las pautas de actuación mínimas que toda persona que forme parte del Grupo debe observar en relación con el tratamiento de la información privilegiada, la prevención de la manipulación de cotizaciones, la gestión de potenciales conflictos de intereses que pudieran surgir y la operativa por cuenta propia que efectúen los empleados en los mercados. Asimismo, merece destacar en este ámbito la campaña de comunicación que se ha lanzado en todo el Grupo BBVA para que todo el personal se familiarice con su contenido.
- Una nueva actualización del Código de Conducta en el ámbito de los mercados de valores, cambiando su denominación a Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores y extendiendo su ámbito de aplicación no solo a entidades con esta actividad en España sino también a las sucursales y filiales del Grupo en la Unión Europea. Esta nueva versión del documento ha sido revisada para dar cabida a las novedades legislativas derivadas de la transposición de la normativa MiFID. Asimismo, se ha procedido al lanzamiento de una serie de cursos *on-line* para dar a conocer su contenido de manera amena y con un enfoque predominantemente práctico.

**CUMPLIMIENTOS LEGALES.** A 31 de diciembre del 2008, el Grupo BBVA no tiene registradas multas ni sanciones por incumplimientos 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, que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados consolidados. En el Grupo en España no se han detectado demandas instadas por empleados relacionadas con actitudes de discriminación, ni reclamaciones judiciales de importancia sobre las condiciones laborales.

**ACUERDOS INTERNACIONALES SUSCRITOS.** En BBVA seguimos apoyando las siguientes iniciativas:

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas ([www.globalcompact.org](http://www.globalcompact.org)).
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI) ([www.unepfi.org](http://www.unepfi.org)).
- Principios de Ecuador ([www.equatorprinciples.com](http://www.equatorprinciples.com)).
- Principios para la Inversión Responsable de Naciones Unidas ([www.unpri.org](http://www.unpri.org)).

Por otro lado, BBVA reconoce públicamente su respeto a la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas ([www.un.org](http://www.un.org)) y a la normativa laboral básica de la Organización Internacional del

Trabajo ([www.ilo.org](http://www.ilo.org)). La actividad del sector financiero se caracteriza por un capital humano altamente cualificado, por ello es improbable que aparezcan problemas relacionados con los derechos humanos, como el trabajo infantil y forzoso o grandes riesgos sobre la libertad de asociación.

En el 2008, con motivo del 60º aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, BBVA emprendió dos acciones de importancia: la firma de una declaración de conmemoración de este aniversario por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el lanzamiento de un curso de Derechos Humanos para los empleados del Grupo con una carta personalizada para cada empleado por parte del presidente del Grupo, que los animaba a participar. Más información en el capítulo «Gestión responsable de RRHH».

#### CREACIÓN DE VALOR PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS

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.

#### Valor Económico Añadido (EVA)<sup>(1)</sup>. Detalle por grupos de interés (Millones de euros)

|             |                                                         | 2008          | 2007          | 2006          |
|-------------|---------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Accionistas | Dividendos                                              | 1.820         | 2.717         | 2.220         |
| Empleados   | Gastos de personal                                      | 4.716         | 4.335         | 3.989         |
| Clientes    | Intereses y cargas asimiladas <sup>(2)</sup>            | 18.718        | 16.548        | 11.904        |
| Proveedores | Otros gastos generales de administración <sup>(3)</sup> | 2.999         | 2.883         | 2.311         |
| Sociedad    | Impuesto sobre beneficios                               | 1.541         | 2.080         | 2.059         |
|             | Recursos destinados por el Grupo BBVA                   | 41            | 34            | 31            |
|             | Recursos destinados por las Fundaciones                 | 44            | 35            | 25            |
|             | <b>Valor Económico Añadido (EVA)<sup>(1)</sup></b>      | <b>29.879</b> | <b>28.632</b> | <b>22.539</b> |

(1) Calculado siguiendo el modelo SPI de GRI. Las cifras de 2007 y 2006 se han adaptado a los criterios de clasificación contable adoptados en el 2008 en la formulación de las Cuentas Anuales

(2) Intereses y cargas asimiladas de la actividad financiera. No incluye comisiones

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

Alcance: Grupo BBVA.

# PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

EN BBVA TRABAJAMOS PARA DIFERENCIARNOS Y GANAR LA CONFIANZA DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS. PARA HACERLO POSIBLE ASEGURAMOS LA **TRANSPARENCIA**, CERTIFICACIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN QUE LES OFRECEMOS. AL MISMO TIEMPO QUE **INTEGRAMOS**, EN NUESTRAS **ACTIVIDADES ORDINARIAS**, SUS **EXPECTATIVAS** EN LOS TEMAS QUE SON MÁS **RELEVANTES PARA ELLOS Y PARA NUESTRA VISIÓN**.

## 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, o que

se ven afectadas por ellas.

Para su identificación, hemos consolidado el trabajo de consulta del 2007 con el fin de delimitar las personas, instituciones o colectivos que componen cada grupo y profundizar en sus expectativas, en los temas más relevantes, sobre las actividades de BBVA.

El mapa de grupos de interés y los canales de escucha y diálogo son los instrumentos para escuchar y dar a conocer los comportamientos responsables de la empresa. La finalidad de este proceso es ofrecer la mayor información y transparencia posibles para diferenciarnos, ganarnos su confianza y tratar así de influir de en sus percepciones y sus comportamientos favorables.

La relación con los grupos y subgrupos de interés, así como el listado de los principales canales de diálogo pueden consultarse en <http://rrc.bbva.com>. 

La finalidad de la escucha y el diálogo es dar respuesta, de forma equilibrada y prudente, a los asuntos más importantes y relevantes. Es una de las herramientas de gestión que emplea BBVA para tomar decisiones sobre los temas prioritarios que deben integrarse en nuestro desempeño cotidiano, sobre las nuevas oportunidades de creación de espacios de va-

lor compartido y sobre los asuntos sobre los que debemos informar.

Se trata de una estrategia compleja y difícil de imitar, generadora de los dos recursos intangibles de mayor valor para la organización: la innovación y la reputación. Una tarea ordenada y sistemática, realizada mediante canales y sistemas robustos de investigación que permitan crear indicadores y cuadros de mando que recogen las expectativas de los grupos de interés y que demuestran el retorno de este proceso. Un retorno basado en el fortalecimiento de la diferenciación de BBVA ante los grupos de interés y que se concreta en tres ámbitos: la elegibilidad de la acción (accionistas e inversores), el desarrollo de oportunidades sociales de negocio (clientes y sociedad) y la captación y retención de talento (empleados).

Este retorno se sintetiza en la capacidad de BBVA para generar confianza y fortalecer su buena reputación.

La escucha y el diálogo permiten establecer objetivos y definir planes para la mejora continua, así como identificar con anticipación, temas y asuntos que pueden convertirse en futuros riesgos a mitigar u oportunidades a aprovechar.



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



### INTEGRACIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS EN LA GESTIÓN

Existen fundamentalmente dos vías a través de las cuales integramos estas expectativas en la gestión de la organización.

Por un lado, la relación ordinaria de las áreas de negocio y las áreas de apoyo al negocio con cada grupo de interés nos permite identificar, mediante herramientas de escucha específicas y técnicas de investigación cualitativa y cuantitativas, los temas relevantes y la valoración que hacen de nuestras actividades y desempeño. Esta información se traduce en planes de actuación y de comunicación.

Por otra parte, el departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas (RRC) tiene como una de sus principales funciones servir como vínculo entre los grupos de interés y la organización.

Para cumplir con esta función aglutina la información procedente del resto de áreas y la complementa con la realización de actividades e investigaciones específicas en el ámbito de la responsabilidad, la reputación, la percepción y la fortaleza de la marca corporativa.

Adicionalmente a esta función del departamento de RRC, BBVA se ha dotado con una Unidad Corporativa de Conocimiento del Cliente y un Grupo de Expertos que hace estudios e investigaciones sobre las expectativas, asuntos relevantes y necesidades de los consumidores.

El departamento de RRC facilita la integración de las expectativas de los grupos de interés a través de los Comités de RRC de todo el Grupo, principales órganos para la gestión transversal de la responsabilidad y reputación en BBVA.

Algunas de las principales herramientas empleadas para detectar las demandas de los grupos de interés son las siguientes:

- El sistema de monitorización de reputación corporativa, denominado *Reptrak*, que mide de forma periódica, en los principales países, la relevancia de distintos temas así como las percepciones sobre la actividad de BBVA.
- El *Tracking continuo* o seguimiento internacional de imagen y del posicionamiento de la marca.
- Las evaluaciones de los principales analistas de sostenibilidad: SAM, EIRIS, SIRI, VIGEO, OEKOM, CDP y el Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa.
- Barómetro de Tendencias Sociales en Europa y América: para identificar las principales tendencias sociales, su evolución y cambios.
- Talleres de Co-Creación: las demandas y necesidades de los consumidores se utilizan para innovar. Durante el 2008 se desarrollaron diferentes encuentros, presenciales y *on-line*, estudios etnográficos, encuestas y «laboratorios de co-creación» con empleados y consumidores para «co-crear» nuevas soluciones.

- Asuntos relevantes: en el 2007 se hizo una consulta cualitativa en los principales países cuyos resultados permitieron identificar estos asuntos. En el 2009 se ha realizado un análisis específico para valorar la validez y relevancia de estos asuntos en el contexto de la crisis actual.
- Comienzo de la consulta cualitativa a una muestra de personas de nuestros grupos de interés en Estados Unidos siguiendo la misma metodología utilizada en el Grupo.

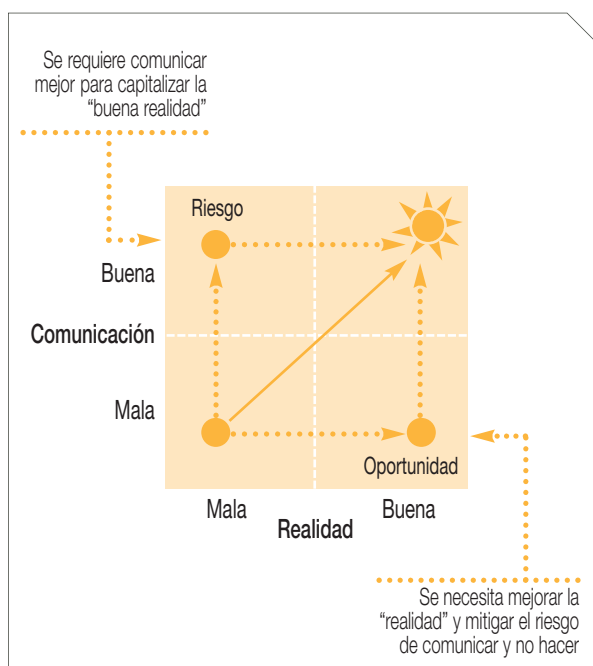
Este conjunto de sistemas de escucha, métodos de investigación y canales, permite un diagnóstico objetivo y un seguimiento periódico riguroso de las expectativas más relevantes de los grupos de interés. Su integración en los indicadores y cuadros de mando permiten establecer objetivos de mejora e indicadores de progreso para el Grupo.

### COMUNICACIÓN A LOS GRUPOS DE INTERÉS

La construcción de confianza y de buena reputación implica entender la comunicación como herramienta necesaria

para poner en valor nuestro comportamiento responsable.

Su finalidad legítima es ofrecer la mayor información y transparencia posibles a nuestros grupos de interés para consolidar con credibilidad nuestra diferenciación, ganarnos su confianza, y tratar de influir en sus percepciones y comportamientos favorables hacia nuestro Grupo.



Trabajar haciendo bien las cosas y comunicarlo son los requisitos indispensables para llevar a cabo este proceso.

Los procesos de comunicación del Grupo integran todas las formas y todos los canales de comunicación interna y externa para poder llegar a nuestros grupos de interés.

El Informe anual de responsabilidad corporativa es uno de los principales instrumentos de comunicación, donde la aplicación de estándares, métodos de verificación, certificación y aseguramiento respaldan la veracidad y la relevancia de la comunicación.

### ASUNTOS RELEVANTES EN EL CONTEXTO ACTUAL DE CRISIS

La política de Responsabilidad Corporativa de BBVA se desarrolla en torno a una serie de asuntos relevantes. Estos surgen de los procesos de consulta y diálogo que BBVA desarrolla con sus grupos de interés e integran su visión, principios y estrategia de negocio.

Los asuntos que BBVA considera claves han sido identificados mediante diferentes procesos de consulta realizados entre los años 2006 y 2008, y actualmente son los siguientes:

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

La crisis económica y financiera internacional ha provocado que durante el 2008 haya sido oportuno hacer una revisión y actualización de los asuntos clave, teniendo en cuenta las nuevas circunstancias. Para llevarla a cabo se ha partido de toda la información recabada mediante las herramientas descritas anteriormente para integrar las expectativas de los grupos de interés en la gestión. Las áreas que han participado en esta tarea han sido Reputación y Responsabilidad Corporativa, Consumer Insight y Tendencias Globales del Servicio de Estudios.

Del resultado de este análisis afloran en primer lugar implicaciones significativas en relación a los principios y políticas de responsabilidad corporativa. En segundo lugar, se reafirman los asuntos relevantes identificados en procesos anteriores que han constituido la base de los informes de Responsabilidad Cor-

porativa del Grupo tanto en el 2007 como en la presente edición. Sin embargo, también se han identificado nuevos riesgos y cambios que afectan a los asuntos relevantes que centran la RC en BBVA. En las tablas adjuntas se detallan los resultados de este análisis.

La respuesta que da BBVA a cada una de estas variaciones detectadas se recoge en los capítulos del presente informe y en el cuadro de mando de progresos 2008 y objetivos 2009. 

| Implicaciones derivadas del contexto actual de crisis |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Principios y Políticas de RC</b>                   | <p>La crisis económica ha tenido un fuerte impacto económico –caída de las cotizaciones– y social. Este último se manifiesta en un descontento generalizado hacia el descontrol en el sistema financiero y los bancos; una mayor exigencia por la transparencia y las buenas prácticas; y críticas a las actuaciones de ayuda y apoyo al sector financiero por parte de los gobiernos.</p> <p>Una muestra concreta de esta situación es el creciente interés por vincular las remuneraciones de los altos directivos a objetivos a largo plazo.</p> <p>En este contexto, adquieren mayor relevancia el código de conducta, los códigos específicos de áreas funcionales y las políticas complementarias de este ámbito.</p>                                                                                                                    |
| ASUNTOS RELEVANTES                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Implicaciones derivadas del contexto actual de crisis |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Orientación al cliente</b>                         | <p>La crisis ha provocado que la accesibilidad a los servicios financieros ya no sea solo un asunto centrado en la variedad y eficiencia de los canales que ofrecen las entidades sino en un aspecto básico del negocio: el acceso al crédito.</p> <p>En esta misma línea, ha habido un cambio en el perfil de necesidades de los clientes. Por este motivo, y también como resultado del incremento de la morosidad, hay una mayor demanda de asesoramiento y soluciones adaptadas a cada caso. Además, las dificultades provocadas por la crisis provocarán una caída en la satisfacción del cliente que repercutirán de forma negativa en su percepción.</p> <p>Asimismo, es previsible un endurecimiento de la legislación y una mayor exigencia de transparencia y claridad en los productos ofertados por las entidades financieras.</p> |
| <b>Inclusión financiera</b>                           | <p>Es previsible un incremento de la necesidad de productos microfinancieros como medio para ampliar el acceso al crédito. Por el contrario, existe el riesgo de que se produzca una reducción de recursos en el mercado microfinanciero por la falta de liquidez a nivel global.</p> <p>En América Latina también se ha producido un incremento de la morosidad que afectará al plan de bancarización que BBVA desarrolla en la región y causará una demanda de soluciones para las dificultades económicas de los nuevos clientes.</p> <p>En el caso de la población inmigrante se espera una revisión de la actividad como consecuencia de cambios socioeconómicos y demográficos que se han producido.</p>                                                                                                                                 |
| <b>Finanzas Responsables</b>                          | <p>Existe en el sector financiero un riesgo a mayor laxitud en la incorporación de los asuntos sociales y medioambientales en la financiación de proyectos. Por otro lado, las nuevas circunstancias otorgan mayor importancia y valor a la financiación de proyectos con alto impacto social.</p> <p>La falta de liquidez del mercado incrementa el riesgo derivado del origen del capital y pone de relieve la importancia de la prevención del blanqueo de capitales.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Oferta de productos y servicios responsables</b>   | <p>La gravedad de la crisis financiera está afectando significativamente a algunos de los productos financieros más vinculados con la gestión sostenible. De este modo, el futuro del mercado de las Inversiones Socialmente Responsables se enfrenta a una importante incertidumbre; se ha producido una caída significativa en los valores de los planes de pensiones y existe un riesgo de nacionalización de los mismos en varios países de América Latina.</p> <p>Otro cambio observado como producto de las dificultades económicas es que en esta coyuntura los ciudadanos dan más valor a los asuntos sociales frente a los ambientales. Por otro lado, se prevé un recorte de la financiación privada para el tercer sector, lo que provocará que las ONG necesiten explorar nuevas fuentes de financiación.</p>                      |

## ASUNTOS RELEVANTES

### Implicaciones derivadas del contexto actual de crisis

#### Gestión responsable de los recursos humanos

La crisis económica está trayendo consigo una preocupante destrucción del empleo, razón por la cual ganan en importancia todas aquellas medidas dirigidas a mejorar la empleabilidad de los trabajadores o relacionadas con la reestructuración del negocio. Asimismo, podría producirse un recorte en los beneficios sociales. En este sentido, se incrementa el riesgo de cambios drásticos en el ámbito laboral que puedan derivar en una mayor conflictividad.

Ante la mayor incertidumbre, es previsible que los empleados aumenten la demanda de información.

En este contexto, los valores y la cultura corporativa adquieren más relevancia dadas las dificultades operativas que pueden encontrar los empleados.

Por último y debido a los orígenes de la crisis financiera, existe una creciente demanda por vincular las remuneraciones de los directivos a objetivos a largo plazo.

#### Compras responsables

El sector empresarial está pasando por importantes dificultades lo que aumenta la vulnerabilidad de las empresas que actúan como proveedores como consecuencia de posibles recortes de factura y mayor presión en las condiciones de contratación.

Del mismo modo, se detecta un mayor riesgo de que la búsqueda de un precio más bajo merme los esfuerzos de homologación de proveedores bajo criterios de sostenibilidad.

#### Gestión ambiental y cambio climático

Como consecuencia de las urgencias sociales que está desvelando la crisis se detecta una reducción de la sensibilidad de la población hacia la protección del medio ambiente. Además, debido a la gravedad de la crisis, existen presiones para posponer la lucha contra el cambio climático.

#### Compromiso con la sociedad

La Acción Social puede verse afectada por reducciones presupuestarias que afecten a los proyectos sociales. Una posibilidad que contrasta con la existencia de mayores necesidades sociales que requieren precisamente una Acción Social más enfocada hacia asuntos clave dentro de la coyuntura de crisis.

Desde la sociedad y, en especial, desde los organismos internacionales se demanda una mayor participación de las entidades del sector en la educación financiera de la población.

## ASUNTOS SENSIBLES EN EL 2008

El 2008 ha sido un periodo extraordinariamente difícil para la economía internacional, lo que ha configurado un escenario muy sensible para la relación del sector financiero con la sociedad. Por este motivo BBVA quiere promover la confianza de sus grupos de interés, abordando algunos asuntos que han rodeado la actividad del Grupo durante el año para ofrecer información que pueda clarificar su papel y su posición ante ellos.

En octubre el Congreso aprobaba las medidas contra la crisis propuestas por el Gobierno. Entre las actuaciones previstas constaba un plan de apoyo al sector financiero dirigido a restablecer la liquidez del sistema. En concreto se aprobaba la creación de un fondo para comprar activos de máxima calidad a la banca española pero no se planteaban ayudas direc-

tas tal y como se ha venido efectuando en otros países vía inyecciones de capital. La crisis financiera ha traído consigo falta de crédito tanto para las empresas y las familias. BBVA ha seguido dando créditos apostando por un modelo basado en la transparencia, la gestión prudente del riesgo y la relación a largo plazo con sus clientes. Dada la gran relevancia de este tema se puede encontrar más información en el capítulo de orientación al cliente.

En diciembre del 2008 saltó a los titulares de los periódicos la presunta estafa de la sociedad inversora Bernard L. Madoff Investment Securities por valor de 50.000 millones de dólares por el método de la pirámide financiera. Como respuesta a la incertidumbre generada en el mercado BBVA hizo un comunicado a la CNMV en el que se aclaraba que BBVA no tiene inversión directa en Madoff Investment Securities y no ha comercializado a sus clientes minorista o

de banca privada productos gestionados o depositados en esta sociedad inversora. Las pérdidas ocasionadas a BBVA no han repercutido a la base de clientes, han sido totalmente asumidas por BBVA y se han contabilizado en las cuentas del 2008.

En marzo del 2008 la ONG Setem lanzó en España una campaña llamada «Exige responsabilidad al BBVA y al Santander». El objetivo de la iniciativa, apoyada por la red internacional BankTrack, era acusar a las dos entidades financieras de incumplir sus compromisos de responsabilidad corporativa por financiar sendos proyectos en regiones amazónicas de Perú y Brasil. En concreto BBVA fue acusado por financiar a Tecpetrol, una empresa implicada en la ampliación del proyecto de construcción del gaseoducto de Camisea (Perú). BBVA es el único banco español que cumple los Principios de Ecuador y dispone de normas a escala global para asegurar que todo proyecto de financiación esté sujeto al procedimiento derivado de dichos principios. En el 2008 se aprobó eliminar el umbral de 10 millones de dólares para aplicar los Principios de Ecuador. El caso concreto de Camisea es un proyecto que cuenta con el aval desde el 2001 tanto del Banco Interamericano de Desarrollo como de la Corporación Andina de Fomento. Ambos multilaterales son muy exigentes en sus evaluaciones de impacto ambiental y social (Para más información Resumen de la Ejecución de los Compromisos Ambientales y Sociales del Proyecto Camisea de junio del 2007 del BID).

Durante el 2008 se ha mantenido la campaña de Justicia y Paz en España sobre la financiación al sector de defensa. BBVA cuenta desde el 20 de octubre del 2005 con una exigente normativa interna cuyo cumplimiento es vinculante para todas las entidades que componen el Grupo y que 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. En la revisión del 2007 se introdujo de la prohibición de participar el Grupo en aquellas operaciones cuyo objeto esté relacionado con las bombas racimo y armas de destrucción masiva.

En el 2008 BBVA ha seguido manteniendo contactos y conversaciones tanto con Setem como con Justicia y Paz.

Finalmente, un último tema sensible ha sido las remuneraciones de la alta dirección de la compañía ante la coyuntura actual. Aunque BBVA no ha utilizado los instrumentos desarrollados para restablecer la liquidez y la solvencia del sistema, el Consejo de Administración ha aprobado en el mes de febrero tres medidas de importante calado ante el nuevo entorno: la congelación de la retribución fija y variable de cara al 2009 para la Alta Dirección, integrada por unos 300 directores corporativos en todo el mundo, incluidos el Presidente y el Consejero Delegado; la reducción del 10% en la retribución variable del 2008 para el Presidente y el Consejero Delegado; y el recorte del 36% en el incentivo a largo plazo del Presidente y del Consejero Delegado dentro del plan de incentivos a largo plazo 2006-2008.

Por último, el estudio de impactos de noticias en la 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

ANTE LA COYUNTURA ACTUAL, BBVA REFUERZA SU COMPROMISO CON LAS BUENAS PRÁCTICAS COMERCIALES, UN SERVICIO DE CALIDAD, EL ACCESO AL CRÉDITO Y LA TRANSPARENCIA. TODO ELLO PARA SEGUIR CONSTRUYENDO RELACIONES A LARGO PLAZO CON NUESTROS CLIENTES.

48,2

Nº total de clientes (grupo)

85,5 %

Nivel de satisfacción de clientes particulares (México)

38,9 %

Transacciones por Internet en el grupo

## CALIDAD, SATISFACCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Un año más BBVA ha seguido avanzando en su compromiso de calidad con los clientes, que se refleja en su modelo de gestión profesional y personalizada.

De esta forma BBVA aspira a consolidar tanto la fidelidad como la confianza de sus clientes.

En esta dirección el objetivo último es primar y desarrollar funciones de mayor valor añadido que satisfagan mejor los intereses y necesidades de los clientes. Por ello se han buscado soluciones diferenciales adaptadas a las necesidades reales de los usuarios –particulares y pequeñas empresas– en la actual coyuntura. Más información en este capítulo en el epígrafe de: Adaptabilidad.

Por otro lado, una de las más importantes fuentes de insatisfacción de los clientes es la gestión no responsable de las reclamaciones. En este sentido nuestro gran hito en gestión de reclamaciones en el 2008 fue el lanzamiento de la primera memoria corporativa de gestión de reclamaciones.

Con este proyecto el Grupo BBVA supera con creces tanto las exigencias legales vinculadas a la gestión de reclamaciones, como aquellas relacionadas con el control de cumplimiento de las normas de transparencia y defensa del cliente. Una buena práctica que permite a BBVA anticiparse a la competencia, responder de forma eficiente a las nuevas normativas al respecto (organismos reguladores locales, MiFid, etc.) y fortalecer la confianza y la fidelidad de sus clientes.

## Proviatención: más cerca del cliente

Proviatención es un equipo de alta tecnología implantado en la red de oficinas de BBVA Banco Provincial en Venezuela. Permite gestionar y agilizar las operaciones efectuadas por los clientes en las oficinas haciendo más breve su permanencia en las áreas de taquilla, gestión y atención al cliente. En el 2008 se incorporaron 47 oficinas al servicio de Proviatención. Esta herramienta ha permitido lograr alguno de los objetivos marcados, entre ellos establecer tiempos mínimos de espera dentro de las oficinas y mantener una comunicación abierta y constante con los clientes.



Además el Grupo ha definido un modelo de referencia de gestión de reclamaciones. Este modelo ha sido elaborado a partir de la contribución de los distintos bancos del Grupo y permite el contraste y descripción de los diferentes modelos locales con el fin de identificar los puntos fuertes, oportunidades de mejora y mejores prácticas. De esta manera hemos logrado mejorar notablemente el alcance de la información de esa materia.

Con esta iniciativa, el Grupo BBVA pretende disponer de un proceso estructurado y coordinado de transformación y mejora de los modelos de gestión de reclamaciones, reporte externo, corporativo y local así como de un activo institucional diferencial con especial impacto en materia de responsabilidad y reputación.

Otra de las líneas de trabajo principales del 2008 está en relación con la permanente búsqueda de la mejora del servicio ofrecido a sus clientes. Así, BBVA ha impulsado una revisión metodológica de la voz del cliente interno para las áreas centrales y las unidades *staff* de áreas de negocio.

Los avances en la identificación de las relaciones internas de cliente y proveedor entre las distintas unidades permiten identificar más fácilmente posibles mejoras en los procesos internos.

Además, cada uno de los bancos del Grupo ha llevado a cabo iniciativas para aumentar la satisfacción de los clientes:

- **Bancomer Q (BBVA Bancomer):** Es un distintivo interno de calidad y servicio que reconoce aquellas oficinas de la red de banca minorista y banca

patrimonial y privada que trabajan por alcanzar altos estándares de manera constante. 

- **Implantación de indicadores de calidad adaptados** a cada uno de los bancos de América del Sur que han permitido efectuar mediciones continuadas desde una visión del cliente.
- **Doy Calidad soy Diferente (BBVA Banco Provincial):** Campaña orientada a mejorar la calidad en servicios de cajeros automáticos y puntos de venta.

Para BBVA uno de los instrumentos más importantes 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 empresa.

#### Nivel de satisfacción de clientes particulares (Porcentaje)

|                                                     | 2008 | 2007 | 2006 |
|-----------------------------------------------------|------|------|------|
| Mediciones externas propias C.A.C.O. <sup>(1)</sup> |      |      |      |
| España                                              | 76,9 | 78,6 | 78,5 |
| México                                              | 85,5 | 86,7 | 87,4 |
| Argentina                                           | 83,8 | 83,8 | 83,4 |
| Colombia                                            | 79,2 | 75,6 | 75,8 |
| Chile                                               | 82,1 | 79,2 | 80,5 |
| Perú <sup>(2)</sup>                                 | –    | 79,4 | 81,8 |

(1) CACO: Cuestionario de Atención al cliente en Oficinas.

(2) Este año, el C.A.C.O no se realizó en Perú.

Alcance: Grupo BBVA.

#### Actividad de Reclamaciones ante la autoridad suprabancaria<sup>(1)</sup>

Expedientes ante la autoridad suprabancaria por cada 1.000 millones de euros de actividad<sup>(2)</sup>

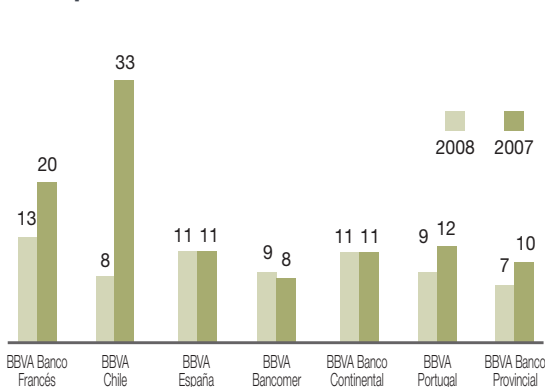
|           | 2008 | 2007 |
|-----------|------|------|
| España    | 1    | 1    |
| México    | 294  | 267  |
| Argentina | 15   | 52   |
| Colombia  | 275  | 268  |
| Chile     | 34   | 30   |
| Perú      | 29   | 29   |
| Portugal  | 8    | 4    |
| Venezuela | 153  | 103  |

(1) Cada país regula de forma diferente los criterios de admisión de reclamaciones

(2) Se han homogeneizado los criterios entre el 2007 y 2008.

Alcance: Grupo BBVA.

#### Tiempos Medios de Resolución<sup>(1)</sup> (días)



(1) Memoria Corporativa de Gestión de Reclamaciones 2008 y 2007

Alcance: Grupo BBVA

Las resoluciones del defensor, que son vinculantes para el Grupo BBVA, son trasladadas a las distintas unidades que lo componen para llevar a cabo su ejecución. Las actividades del defensor del cliente se extienden a todas las unidades del actual Grupo BBVA y sus sociedades participadas en España. En la misma línea, BBVA Bancomer entendiendo el entorno financiero nacional, así como las inquietudes del mercado y de los legisladores, ha impulsado la figura de la UNE Bancomer (Unidad Especializada). Esta figura independiente y con capacidad de resolución propia, ejerce como defensor del cliente y mantiene un enfoque estratégico a la mejora continua y de fortalecimiento de la relación con clientes y autoridades. 

#### **ACCESO AL CRÉDITO** | En el contexto actual económico y financiero, el acceso al crédito se ha convertido

en un asunto de enorme relevancia económica y social.

En el 2008 BBVA ha seguido acompañando a sus clientes, manteniendo con absoluta normalidad el flujo de crédito en todos los mercados donde opera. Porque en BBVA somos conscientes de que dar acceso al crédito es, a la vez, una necesidad y una demanda social clave, y una función consustancial a la banca. Si no hay crédito, no hay bancos.

En la actual crisis financiera, BBVA es una de las grandes entidades a nivel mundial que cuenta con una posición más sólida de liquidez y de capital. En estas condiciones BBVA considera que tiene una mayor responsabilidad a la hora de facilitar el acceso al crédito, dado que aquellos a los que se les deniega una operación tienen hoy muchas menos alternativas adonde acudir. El mensaje transmitido por la dirección a todos los equipos es plenamente coherente con esta responsabilidad: antes de denegar un crédito hay que pensárselo varias veces,

Al propio tiempo para BBVA es fundamental seguir aplicando el principio de prudencia y facilitar financiación solamente a quienes puedan hacer frente a sus obligaciones de pago. En caso contrario, se estaría alimentando una burbuja que, tal y como ha mostrado la crisis actual, acabaría generando problemas muchos más graves para los prestatarios, para el banco y para la sociedad en su conjunto.

Todo esto se refleja en las cifras del pasado año, en el que el crédito a la clientela creció el 7 % en el

Grupo hasta los 342.671 millones de euros. Y ello, a pesar de una fuerte caída en la demanda de crédito, que en España y Portugal superó el 24% en número de operaciones. En el 2008, de cada cien peticiones de crédito recibidas, se concedieron 73. En el 2007, esta proporción fue del 78%. La similitud de ambas cifras refleja el sostenimiento de las políticas crediticias del Grupo en el 2008, compromiso que BBVA renueva para este año 2009.

**ADAPTABILIDAD** | En BBVA entendemos por adaptabilidad, atender a las necesidades de los clientes en todos los ciclos de su vida y en las diversas situaciones. En el 2008, un año marcado por la crisis global, destacan varias iniciativas, ejemplo de esta adaptabilidad:

**NOS ADAPTAMOS.** Bajo el nombre de Nos adaptamos a la vida de nuestros clientes ([www.nosadaptamos.es](http://www.nosadaptamos.es)) BBVA ha lanzado una campaña que da repuesta a las actuales necesidades de familias y emprendedores.

Las soluciones financieras más destacables dentro de esta campaña son:

- **Hipoteca BBVA.** Para hacer frente a la subida de los tipos de interés: se regalarán 200 euros mensuales durante un año a los clientes que traspasen su hipoteca suscrita en otra entidad.
- **Nómina IPC.** Ante la subida del IPC BBVA ofrece una bonificación durante dos años en los principales recibos domiciliados para clientes y no clientes que domicilien su nómina en BBVA.
- **Depósito BBVA.** Gama de productos de ahorro personalizados.
- **Compromiso Autónomos.** Una oferta innovadora y específica para autónomos y comercios. Como primer compromiso, se regalarán 200 euros para el plan de pensiones del cliente con solo domiciliar dos recibos y los seguros sociales.

Sin apartarnos del concepto de adaptabilidad, BBVA también es consciente de las dificultades existentes para algunos clientes a causa de la actual coyuntura económica. Por ello, el Banco desea acompañar a aquellos que, en un contexto de viabilidad, precisen de forma puntual y extraordinaria la búsqueda de soluciones satisfactorias para ambas partes en forma de renegociación de los plazos, alargamiento de los plazos de carencia, flexibilidad en las cuotas, etc. 

## SEGURIDAD, PROTECCIÓN AL CLIENTE Y CON- TINUIDAD DEL NEGOCIO

Además de las medidas que el Grupo ha venido adoptando para atender los requerimientos legales derivados de la Ley Orgánica de Protección de Datos y sus desarrollos, el Código

de Conducta del Grupo BBVA, aplicable a todas sus entidades y empleados, contiene un compromiso explícito del Grupo con la confidencialidad de la información no pública de la que dispone sobre los clientes y sus operaciones.

En este sentido, a lo largo del 2008 se han llevado a cabo distintas tareas para ajustar los sistemas y procedimientos sobre ficheros automatizados y no automatizados a los nuevos requisitos que establece el nuevo reglamento de desarrollo de la LOPD. Asimismo, durante el 2008 se han llevado a cabo la auditoría bienal de las medidas de seguridad implantadas, tal y como exige el Real Decreto 1720/2007, sin que se hayan puesto de manifiesto deficiencias de especial relevancia. Este compromiso del Grupo se hace extensivo a la información reservada de personas jurídicas por medio del secreto bancario.

BBVA trabaja activamente en la lucha contra todos los tipos de *phishing* y ataques a clientes por medio de un departamento específico llamado Prevención de delitos tecnológicos encargado de la vigilancia de la seguridad de los datos de los clientes. Desde la Dirección de seguridad lógica, este departamento lucha sin interrupción, las 24 horas al día, los 365 días del año contra todos los tipos de *phishing* y otros ataques informáticos que puedan afectar a los clientes en los diversos países donde el Grupo BBVA tiene presencia. 

En relación con la política de continuidad de negocio, cuyo fin es mantener al Grupo preparado ante posibles interrupciones de la actividad en situaciones de excepción, además de extender la elaboración de planes de continuidad para dar respuesta al crecimiento corporativo de BBVA, se ha profundizado en la estrategia global del Grupo mediante:

- Una rigurosa práctica de pruebas de los 120 planes de continuidad que BBVA tiene implantados en 23 países. En dichas pruebas no solo se comprueba la validez de los protocolos de actuación y sus soportes, si no que también se activan los comités de crisis, responsables de aquellos y de la validación ulterior de los resultados.
- El avance hacia la elaboración de planes de recuperación para nuevos escenarios de crisis que

permitan a los planes de continuidad no solo abordar estrategias de reubicación de recursos y recuperación informática, sino también afrontar la indisponibilidad de personas críticas y las interrupciones de la cadena de proveedores.

- El impulso con el resto del sector, por medio del consorcio español de continuidad de negocio, de una estrategia y práctica de continuidad de negocio del sistema financiero.

## TRANS- PARENCIA, PUBLICIDAD Y ETIQUETADO

Ante el nuevo contexto económico-financiero, la transparencia cobra aún mayor relevancia como compromiso para los clientes de BBVA. En

este sentido, en el 2008 se ha creado un grupo de trabajo para definir e implementar medidas para fortalecer la transparencia y claridad de las campañas de productos y servicios ofertados por el Grupo. Dicho grupo coordinado por RRC está integrado por las áreas de negocio, Publicidad Corporativa, Comunicación Corporativa, Recursos Humanos, Calidad Corporativa, Transformación y Productividad, y Consumer Insight.

BBVA España continúa ofreciendo el producto de «Cuentas claras», que ofrece diferentes productos bancarios por una única cuota e incorpora descuentos basados en la fidelidad del cliente. En el 2008 se contrataron 317.756 lo que supone un 20,2 % de incremento porcentual sobre el año anterior.

Por otro lado, BBVA cumple rigurosamente con las normativas de los países en los que opera en cuanto a información y etiquetado de los productos. Además trabaja activamente para que la sociedad conozca los valores de una comunicación comercial responsable y sostenible como miembro de la Asociación Española de Anunciantes (AEA), adherida a la Federación mundial de anunciantes, y de autocontrol de la publicidad. Así pues, todas las campañas de publicidad del Grupo son sometidas 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 (CNMV), en España y las diferentes superintendencias bancarias y previsionales de cada país, en el caso de América Latina.

En el caso de México, la ABM (Asociación de Bancos de México) y el Consejo Nacional de la Publicidad regulan la publicidad del sector financiero sobre todo en el tono (para evitar violencia, sexo,

etc.) e impedir la publicidad comparativa o despectiva entre los mismos competidores. En este sentido, BBVA Bancomer alinea todas sus campañas publicitarias a la Ley de Transparencia y Ordenamiento de Servicios Financieros.

## MULTI-CANALIDAD

El reto de BBVA es que las personas tengan todo el banco a su disposición de forma constante por medio de los canales directos, pensados para poder realizar cualquier operativa. Por esta razón, la *multicanalidad* es uno de nuestros valores añadidos: cada canal convive con los demás y todos son compatibles y complementarios.

Además de la red de sucursales y autoservicios, los principales canales directos con los que contamos son:

- Canal internet:

Los servicios transaccionales del Grupo BBVA son utilizados por más de 4,6 millones de clientes del Grupo que efectuaron 351,27 millones de accesos. En el 2008, BBVA ha mantenido el compromiso, adquirido en el 2005, de accesibilidad de la información a las personas con discapacidad, para ello cumple con los estándares más avanzados relacionados con la accesibilidad web.

Actualmente cumplen el nivel AA las webs corporativas de Argentina, Venezuela, Chile, Perú, Portugal y la web específica del Servicio de estudios. En el marco del «Plan Integra» (Ver Capítulo de Gestión responsable de los recursos humanos) el área de Tecnología y Operaciones (TyO) colabora con la Fundación ONCE siguiendo sus recomendaciones para los desarrollos de webs ya existentes y aquellas de nueva producción.

Por otro lado, bajo el nombre de «Internet en tu vida» ([internetentuvida.bbva.com](http://internetentuvida.bbva.com)), se desarrolló en el Grupo una *microsite* para ayudar a los ciudadanos a integrar fácilmente las nuevas tecno-

logías en su actividad cotidiana especialmente las relacionadas con operaciones bancarias.

- Canal telefónico:

En el 2008 se recibieron en el Grupo, excepto BBVA Compass, 136,5 millones de llamadas entrantes y salientes en los servicios de atención telefónica.

- Canal móvil: Gracias al canal SMS, banca móvil y pagos por móvil ([wap.bbvamovil.com](http://wap.bbvamovil.com)), los clientes de BBVA pueden acceder a servicios financieros mediante sus teléfonos móviles. En el 2008, solo en el Grupo en España, 14,9 millones de mensajes cortos fueron enviados con información financiera.

- Cajeros automáticos/ ATM's.

El grupo cuenta con 17.604 autoservicios o cajeros automáticos que registraron el 25,70 % de las transacciones.

Es destacable en el 2008 el lanzamiento en BBVA Bancomer de un innovador canal tecnológico. Un servicio multicanal que permite tramitar créditos de manera rápida y automática en la red de cajeros automáticos, Línea Bancomer, y Bancomer.com. Para reforzar este compromiso de *multicanalidad* con el cliente también se han puesto en marcha las Practicajas, cajeros automáticos que reciben depósitos en efectivo a cuentas de cheques e ingresos en efectivo así como pagos a tarjetas.

### Porcentaje de transacciones por canales

(Porcentaje)

|                     | 2008  | 2007  | 2006  |
|---------------------|-------|-------|-------|
| Sucursales          | 33,12 | 35,57 | 37,16 |
| Cajeros automáticos | 25,70 | 26,42 | 26,08 |
| Teléfono            | 2,27  | 2,37  | 2,63  |
| Internet            | 38,91 | 35,65 | 34,13 |

Alcance : Grupo BBVA (excepto BBVA Compass)

# INCLUSIÓN FINANCIERA

**FAVORECER A NUEVOS SEGMENTOS DE LA POBLACIÓN EL ACCESO A LOS SERVICIOS FINANCIEROS ES UNA DE LAS EXPRESIONES MÁS GENUINAS DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA DE UNA ENTIDAD FINANCIERA. EN EL 2008, LA GRAN APUESTA DEL GRUPO CON LA FUNDACIÓN PARA LAS MICROFINANZAS BBVA BENEFICIA YA A 1,7 MILLONES DE PERSONAS.**

**346.758**

Nº de clientes de la Fundación Microfinanzas BBVA

**27,36**

Fondo BBVA Codespa Microfinanzas (Volumen en millones de euros)

**22,5%**

Cuota clientes del segmento de inmigrantes (España)

**830**

Importe medio por microcrédito (dólares)

## FUNDACIÓN MICROFINANZAS BBVA

Como parte de su compromiso con la inclusión financiera, BBVA creó en 2007 la Fundación Microfinanzas BBVA, una entidad sin ánimo de lucro cuya misión es promover el desarrollo económico y social de los más desfavorecidos a través de las microfinanzas, inicialmente en América Latina.

Con una dotación inicial de 200 millones de euros aportados por el Grupo, la fundación está consolidando una red de microfinanzas mediante la creación e integración de entidades microfinancie-

ras con fuerte presencia local y solvencia en la gestión de estos recursos para personas con bajos ingresos.

La Fundación Microfinanzas BBVA dota a las entidades de la red con los recursos necesarios para su fortalecimiento y desarrollo, con el fin de que puedan extender sus servicios a más personas desfavorecidas y en mejores condiciones, buscando así la inclusión financiera de millones de pequeños empresarios de bajos ingresos que no pueden acceder al sistema financiero convencional y que ven limitadas sus oportunidades de desarrollo.

## “Corresponsales no bancarios”, una nueva forma de bancarización en Colombia

En países de la región donde los niveles de bancarización son aún muy bajos y especialmente en los municipios y zonas donde no llega su red de sucursales, BBVA extiende su presencia por medio de la figura de los «Corresponsales No Bancarios», una eficaz forma de hacer llegar los servicios de la banca a todos los estratos de la población.

Para el usuario, el «Corresponsal No Bancario» es una forma de acercarle el banco, acabar con los sobrecostos en operaciones financieras, reducir los tiempos de desplazamiento y, en definitiva facilitar el acceso al sistema financiero. El caso de Colombia es especialmente significativo. En este país se cuenta con 50 corresponsales que permiten acercar a miles de clientes unos servicios que antes eran prácticamente inaccesibles. 



Durante el 2008, la fundación amplió su red de entidades microfinancieras con la incorporación y creación de nuevas entidades, todas ellas concebidas bajo los criterios de suficiencia y sostenibilidad, aspectos esenciales para su futuro, y con los que busca llegar al mayor número posible de personas. Actualmente, ya se han invertido 58,5 millones de euros en el desarrollo de la Red, que ya tiene presencia en Colombia, Perú, Puerto Rico y Costa Rica.

En Colombia, la fundación creó el **Banco de las Microfinanzas Bancamía**, nacido de la fusión y transformación de la Corporación Mundial de la Mujer de Bogotá y de la Corporación Mundial de la Mujer de Medellín. Bancamía es el primer banco de microfinanzas que existe en el país dedicado exclusivamente a ofrecer productos y servicios diseñados para empresarios de bajos ingresos.

En Perú adquirió la Edpyme Crear Tacna, que posteriormente fusionó con Caja Nor Perú y Caja del Sur para constituir una nueva entidad: **Caja de Ahorro y Crédito Nuestra Gente**, orientada a aumentar progresivamente su profundización social y presencia rural allí donde las microfinanzas no tienen apenas incidencia por las limitaciones que supone la falta de infraestructura vial y de comunicaciones, y que generan consecuentemente enormes costos en los servicios.

Por último, la fundación también constituyó la **Corporación para las Microfinanzas-Puerto Rico**, una entidad ex novo creada junto con el Banco de Desarrollo Económico de Puerto Rico, y que es la primera institución que existe en la isla dedicada exclusivamente a las microfinanzas. La entidad, que se pondrá en marcha durante el 2009, tendrá un modelo novedoso de conocimiento y desarrollará nuevos canales de acercamiento, con productos y servicios innovadores y especializados para las personas con bajos ingresos.

Entidades por medio de las cuales la Fundación Microfinanzas BBVA atiende ya a 346.758 clientes en Latinoamérica (60% de ellos mujeres), cuenta con 1.700 empleados, una red de 160 oficinas, y su volumen total de microcréditos asciende a 287 millones de dólares.

La fundación también tiene presencia en Costa Rica, donde suscribió un acuerdo con el banco estatal Bancrédito con el fin de impulsar la actividad microfinanciera en este país, y en Centroamérica.

Como complemento a su actividad principal, la fundación desarrolla iniciativas para impulsar el desarrollo del sector microfinanciero en el ámbito de la

formación, la innovación tecnológica, el 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. Para ello, la fundación suscribe alianzas con entidades que comparten una misión similar a la suya.

Con el compromiso de apoyar el desarrollo del sector y superar los obstáculos a los que se enfrentan las entidades microfinancieras, la fundación firmó un acuerdo marco de colaboración con la UNED que permitirá la puesta en marcha de iniciativas para formar oficiales de crédito especialistas en microfinanzas, en colaboración con universidades locales en Latinoamérica.

En esta línea de trabajo, la fundación también firmó un acuerdo de colaboración con la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, con el objeto de formar e impulsar el autoempleo de personas en situación de pobreza en Colombia y Chile. A ello se une el acuerdo suscrito con International Finance Corporation (IFC) para el desarrollo de un programa de inversiones conjuntas en entidades microfinancieras, que tendrá su aplicación durante en el próximo ejercicio.

Por otro lado, en 2008 en colaboración con Accenture se ha elaborado el «Código de Gobierno Corporativo de la Red de Entidades Microfinancieras», que reúne un conjunto de normas y principios para el buen gobierno de las entidades, y dota a la red de una cultura común y un marco homogéneo.

La fundación también ha ampliado su Patronato en 2008 con la incorporación de personas de reconocido prestigio y experiencia en el ámbito de la economía, las finanzas y el desarrollo social: Gonzalo Gil, ex Subgobernador del Banco de España y experto en regulación y supervisión; Nancy Barry, ex presidenta del Banco Mundial de la Mujer y considerada por la revista *Forbes* como una de las veinte mujeres más influyentes de Estados Unidos; y Claudio González Vega, profesor de la Ohio State University, conocido como «el padre de las microfinanzas».

Personalidades que se unen a las que ya constituían el Patronato en el 2007: Manuel Méndez del Río, como presidente; Tomás Alfaro, director de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Francisco de Vitoria; y Susana Rodríguez Vidarte, decana de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales- La Comercial de la Universidad de Deusto.

La Fundación Microfinanzas BBVA es una entidad independiente del Grupo, tanto en su gobierno

como en su gestión. Por ello, es intención del Grupo BBVA reflejar en su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa la circunstancia de que la Fundación Microfinanzas BBVA no forma parte del grupo financiero BBVA. Como consecuencia de lo anterior, el Grupo BBVA ni gestiona ni responde de la actividad desarrollada por la fundación o por las entidades financieras que la fundación adquiera para el cumplimiento de sus fines.

Más información [www.mfbbva.org](http://www.mfbbva.org) 

**FONDO BBVA CODESPA MICROFINANZAS** | Otra de las vías por medio de las cuales BBVA se implica de lleno en fomentar la inclusión financiera se materializa en el

Fondo BBVA Codespa Microfinanzas. Este fondo, que fue el primero de inversión libre aprobado en España, cuenta ya con algo más de dos años de vida y a finales de 2008 había facilitado el acceso a las microfinanzas a un total de 24.945 pequeños empresarios de América Latina.

Este fondo se creó con objeto de contribuir al desarrollo de la industria de las microfinanzas mediante la inversión en instrumentos de deuda emitidos por las instituciones microfinancieras latinoamericanas que demuestran solidez y viabilidad en términos de sostenibilidad.

Cabe mencionar que en noviembre de 2008 la Corporación Andina de Fomento (CAF), institución financiera multilateral que apoya el desarrollo sostenible de sus países accionistas y la integración regional ha realizado una inversión de 5 millones de dólares en el Fondo con objetivo de generar mayores oportunidades a las entidades microfinancieras latinoamericanas.

Más información <http://inversores.bbva.com> 

## PLAN DE BANCARIZACIÓN DE AMÉRICA LATINA

Dentro de la política de inclusión financiera que desarrolla BBVA, otra de las actuaciones principales es el Plan de Bancarización en América Latina, que se lanzó en el 2007 en México y América del Sur. Durante 2008, BBVA ha seguido apostando a través de este plan por la difusión de productos y servicios bancarios entre la población de América Latina sin experiencia previa de endeudamiento, haciendo especial hincapié en la educación financiera de este colectivo.

Es la apuesta de BBVA por la difusión de los productos y servicios bancarios entre la población de América Latina como aportación al desarrollo social y económico de la región.

**AMÉRICA DEL SUR.** En el 2008 BBVA América del Sur ha continuado desarrollando su estrategia de bancarización comenzada en el 2006. Esta estrategia está orientada al incremento de la penetración del crédito a particulares, apalancados en la nómina, la tarjeta como producto de acceso al crédito y la concentración de la transaccionalidad en canales alternativos.

Por medio del binomio tarjeta-nómina se consigue, además de mitigar el riesgo crediticio, una clientela más vinculada y estable. Con esto se logra una concesión del crédito de una manera más responsable y se amplía la accesibilidad al reforzar el uso y la estructura de canales complementarios a la sucursal.

Ejemplos de este fortalecimiento de la accesibilidad son, por un lado, la solución innovadora de los «Corresponsales No Bancarios» (CNB), figura eficaz para hacer llegar los servicios bancarios a lugares a los que no llega la red de sucursales y a estratos de la población no bancarizados. Por otro lado gracias al aumento del 28% del parque de autoservicios (cajeros automáticos + QDB) se permite una mayor accesibilidad. 

### Plan de Bancarización América del Sur

|                                                             | Diciembre 2008 | Diciembre 2007 | Objetivo 2010 |
|-------------------------------------------------------------|----------------|----------------|---------------|
| N.º de clientes activos (en millones) <sup>(1)</sup>        | 7,7            | 7,3            | 9             |
| N.º de clientes financiados (en millones)                   | 2,5            | 2              | 4             |
| Financiación de tarjetas (millones de euros) <sup>(2)</sup> | 1.174          | 857            | 2.000         |
| Financiación de consumo (millones de euros) <sup>(3)</sup>  | 4.439          | 3.307          | 5.500         |

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

(2) No incluye Chile

(3) No incluye Venezuela

Alcance: América del Sur.

En BBVA entendemos que para ser responsables en la concesión de crédito a personas sin experiencia previa de endeudamiento, es preciso acompañar el crédito con una mínima educación financiera al cliente, y por esta razón nuestra entidad está trabajando en la elaboración de guías muy básicas para una adecuada comprensión y manejo de productos no solo crediticios sino también de ahorro.

**MÉXICO.** México es un mercado con alto potencial de bancarización. Con una población de 105 millones de habitantes, la población sin bancarizar asciende a 17 millones y en 20 años se podrán incorporar 16 millones más, superándose por tanto los 30 millones de personas sin acceso a los servicios financieros básicos.

La estrategia de penetración durante el 2008 se centró en los segmentos de particulares con nóminas y colocación de crédito, principalmente jóvenes con bajos ingresos con necesidades de bancarización. El crecimiento de nuestras cuentas de nomina anual ha sido del 17 % y el de los créditos un 8 % anual.

En el 2008 se ha dado también un empuje a la innovación, ofreciendo nuevos productos para incorporar a más mexicanos al sistema financiero. Este es el caso de la tarjeta envíos de dinero que permite a las familias que residen en México recibir directamente las remesas en sus cuentas sin necesidad de manejar efectivo. Otro ejemplo de producto innovador en el segmento joven es la tarjeta 40.

BBVA Bancomer en el 2008 ha adquirido el compromiso hacia sus clientes así como hacia sociedad en general de proporcionar toda la información financiera estructurada en forma y fondo haciéndola de este modo accesible y amigable al difundir programas educativos («Adelante con tu futuro») para crear conciencia sobre la importancia de la educación financiera, la que permite al usuario beneficiarse tomando decisiones correctas. BBVA junto con el Museo Interactivo de Economía de México (MIDE) ofrece a los usuarios talleres de finanzas personales sobre distintos temas financieros (ahorro, tarjeta de crédito, salud crediticia y ahorro para el futuro).

### Plan de Bancarización México

|                                       | Diciembre 2008 | Diciembre 2007 | Objetivo 2010 |
|---------------------------------------|----------------|----------------|---------------|
| N.º de clientes activos (en millones) | 15,1           | 14,6           | 18            |
| Nº de sucursales                      | 1.843          | 1.765          | 2.010         |
| Nº de cajeros automáticos             | 5.772          | 4.876          | 7.500         |

Alcance: México.

### BANCA PARA INMIGRANTES: DINERO EXPRESS Y BTS

BBVA viene dando respuesta desde el 2005 al colectivo de inmigrantes a través de una red especializada de servicios financieros y no financieros, como son Dinero Express en España (la entidad cuenta con 150.000 clientes inmigrantes), la red de oficinas tradicionales (en la cual se atienden cerca de 600.000 clientes) y BTS en México.

**DINERO EXPRESS (ESPAÑA).** En 2008 BBVA ha realizado un cambio de estrategia claro en cuanto al servicio a los inmigrantes. Dinero Express se ha integrado en la red general del banco por lo que estos clientes podrán también operar con las mismas condiciones en todas las oficinas

del Grupo BBVA. En todo caso, se han mantenido 15 oficinas especializadas para atender a este colectivo.

Aún contando con un menor número de puntos de venta cierra el ejercicio con un volumen de envíos de 543 millones de euros, en un mercado en descenso a consecuencia de la situación económica. El 56 % de los envíos de realiza en la red de BBVA.

Este cambio de estrategia se ha hecho por tres motivos:

- Hasta hace muy poco la llegada de inmigrantes suponía un flujo constante y muy importante. Así, era necesario crear una red física que permitiera ofrecer soluciones a las personas que iban llegando a España, personas «no bancarizadas» que preferían trabajar a través de remesadoras. En ese momento

la red de Dinero Express pretendía ser una puerta abierta y distinta a la banca tradicional, que en muchos casos se configura como una barrera para la bancarización de este colectivo. Sin embargo, en la actualidad, el segmento de inmigrantes ya se siente cómodo para trabajar con la banca tradicional, está bancarizado, por lo que se puede dar un servicio adecuado desde la red tradicional y con el soporte de los nuevos canales (internet, cajeros...). En todo caso, nuestra aproximación desde la red BBVA sigue siendo diferencial, con una oferta de valor especializada. Además, la mayor capilaridad de nuestra red de banca comercial en España (3.220 oficinas), nos permite hacer llegar esta oferta a un colectivo mayor.

- A esto se suma el hecho de que el Grupo BBVA ha llevado a cabo un importante esfuerzo tecnológico para que el envío de remesas y otras operaciones se puedan efectuar por medio de canales remotos (teléfono e internet) o mediante los cajeros automáticos, lo que reduce considerablemente la necesidad de contar con oficinas físicas para este tipo de transacciones. En BBVA hemos conseguido que nuestros clientes realicen sus envíos de dinero por canales alternativos a la oficina (70 % en cajeros automáticos y 5 % a través de internet), lo que supone una mayor comodidad para nuestros clientes y un ahorro en sus costes.
- Y, en tercer lugar, habría que destacar que durante los últimos meses el entorno económico ha cambiado y, por tanto, también las necesidades de los inmigrantes. En el 2008 se ha vivido un descenso generalizado de la actividad financiera de este colectivo. La capacidad crediticia y económica de los inmigrantes es menor como consecuencia de la crisis y el volumen y cantidad de remesas que envían a sus países de origen ha disminuido, si bien Dinero Express ha sido una de las pocas entidades de su sector que ha seguido manteniendo un crecimiento en su actividad.

Por otro lado, como muestra del compromiso de BBVA con este colectivo, durante el 2008 Dinero Express ha ampliado su oferta financiera lanzando varios nuevos productos para responder a las necesidades de este colectivo:

- El Pack 0 €, un producto financiero que permite dejar de pagar comisiones de administración así como retirar efectivo gratuitamente a través de

cajeros automáticos al domiciliar únicamente dos recibos en una cuenta Dinero Express.

- En septiembre la entidad comenzó también, además, a comercializar el envío de remesas a coste cero sin necesidad de domiciliar una nómina, simplemente cumpliendo una serie de requisitos de movimientos de cuenta corriente.

En términos de cuota de mercado, en el 2008 BBVA llegó en España a cuotas de clientela del segmento de inmigrantes del 22,5 % y del 25 % de los envíos de dinero, considerando únicamente entidades financieras. Si se tiene en cuenta la totalidad del mercado (entidades financieras y resto), la cuota en envíos de dinero fue del 7,6 % en el 2008.

Por último cabe mencionar que las comisiones cobradas por Dinero Express para remesas son de las más competitivas del mercado, según un estudio publicado por el Banco Mundial.

Ver comparativas en <http://remittanceprices-espanol.worldbank.org/>

**BTS.** 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 proporcionar 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 de la más alta calidad contra el lavado de activos.

La estrategia de BTS se basa en 3 pilares:

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

En cifras, en el 2007 Bancomer tenía el 38,3 % de la cuota de mercado de transferencias electrónicas pagadas en México, y en Noviembre del 2008 tenía el 42,01 %.

Solamente para México, BTS procesó 22.532.091 transacciones por 9.301 millones de dólares, es decir un crecimiento del 5,4% en transferencias y del 6,9% en fondos todo con respecto al 2007.

En el 2007 el mercado mundial de remesas representó cerca de 240 mil millones de dólares. BTS obtuvo una participación del 4,35%.

# FINANZAS RESPONSABLES

LA ELABORACIÓN EN EL 2008 DEL MANUAL DE GESTIÓN DEL RIESGO MEDIOAMBIENTAL Y SOCIAL EN MATERIA DE FINANCIACIONES Y GARANTÍAS SUPONE UN GRAN SALTO CUALITATIVO PARA LA PLENA INTEGRACIÓN DE ESTOS RIESGOS EN LA ACTIVIDAD CREDITICIA DE BBVA.



## LA GESTIÓN RESPONSABLE DEL RIESGO EN BBVA

La gestión del riesgo para el Grupo BBVA es uno de sus pilares básicos, así como una de sus fortalezas. En un entorno como el actual, una estricta y responsable gestión del riesgo permite a BBVA situarse como uno de los bancos más fuertes, mante-

niendo sus ratios económicos por encima de la competencia, con una gran solidez diferencial gracias a la holgada liquidez del Grupo, una alta calidad de activos y una reconocida solvencia.

Esta gestión del riesgo hace que BBVA pueda adaptarse al entorno cambiante desde una posición de comodidad y con un amplio margen de maniobra.

## Perú: pioneros en la gestión del riesgo gracias a la Unidad de Gestión de Riesgo Ambiental

Perú es un país que por su actividad industrial extractiva es especialmente vulnerable en los que se refiere a temas medioambientales y sociales. BBVA Banco Continental, consciente de ello ha logrado ser pionero en el mercado peruano en definir una política de gestión de los riesgos ambientales y sociales, así como en desarrollar un sistema de gestión de riesgo ambiental y social como la principal herramienta para implantar esta política.

El Banco profundiza en el conocimiento y las prácticas de temas medioambientales en sus operaciones, así como, en la capitalización de las oportunidades que representan los nuevos mercados ambientales emergentes, motivado por una línea de crédito ambiental recibida de la Corporación Financiera Internacional (IFC) y crea la subunidad de Gestión de Riesgo Ambiental, dentro de la Unidad de Riesgos Empresas en el Área de Riesgos, en marzo del 2007; asimismo, en mayo del 2007 aprueba su Política de Gestión de Riesgo Ambiental. Desde entonces ha desarrollado una serie de medidas y procedimientos para identificar, evaluar y gestionar los riesgos ambientales y sociales de los proyectos de inversión que financia. 



En el 2008, BBVA ha dado un importante paso en cuanto a su compromiso con la gestión responsable del riesgo y ha elaborado un nuevo procedimiento denominado *Manual de gestión del riesgo medioambiental y social en materia de financiaciones y garantías*. Este manual pretende abarcar todo tipo de operaciones, desde las de las pymes en España hasta las grandes operaciones de Financiación de Proyectos. Dicho manual se ha aprobado en febrero del 2009 en la Comisión Técnica de Operaciones, así como en la Comisión de Riesgos del Consejo y será de obligada aplicación en todo el Grupo BBVA.

En esta misma línea, durante el 2008, se han llevado a cabo diversas actividades:

- Curso sobre las novedades legislativas medioambientales, en el que se han analizado las principales novedades de la Ley de Responsabilidad Medioambiental, supuestos prácticos, sistemas de valoración del daño causado, el uso de garantías financieras, sectores más afectados por la ley, valoración económica de los daños medioambientales, la experiencia de los primeros expedientes tramitados bajo la nueva normativa o las distintas posturas de las Administraciones Públicas ante la nueva Ley de Calidad del Aire.
- Seminario «El Desarrollo Reglamentario de la Ley de Responsabilidad Medioambiental», sobre garantías financieras y análisis de los riesgos medioambientales. El temario incluye:
  - los Modelos de análisis de riesgos ambientales tipo (MIRAT) y el cálculo de la cobertura de la garantía financiera
  - presentación y verificación de proyectos piloto MIRAT

Se ha diseñado una red de profesionales dedicados a temas medioambientales, y se ha formado a seis analistas en Gestión de Riesgos Ambientales y Sociales en España, Chile y Perú por medio del programa de capacitación virtual Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales.

Además, de cara a potenciar este compromiso en el BBVA Banco Continental (Perú) se ha creado un departamento de Riesgo Ambiental.

## GRANDES EMPRESAS Y FINANCIACIÓN DE PROYECTOS

La gestión del riesgo social y ambiental en la financiación de grandes proyectos es un tema de vital importancia para BBVA como entidad dedicada

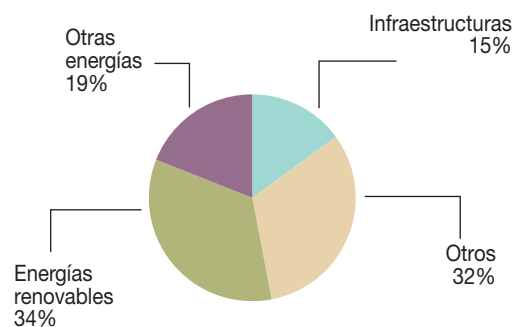
a la prestación de servicios financieros. El Grupo BBVA quiere contribuir a la financiación del desarrollo de infraestructuras encaminadas a crear un lugar mejor para las personas, pero sin descuidar ni el medioambiente ni la sociedad. Por ello, BBVA es firmante desde 2004 de los Principios de Ecuador, comprometiéndose a evaluar y tomar en consideración los riesgos sociales y medioambientales de los proyectos que financian en países en desarrollo.

Desde el año 2006 BBVA ha eliminado el límite de importe para el análisis de proyectos según Principios Ecuador, pasando ahora todas las operaciones de financiación de proyectos por este estudio. Además como novedad en el 2008 se acordó extender la aplicación del cumplimiento de Principios Ecuador además de a los productos de Asesoramiento y Financiación de Proyectos, a financiaciones puente ligadas a proyectos y Método Alemán.

En el 2008 se ha desestimado una operación de Financiación de Proyectos que no cumplía con los Principios Ecuador.

Más información: [www.equator-principles.com](http://www.equator-principles.com)

### Desglose de proyectos analizados bajo Principios Ecuador por sector



Alcance: Grupo BBVA

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

(Millones de euros)

|                                    | Categoría | 2008              |                 |                             | 2007              |                |                             | 2006              |                 |                             |
|------------------------------------|-----------|-------------------|-----------------|-----------------------------|-------------------|----------------|-----------------------------|-------------------|-----------------|-----------------------------|
|                                    |           | 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            | 0,0                         | 0                 | 0,0             | 0,0                         |
|                                    | B         | 11                | 5.227,5         | 499,8                       | 1                 | 133,7          | 9,6                         | 11                | 4.587,4         | 831,4                       |
|                                    | C         | 32                | 6.343,6         | 1.345,0                     | 11                | 1.544,3        | 321,7                       | 7                 | 1.946,0         | 357,8                       |
| <b>TOTAL Europa y Norteamérica</b> |           | <b>43</b>         | <b>11.571,1</b> | <b>1.844,8</b>              | <b>12</b>         | <b>1.678,0</b> | <b>331,3</b>                | <b>18</b>         | <b>6.533,4</b>  | <b>1.189,2</b>              |
| América Latina                     | A         | 1                 | 639,2           | 118,3                       | 0                 | 0,0            | 0,0                         | 1                 | 103,5           | 19,5                        |
|                                    | B         | 6                 | 1.054,1         | 76,5                        | 1                 | 437,4          | 72,9                        | 5                 | 1.826,2         | 434,9                       |
|                                    | C         | 2                 | 346,8           | 148,7                       | 0                 | 0,0            | 0,0                         | 2                 | 56,0            | 38,0                        |
| <b>TOTAL América Latina</b>        |           | <b>9</b>          | <b>2.040,1</b>  | <b>343,5</b>                | <b>1</b>          | <b>437,4</b>   | <b>72,9</b>                 | <b>8</b>          | <b>1.985,7</b>  | <b>492,4</b>                |
| Asia                               | A         | 0                 | 0,0             | 0,0                         | 0                 | 0,0            | 0,0                         | 0                 | 0,0             | 0,0                         |
|                                    | B         | 1                 | 34,0            | 18,2                        | 0                 | 0,0            | 0,0                         | 6                 | 14.414,1        | 260,3                       |
|                                    | C         | 0                 | 0,0             | 0,0                         | 0                 | 0,0            | 0,0                         | 1                 | 1.196,3         | 49,2                        |
| <b>TOTAL Asia</b>                  |           | <b>1</b>          | <b>34,0</b>     | <b>18,2</b>                 | <b>0</b>          | <b>0,0</b>     | <b>0,0</b>                  | <b>7</b>          | <b>15.610,4</b> | <b>309,5</b>                |
| Resto Grupo                        | A         | 0                 | 0,0             | 0,0                         | 1                 | 1.568,0        | 42,8                        | 0                 | 0,0             | 0,0                         |
|                                    | B         | 4                 | 2.753,1         | 234,7                       | 0                 | 0,0            | 0,0                         | 6                 | 14.414,1        | 260,3                       |
|                                    | C         | 1                 | 187,1           | 39,6                        | 0                 | 0,0            | 0,0                         | 1                 | 1.196,3         | 49,2                        |
| <b>Total Resto Grupo</b>           |           | <b>5</b>          | <b>2.940,2</b>  | <b>274,3</b>                |                   |                |                             |                   |                 |                             |
| <b>TOTAL GRUPO</b>                 |           | <b>58</b>         | <b>16.585,5</b> | <b>2.480,9</b>              | <b>13</b>         | <b>3.683,5</b> | <b>447,1</b>                | <b>33</b>         | <b>24.129,5</b> | <b>1.991,1</b>              |

Datos en millones de euros.

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.

### GESTIÓN DE RIESGOS AMBIENTALES: ECOMATING

BBVA, conocedor de la importancia que tiene una adecuada medición, valoración y gestión del riesgo medioambiental en la calidad crediticia de una compañía, continúa fomentando la utilización de herramientas que permitan estimar, en todo momento, los valores de riesgo ambientales de sus clientes.

De esta manera, durante el año 2008 se ha analizado el riesgo ambiental de 252.705 clientes en España mediante la combinación de tres grupos de variables:

- Emisiones contaminantes y consumo de recursos.
- Características del entorno de la empresa que pueda resultar afectado, directa o indirectamente, como consecuencia de la actividad de la compañía.
- Presión legislativa y fiscalización de determinados componentes del medio ambiente.

### Evaluación de riesgos ambientales

| Rango de valores de riesgo medioambiental | % Exposición | % Clientes |
|-------------------------------------------|--------------|------------|
| Bajo                                      | 77,9         | 82,4       |
| Medio                                     | 18,6         | 17,1       |
| Alto                                      | 3,7          | 0,5        |

Notas:

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.

Alcance: España.

**POLÍTICA DE  
FINANCIACIÓN  
DEL SECTOR  
DEFENSA**

BBVA es de las pocas entidades financieras a nivel internacional que tiene una política de financiación del sector defensa.

El Grupo BBVA cuenta desde el 2005 con una política específica para la financiación de dicho sector.

En el 2008 esta política ha sido revisada y se han incorporado las siguientes modificaciones:

- a) El Marco Genérico ha pasado a denominarse «Principios, Criterios y Normas de Actuación para Solicitudes de Financiaciones Relacionadas con el Sector de Defensa»;
- b) Como política general el Grupo BBVA no participará en la financiación de aquellas operaciones relacionadas con material de defensa según los requisitos de la Norma de financiación del sector defensa del Grupo.
- c) Se amplía la tipología de bienes objeto de las operaciones afectadas por la norma, incluyéndose bombas de racimo y cualquier armamento de destrucción masiva (nuclear, químico y/o bacteriológico);
- d) Se reduce el número de los factores de valoración de los países destino de la mercancía, con objeto de considerar elegible el operar o no con ellos. Dichos factores pasan de diecisiete a trece factores.

Así mismo el Grupo BBVA incluye entre sus compromisos el de revisar periódicamente esta normativa interna con el fin de ajustarla en todo momento a los criterios en los que se base la política manifestada por las autoridades locales y los organismos internacionales. Todo ello en consonancia con el Código de Conducta de la Unión Europea. 

**SOBREENDEU-  
DAMIENTO**

El 2008 ha sido un año caracterizado por la inestabilidad económica y financiera, un entorno de incertidumbre, volatilidad en los mercados e incremento de las tasas de paro. Todo ello ha provocado que la capacidad económica tanto de individuos como de las entidades, se haya visto mermada.

BBVA lleva a cabo una escrupulosa gestión del riesgo, analizando la capacidad de retorno y todos los riesgos según el principio de precaución y mantiene la eficiencia, la calidad crediticia, el capital y la liquidez como sus prioridades de gestión.

Esto le ha permitido a BBVA no elevar en exceso su tasa de mora que ha llegado al 2,12 % en el 2008, de-

bido a la situación económica. Este dato es un importante indicador de la gestión prudente del riesgo llevada a cabo por BBVA. Es de gran interés la comparación con los datos del 2007 (0,89%) y 2006 (0,83%).

En un marco especialmente difícil para el conjunto del sistema financiero, que ha obligado a tomar medidas extraordinarias por parte de los gobiernos de los principales países, BBVA ha sido capaz de mostrar un comportamiento diferencialmente positivo que lo fortalece frente a sus grandes competidores.

BBVA es consciente de las dificultades existentes para algunos clientes a causa de la actual coyuntura económica. Por ello, el Banco desea acompañar a aquellos que, en un contexto de viabilidad, precisen de forma puntual y extraordinaria la búsqueda de soluciones satisfactorias para ambas partes en forma de renegociación de los plazos, alargamiento de los plazos de carencia, flexibilidad en las cuotas, etc.

Además, BBVA ha lanzado en este año una amplia gama de soluciones financieras para ayudar a los particulares y los autónomos en el entorno actual. Más información en el capítulo “Productos y Servicios Responsables”.

**ESTABLECI-  
MIENTO DEL  
GRUPO BBVA  
EN CENTROS  
FINANCIEROS  
OFF-SHORE**

El Grupo BBVA, que 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, hizo expresa en el 2004 su política sobre actividades en establecimientos permanentes domiciliados en centros financieros *off-shore*. A raíz de esta declaración, el Grupo elaboró un plan de actuación para reducir el número de centros financieros de este tipo en los que opera BBVA (véase Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa 2004).

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.

Durante el 2008 se ha continuado avanzando en el plan de reducción de centros financieros *off-shore* habiéndose eliminado a finales de dicho año un total de 36 establecimientos permanentes.

Más información: Informe anual 2008 del grupo BBVA ([www.bbva.com](http://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...).

Durante el 2008, el Grupo ha potenciado el mencionado Modelo de Gestión del Riesgo de Blanqueo de Capitales mediante:

- la adaptación de las políticas y procedimientos a los cambios normativos producidos en países donde el Grupo está presente y ha incorporado las mejores prácticas internacionales en estas materias.
- el perfeccionamiento de los sistemas de monitorización ya existentes en todas las unidades del Grupo, que constituyen una aportación relevante a las capacidades de detección de actividades sospechosas de cualquier entidad financiera.

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

La formación impartida a los empleados como elemento clave de este modelo ha continuado recibiendo durante el 2008 una atención prioritaria destinada a capacitar a todos los empleados del Grupo BBVA para el eficaz desempeño de sus funciones en materia de Prevención del Blanqueo de Capitales y de la Financiación de Actividades. Esta formación ha estado centrada especialmente en los colectivos de empleados que desempeñan su labor en áreas de mayor riesgo.

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

Participantes en actividades formativas en materia de prevención de blanqueo de capitales

Personas especializadas en actividades de prevención de lavado de dinero y financiación de actividades terroristas

(1) Incluye 30 recursos eventuales.

Alcance: Grupo BBVA.

| 2008               | 2007   | 2006   |
|--------------------|--------|--------|
| 49.939             | 45.905 | 48.405 |
| 276 <sup>(1)</sup> | 250    | 170    |

# PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES

**LOS ASPECTOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES GENERAN UN MUNDO DE NUEVAS NECESIDADES Y OPORTUNIDADES. EN EL 2008 BBVA HA JUGADO UN PAPEL CLAVE COMO CATALIZADOR DE LA INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE.**

**1<sup>er</sup>**

Gestor de planes de pensiones en América Latina y España

**163,18**

(millones de euros)  
Volumen de crédito financiado con la Ayuda Vivienda

**1.900**

(millones de euros)  
Volumen del BBVA Fondo Empleo (gestionados íntegramente con criterios ISR)

**1 millón**

Toneladas de CO<sub>2</sub> comercializadas

## INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE (ISR)

En BBVA se entiende por Inversión Socialmente Responsable (ISR) aquella que añade al análisis de rentabilidad y riesgos, criterios sociales, ambientales y de gobierno corporativo, para seleccionar como destino de su inversión a las empresas con mejor comportamiento sostenible a largo plazo.

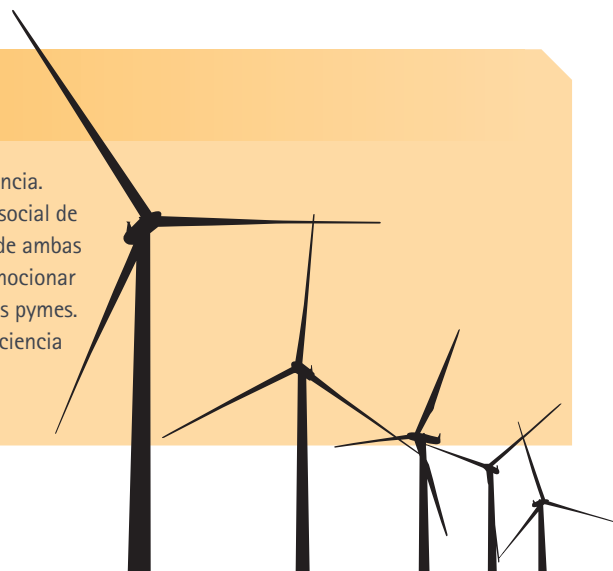
A causa de la situación convulsa del sector financiero, los datos de volumen y partícipes no han evolucionado de una forma positiva, una tendencia que ha afectado a toda la industria de fondos de inversión.

Sin embargo, la marcha de la ISR en el 2008 ha estado marcada por grandes avances entre los inversores institucionales. Los principales hitos en BBVA han sido:

- BBVA gestiona la totalidad del fondo de empleo del Grupo en España bajo criterios ISR. El fondo de los empleados de BBVA con un patrimonio aproximado de 1.900 millones de euros y más de 41.100 partícipes, pasó a gestionarse bajo criterios de sostenibilidad. Este logro fue fruto de intensas negociaciones entre los sindicatos de la Comisión de Control de BBVA Fondo de Em-

## Apoyo a las pymes: BBVA y la Corporación Interamericana de Inversiones (CII)

En el 2008, BBVA y la CII firmaron un acuerdo de colaboración y asistencia. CII tiene como misión contribuir al proceso de desarrollo económico y social de sus países miembros en América Latina y Caribe. Entre las prioridades de ambas entidades se encuentra facilitar el acceso a servicios financieros y promocionar la eficiencia energética, las nuevas tecnologías y la formalización de las pymes. Cabe destacar algunos programas concretos, como el «Programa de eficiencia energética y energías renovables» y el «Programa de asistencia técnica genérica».



pleo, la representación de los beneficiarios y la Gestora de Previsión y Pensiones (GPP). 

- El GPP y BBVA Fondo de Empleo han sido las dos primeras instituciones que se han adherido a los Principios de Inversión Responsables de Naciones Unidas (PRI) ([www.unpri.org](http://www.unpri.org)).
- Nace el FTSE4Good IBEX, primer índice de sostenibilidad en España en el que BBVA ocupa un puesto de liderazgo entre las 27 empresas que lo componen. Para formar parte de este, las empresas deben superar un exhaustivo análisis a cargo de la agencia de sostenibilidad EIRIS en colaboración con la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES).
- BBVA lanza Acción FTSE4Good IBEX ETF, primer *ETF* (fondo cotizado) que permite invertir en empresas socialmente responsables incluidas en el FTSE4Good IBEX y que en el 2008 logró un volumen de 1,6 millones de euros y 77 participantes. Más información: [www.bbvafondos.com](http://www.bbvafondos.com)
- Impulso para la creación de SpainSIF con el objeto de ser la plataforma de desarrollo de la ISR en España al igual que existe en otros países, donde el mercado de la ISR está más desarrollado.

En BBVA los procesos de análisis de sostenibilidad se centran, por el momento, en los activos de renta variable, utilizando como base el sistema de calificación y los informes elaborados por la agencia de *rating* Innovest ([www.innovestgroup.com](http://www.innovestgroup.com)). Las compañías con las calificaciones de sostenibilidad más bajas son analizadas en profundidad. Si su nivel de riesgo es considerado muy elevado se excluyen de las carteras. Con carácter general, y especialmente en las carteras europeas, el perfil de las empresas que forman parte de los fondos BBVA está sustancialmente por encima de la media de sus respectivos sectores.

Durante el 2008 este proceso se ha aplicado al 20 % de los activos de renta variable y pensiones gestionados por BBVA. Asimismo, el 25 % de todos los fondos de inversión y pensiones gestionados por la entidad también han utilizado criterios de ISR para sus inversiones de renta variable.

En el caso específico del fondo BBVA Bolsa Desarrollo Sostenible se utilizan las calificaciones de sostenibilidad para sobreponderar o infrapesar las diferentes compañías, y se usa también como cartera de referencia (*benchmark*) un índice que solo incluye empresas con mejor perfil en estos aspectos (FTSE 4Good Global 100). En cuanto al fondo garantizado BBVA Extra 5 II Garantizado, la cesta de compañías seleccionada para definir su rentabilidad fue definida

utilizando criterios ISR, entre ellos la inclusión de estas en los índices globales FTSE 4Good en el momento de lanzamiento del fondo.

El compromiso de BBVA con la ISR le ha llevado a patrocinar este año el estudio del Observatorio ISR 2008 de ESADE en el que se incluye un estudio específico sobre fondos de pensiones de empleo en España. 

Por otro lado, el Fondo BBVA Codespa microfinanzas (FIL) ha recibido en el 2008 una inversión de 5 millones de dólares de la Corporación Andina de Fomento (CAF) con el fin de generar mayores oportunidades a las entidades microfinancieras latinoamericanas. BBVA establece un diálogo activo en cuestiones de sostenibilidad con las 24 empresas integrante de este fondo, que supone un 3,9 % sobre el total de empresas en carteras de ISR.

También se continúa con la comercialización de los siguientes fondos de inversión solidarios:

- BBVA Bolsa biofarma: con 3.670 participantes y un volumen de 14,91 millones de euros en el 2008. La gestora dona 15.000 euros anuales a la Fundación para la investigación médica aplicada.
- BBVA Solidaridad: con 508 inversores participantes y un volumen de 15,49 millones de euros. Se dona un 0,55 % anual sobre el patrimonio gestionado entre las entidades no lucrativas asociadas a elección del inversor, que supuso en el 2008, 123.909 euros donados.

Por el momento BBVA no tiene políticas formales de voto relativas a asuntos sociales o ambientales, más allá de tener presentes los principios corporativos y compromisos asumidos de actuación en esta materia.

Finalmente, BBVA Asset management obtuvo la certificación GIPS (Global Investment Performance

### Inversión Socialmente Responsable (ISR)

(Porcentaje)

|                                                    | 2008 <sup>(1)</sup> | 2007 | 2006 |
|----------------------------------------------------|---------------------|------|------|
| Fondos ISR respecto al total de fondos gestionados | 2,74                | 1,38 | 1,57 |
| Fondos ISR respecto a otros recursos de clientes   | 2,17                | 0,53 | 0,65 |

(1) En el 2008, el aumento de fondos ISR se debe a la gestión del Plan de pensiones de empleo de BBVA según criterios de sostenibilidad.  
Alcance: Grupo BBVA.

### Fondos con criterios de RC (Millones de euros)

| Fondo                       | Vocación                      | Fines de utilidad pública a los que se dedica                                                        | 2008    |            | 2007    |            | 2006    |            |
|-----------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|
|                             |                               |                                                                                                      | 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 | 628,72  | 24.545     | 688,07  | 26.323     | 785,20  | 29.244     |
| BBVA Desarrollo Sostenible  | Renta variable internacional  | Las empresas seleccionadas son aquellas con mejor calificación según análisis externo(1)             | 12,54   | 5.409      | 29,89   | 7.165      | 52,01   | 10.377     |
| BBVA Codespa Microfinanzas  | Hedge fund                    | Inversión en valores no cotizados de países en vías de desarrollo                                    | 27,36   | 22         | 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.

Standards) para fondos de inversión, que implican la adopción de normas éticas voluntariamente. Con esta certificación BBVA se compromete a velar por la relevancia, exactitud y fidelidad de la información sobre rendimientos que se presenta a clientes e inversores.

### PREVISIÓN SOCIAL | PLANES DE PENSIONES.

El Grupo BBVA ocupa el liderazgo de Sistemas individuales de pensiones en España, con una cuota de mercado del 16,40 %, según los últimos datos de INVERCO en diciembre del 2008.

De igual modo, BBVA es líder en la administración de fondos de pensiones en América Latina con una cuota del 22,8 % sobre el total de activos gestionados. Este posicionamiento lo ha convertido en una pieza clave para el desarrollo y consolidación de los sistemas privados de previsión social en la región y como un referente para países de otras áreas geográficas. Además, BBVA ha participado activamente en el diseño de las reformas que se están implantando en los diferentes países de la región, con definiciones y propuestas de mejora, al mismo tiempo

que aporta soluciones para el desarrollo sostenible de los sistemas previsionales.

Con el propósito de evaluar el desempeño de los sistemas de pensiones en el largo plazo y mejorar el desarrollo de las reformas, el Grupo BBVA ha puesto en marcha una metodología con un horizonte de proyección a 2050, que responde a un modelo macroactuarial basado en tres aspectos fundamentales:

1. el análisis demográfico, para establecer el perfil de envejecimiento;
2. el análisis macroeconómico de los países por medio de la evolución del PIB, el nivel de inversión, la productividad y la demanda del trabajo formal;
3. el análisis de los parámetros del sistema de pensiones, que determina el perfil de afiliación, cotización y beneficios, para lo cual tiene en cuenta la tasa de aporte, comisión y rentabilidad, así como las tablas de mortalidad y cálculos de beneficios entre sistemas.

Como muestra de este compromiso, Pensiones y Seguros América y el Servicio de Estudios Económicos del Grupo BBVA ([www.serviciodeestudios](http://www.serviciodeestudios)).

### Planes de Pensiones de clientes (Millones de euros y millones de participes)

|                | 2008 <sup>(1)</sup> |            | 2007    |            | 2006    |            |
|----------------|---------------------|------------|---------|------------|---------|------------|
|                | Volumen             | Participes | Volumen | Participes | Volumen | Participes |
| España         | 16.060              | 1,9        | 17.068  | 1,9        | 16.291  | 1,9        |
| América Latina | 31.727              | 12,7       | 43.474  | 13,6       | 40.497  | 12,7       |

(1) La reducción del volumen y nº de participes en el 2008 se debe principalmente a dos motivos: la crisis generalizada de los mercados y la reciente nacionalización del sistema de pensiones en Argentina.  
Alcance: Grupo BBVA.

bbva.com) han elaborado estudios sobre los sistemas de pensiones de cada país.

Adicionalmente, BBVA mantiene acuerdos de colaboración con el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para impulsar investigaciones sobre temas previsionales. Estos acuerdos le han permitido compartir su experiencia en la gestión de sistemas de pensiones con el Ministerio de Recursos Humanos y Seguridad Social (MORHSS) que es el organismo responsable de impulsar las reformas a la seguridad social en China.

**SEGUROS.** Teniendo en cuenta las nuevas necesidades de los clientes, en el 2008 BBVA Seguros ([www.bbvaseguros.com](http://www.bbvaseguros.com)) lanzó algunos productos innovadores como:

- Seguros de ahorro individual: *PIAS*, seguros de ahorro individual con total flexibilidad y liquidez, que cuenta con importantes ventajas fiscales, y Rentas de remuneración variable, por medio de las cuales el cliente podrá combinar la recepción de una rentabilidad acorde con la situación de mercado en cada momento, con un mínimo garantizado de por vida y la posibilidad de disponer de sus ahorros sin penalización.
- Vale seguro Bancomer: destinado a asegurar la alimentación de las familias, en caso de fallecimiento del titular, de este modo se facilita el acceso a sus clientes a soluciones de previsión social.

Además se ha ampliado la oferta de seguros de riesgo individual con el lanzamiento de los siguientes productos: Seguro 2C, destinado a cubrir el tratamiento que el cliente necesite en caso de ciertas enfermedades graves, y Protección familiar y Más cobertura profesional, una nueva concepción de los seguros de accidentes dirigida tanto a particulares como a autónomos y pymes (en éste último caso con la ventaja añadida de la cobertura por baja laboral).

De igual modo se han seguido comercializando seguros dirigidos a los colectivos más desfavorecidos, como inmigrantes (seguro de repatriación) y mayores (seguro ligado a la hipoteca bienestar).

**PLAN FAMILIAS BBVA** | Desde su comienzo en el 2003, el «Plan Familias» está dirigido a ayudar a las familias a afrontar necesidades básicas, con especial atención a los colectivos más necesitados y vulnerables.

Bajo esta premisa, y teniendo en cuenta las características del entorno económico, en el 2008 se ha lanzado una hipoteca para jóvenes que por primera vez, aplica un interés por debajo del euribor. La nueva «Hipoteca ayuda vivienda» tiene un tipo de interés del euribor menos 0,25 puntos el primer año y está dirigida a los jóvenes que cuentan con menos recursos y quieren acceder a su primera vivienda. Además, en BBVA se ha elevado el límite de la bonificación del 1 % al formalizar la hipoteca, de 1.500 a 3.000 euros. Al combinar las dos ayudas (el tipo del euribor – 0,25 % y el 1 % de bonificación) el ahorro en la cuota mensual de la hipoteca alcanza los 225 euros para un importe de 150.000 euros.

Desde su lanzamiento en abril del 2008 se formalizaron 1.351 de estos préstamos hipotecarios por un importe de 163,18 millones de euros. 

Dentro de este mismo plan y también en el 2008, BBVA comenzó su quinta campaña de «Préstamo nacimiento» que estará vigente hasta marzo del 2009. Como en ediciones anteriores, el préstamo es de un importe máximo de 3.000 euros y un plazo de 3 años a 0 % de tipo de interés.

Desde la creación del «Préstamo nacimiento» BBVA se han otorgado préstamos por un volumen total de 136,57 millones de euros créditos que han beneficiado a 38.401 madres. Además, el sistema de análisis del riesgo (*scoring*) se adaptó para facilitar su concesión a personas desfavorecidas y poco bancarizadas. En el 2008 se concedieron un total de 1.282 préstamos. Igualmente se siguió comercializando el «Préstamo Dependencia» que ha beneficiado a 2.232 personas con discapacidad o mayores de 65 años con préstamos por valor de 6,4 millones de euros.

Asimismo cabe destacar la financiación preferencial de productos especiales para adaptación del hogar de personas mayores con el objeto de facilitar su autonomía con 494 contrataciones en el 2008.

#### APOYO A EXPORTADORES Y FAD

Por primera vez en el 2008, el Grupo BBVA es líder mundial en el mercado de la financiación del comercio (*trade finance*) según el *ranking* publicado por Dealogic (sociedad del grupo Euromoney). BBVA impulsa el comercio exterior de los países en vías de desarrollo. En este sentido cabe destacar su pertenencia al «Programa de fomento del comercio exterior» del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en América Latina.

Además BBVA gestiona una cartera de inversión por financiación de compras de bienes de equipo con destino a compradores extranjeros de estos países, que en el 2008 ascendió a 858 millones de euros. Cobra un especial interés la gestión de los Fondos de Ayuda al Desarrollo (FAD) en los que BBVA actúa como agente en la intermediación o como cofinanciador. Estos fondos permiten la financiación en condiciones preferentes de proyecto que contribuyen positivamente a la sociedad. Las operaciones gestionadas por BBVA para esta modalidad, que cuenta con apoyo concesional de la Administración española, ascendieron en el 2008 a 40 millones de euros.

**INSTITUCIONES PÚBLICAS** | El Grupo BBVA en España sigue liderando en el 2008 la prestación de servicios a instituciones públicas y privadas. Por medio de una unidad especializada se asume una doble responsabilidad, como entidad financiera especialista y como entidad comprometida en el impulso y desarrollo de proyectos con repercusión social.

Se ha continuado asimismo con la labor de implantación de nuevos instrumentos financieros y de servicios, que han redundado en la optimización de la gestión en las instituciones y en la calidad de servicios prestados a estas. Destacan la financiación y anticipo de subvenciones, la operativa transaccional y la gestión de tesorería.

En el 2008 se firmó la línea ICO-Turismo destinada a la modernización integral de destinos turísticos maduros, a iniciativa de las administraciones locales y para ayuntamientos con población inferior a 100.000 habitantes. En la valoración de los proyectos tiene mayor peso aquellos destinos con sobrecarga ambiental y urbanística y escasa inversión nueva.

**INSTITUCIONES PRIVADAS NO LUCRATIVAS** | En el 2008 BBVA ha continuado con actividades de apoyo a instituciones como la Cruz Roja española por medio de la colaboración en la gestión del cobro de los premios en el «Sorteo de oro» celebrados anualmente. Igualmente se ha llevado a cabo un programa de colaboración con la UNICEF mediante la venta de sus tarjetas en la red de oficinas. Asimismo, el Grupo BBVA continúa en España con el Servicio colabor@ de BBVAnet que permite a los clientes efectuar trans-

ferencias gratuitamente a 25 organizaciones sin ánimo de lucro, nacionales e internacionales.

Además, se continúa con el apoyo a la labor de entidades privadas no lucrativas gracias al programa de encartes en la correspondencia bancaria a los clientes. Dichos encartes buscan dar difusión a sus actividades solidarias, llamamientos de apoyo a emergencias humanitarias o a campañas de captación de socios.

Finalmente, BBVA Soluciones ha lanzado una oferta especial a Centros Especiales de Empleo en materia de gestión laboral, contable y fiscal que ha beneficiado a 300 empresas y organizaciones del mundo de la discapacidad.

**PRODUCTOS Y SERVICIOS CON CARÁCTER AMBIENTAL** | BBVA entiende que su principal compromiso con el medio ambiente se canaliza por medio de la financiación de proyectos y el desarrollo de productos y servicios de cariz ambiental.

En esta línea, las principales novedades del 2008 han sido:

- BBVA es uno de los líderes mundiales en financiación de parques eólicos en 2000-2007 (2.588 millones de dólares) según datos de Thomson Financial.
- BBVA Banco Continental ha obtenido una línea de financiación medioambiental de la Corporación Financiera Internacional (IFC) por 30 millones de dólares destinada a proyectos verdes, especialmente de eficiencia energética y conversión a gas natural.
- BBVA Soluciones ha lanzado un servicio de consultoría medioambiental para pymes. Bajo la nomenclatura de «Plan remedia» se ofrecen oportunidades de ahorro de energía y gestión eficiente de recursos con la existencia de cuatro ámbitos de actuación: eficiencia energética, gestión medioambiental, acondicionamiento de la accesibilidad, y responsabilidad corporativa.
- Financiación de placas solares para pymes (BBVA España): en el 2008 se financiaron un importe total de 15,2 millones de euros y un total de 3.200 kW.
- Financiación de instalaciones fotovoltaicas en la comunidad valenciana y Murcia con 11 operaciones con un importe de 10 millones de euros.
- *Carbon trading*. En el 2008 el Grupo BBVA comercializó más de un millón de toneladas de CO<sub>2</sub>.

# GESTIÓN RESPONSABLE DE LOS RRHH

**LA ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO, LA DIVERSIDAD, LA CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL, LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES... TODOS ELLOS SON RETOS A LOS QUE DESDE BBVA PRETENDEMOS DAR LA MEJOR RESPUESTA PARA PODER SER EL MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR.**

**8,5/10 %**

Mujeres en puestos de alta dirección 2006/2008

**49/51 %**

Porcentaje hombres/mujeres

**75 %**

Empleados formados en el 2008

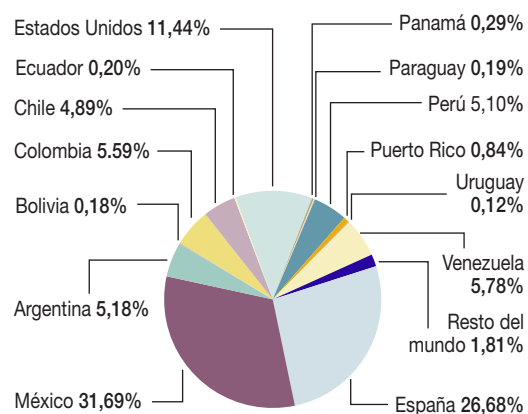
**21,1 %**

Empleados promocionados en el 2008

## PERFIL DE LOS EMPLEADOS

Para BBVA los empleados forman un grupo de interés de una relevancia especial por cuanto que la cultura corporativa de la entidad se fundamenta 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.

## Distribución de empleados por países



Alcance: Grupo BBVA

## Plan de Desarrollo Individual (PDI): un proceso global de desarrollo

El Grupo BBVA tiene plenamente implantado un modelo de gestión de recursos humanos basado en competencias para los más de 100.000 empleados del Grupo. El PDI surge como elemento de soporte, automatización y mejora de la eficiencia en la gestión del desarrollo de los empleados. Jefe y colaborador definen las competencias a mejorar y eligen dentro del catálogo del PDI los cursos de formación. Así el resultado del PDI es un plan de desarrollo consensuado a dos años, compuesto por las acciones oportunas para la mejora con una revisión anual. El último proceso de valoración de competencias, que tuvo lugar en el 2007, se cerró con la elaboración de más de 55.000 Planes de Desarrollo Individuales (PDIs) que dieron lugar a más de 266.000 acciones formativas que se acometieron entre el 2007 y el 2008.



### Plantilla por edad y género (Porcentaje)

|                  | 2008       |      |      |       |      | 2007       |      |      |       |      | 2006       |      |      |       |      |
|------------------|------------|------|------|-------|------|------------|------|------|-------|------|------------|------|------|-------|------|
|                  | Edad Media |      | <25  | 25-45 | >45  | Edad Media |      | <25  | 25-45 | >45  | Edad Media |      | <25  | 25-45 | >45  |
|                  | H          | M    |      |       |      | H          | M    |      |       |      | H          | M    |      |       |      |
| España           | 44,0       | 38,3 | 1,2  | 57,2  | 41,8 | 44,0       | 38,2 | 2,0  | 54,1  | 43,9 | 43,7       | 38,0 | 2,6  | 52,9  | 44,5 |
| México           | 35,0       | 32,0 | 18,6 | 67,8  | 13,6 | 36,0       | 32,0 | 17,9 | 71,1  | 11,0 | 36,0       | 33,0 | 14,8 | 74,2  | 11,0 |
| Resto de América | 38,4       | 36,7 | 11,2 | 64,4  | 24,8 | 38,4       | 36,5 | 10,2 | 67,3  | 22,5 | 39,1       | 37,1 | 7,8  | 73,2  | 19,1 |
| Resto del mundo  | 38,8       | 37,7 | 3,6  | 75,8  | 20,5 | 38,9       | 37,8 | 3,8  | 75,0  | 21,2 | 39,4       | 38,6 | 3,7  | 72,0  | 24,2 |
| Media Grupo      | 39,1       | 35,6 | 10,8 | 62,9  | 26,2 | 39,6       | 35,2 | 10,2 | 64,3  | 25,5 | 39,8       | 35,8 | 8,5  | 66,3  | 25,3 |

Notas: H = Hombres; M = Mujeres.  
Alcance: Grupo BBVA.

### EMPLEO Y SELECCIÓN

Las políticas de recursos humanos han de ser un medio para impulsar el talento a escala corporativa, trascendiendo las distintas funciones, líneas de negocio o áreas geográficas, y han de crear prácticas de gestión que sean congruentes en todo el mundo.

El objetivo de estas prácticas de gestión ha de ser doble: por una parte, asegurar un flujo constante de talento directivo, actuación que comienza por identificarlo en el seno de la propia compañía y trabajar en su desarrollo; por otra, atraer el mejor talento disponible en el mercado.

Una política global y un código de actuación son el marco en BBVA que permite asegurar la igualdad de oportunidades, así como la máxima independencia y confidencialidad en los procesos de selección.

BBVA garantiza la igualdad de oportunidades: todos los candidatos reciben el mismo tratamiento, deben superar los mismos procesos de selección y no existe discriminación por razón de sexo, raza, parentesco familiar u otras razones cualesquiera distintas de los requisitos exigidos para el puesto.

La mayor parte de los empleados del Grupo son contratados directamente en sus países de origen; esta forma de actuar facilita que un 86,52 % de los directivos sean de procedencia local.

Por otra parte, en respuesta a las inquietudes derivadas de los cambios organizativos efectuados en BBVA, se firmó con el 74,79 % de la representación

sindical el Protocolo de Garantías de Empleo en BBVA. En este documento BBVA se compromete a llevar a cabo un proceso de adecuación de estructuras al nuevo modelo organizativo sin utilizar medidas traumáticas, como expediente de regulación de empleo o despidos objetivos por causas organizativas. Este protocolo cubre a la totalidad de la plantilla del Grupo en BBVA España.

### Altas de empleados

|                 | 2008   | 2007   | 2006   |
|-----------------|--------|--------|--------|
| España          | 2.386  | 3.826  | 2.054  |
| México          | 16.853 | 12.372 | 8.141  |
| Resto América   | 8.327  | 5.104  | 3.910  |
| Resto del Mundo | 285    | 479    | 230    |
| TOTAL           | 27.851 | 21.781 | 14.335 |

### De las que nuevas incorporaciones son<sup>(1)</sup>

|                 | 2008   | 2007  |
|-----------------|--------|-------|
| España          | 983    | 1.922 |
| México          | 4.482  | 3.098 |
| Resto América   | 6.580  | 4.566 |
| Resto del Mundo | 209    | 218   |
| TOTAL           | 12.254 | 9.804 |

(1) Nuevas incorporaciones se refiere a ingresos de personal en puestos con vocación de continuidad y, por tanto, no eventuales.

Alcance: Grupo BBVA.

## Bajas de empleados

|                                               | 2008          | 2007          | 2006          |
|-----------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>España</b>                                 | <b>4.429</b>  | <b>3.312</b>  | <b>2.956</b>  |
| Jubilaciones y prejubilaciones                | 2.053         | 606           | 1.893         |
| Bajas incentivadas                            | 131           | 46            | 69            |
| Bajas voluntarias (dimisiones)                | 349           | 589           | 489           |
| Otras <sup>(1)</sup>                          | 1.896         | 2.071         | 505           |
| <b>México</b>                                 | <b>17.531</b> | <b>10.019</b> | <b>6.728</b>  |
| Jubilaciones y prejubilaciones                | 197           | 130           | 72            |
| Bajas incentivadas                            | 781           | 1.712         | 73            |
| Bajas voluntarias (dimisiones) <sup>(2)</sup> | 3.190         | 3.762         | 3.091         |
| Otras <sup>(1)</sup>                          | 13.363        | 4.415         | 2.682         |
| <b>Resto América</b>                          | <b>9.059</b>  | <b>5.003</b>  | <b>2.602</b>  |
| Jubilaciones y prejubilaciones                | 149           | 23            | 26            |
| Bajas incentivadas                            | 1.158         | 1.251         | 441           |
| Bajas voluntarias (dimisiones) <sup>(2)</sup> | 4.122         | 2.498         | 1.473         |
| Otras <sup>(1)</sup>                          | 3.630         | 1.231         | 662           |
| <b>Resto del mundo</b>                        | <b>306</b>    | <b>292</b>    | <b>146</b>    |
| Jubilaciones y prejubilaciones                | 2             | 64            | 9             |
| Bajas incentivadas                            | 116           | 24            | 29            |
| Bajas voluntarias (dimisiones)                | 127           | 131           | 87            |
| Otras <sup>(1)</sup>                          | 61            | 73            | 21            |
| <b>TOTAL</b>                                  | <b>31.325</b> | <b>18.626</b> | <b>12.432</b> |
| Jubilaciones y prejubilaciones                | 2.401         | 823           | 2.000         |
| Bajas incentivadas                            | 2.186         | 3.033         | 612           |
| Bajas voluntarias (dimisiones)                | 7.788         | 6.980         | 5.950         |
| Otras <sup>(1)</sup>                          | 18.950        | 7.790         | 3.870         |

(1) "Otras" comprende mayoritariamente bajas de eventuales y otros tipo de baja como: bajas disciplinarias, finalizaciones de contrato, excedencias, invalidez y fallecimiento.

(2) Las dimisiones voluntarias de América del 2007 se han cambiado debido a la corrección de un error de México en el criterio de cómputo de las dimisiones voluntarias, las cuales se debían haber incluido en otras.

Alcance: Grupo BBVA.

## VALORACIÓN, DESARROLLO PROFESIONAL Y COMPENSACIÓN

BBVA dispone de una política y un proceso normalizado de valoración de competencias y evaluación de la actuación, que son de aplicación para toda su plantilla:

- **Valoración de competencias:** su objetivo fundamental es identificar el nivel de habilidades y conocimientos que tiene cada persona en relación con los requeridos por la función que desempeña. Los resultados de esta medición permiten establecer un plan de desarrollo y formación a medida para cada empleado (el Plan de Desarrollo Individual o PDI).
- **Evaluación de la actuación:** valora el grado de consecución de los objetivos marcados al comienzo del ejercicio y se vincula a la retribución variable.

La política de compensación en BBVA se apoya en el nivel de responsabilidad del puesto y en la evolución profesional de cada persona, evitando discriminaciones por razón de sexo, raza u otras.

Por su parte, la retribución variable, tal y como se ha indicado anteriormente, está relacionada con el grado de consecución de los objetivos, tanto individuales como los de la unidad, fijados al comienzo de cada ejercicio y otorga un peso importante a los indicadores de satisfacción del cliente y de compromiso con la responsabilidad corporativa. 

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.

Además, BBVA cuenta con una nueva política de gestión del desarrollo profesional que nace con el objetivo de garantizar la disponibilidad de candidatos adecuados, donde sean requeridos, en atención a los intereses de nuestros profesionales y para el fomento de la promoción interna frente a la contratación externa.

## FORMACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Gran parte del éxito de cualquier empresa radica en la profesionalidad de sus empleados y, para ello, es preciso invertir en la capacitación del personal de manera que, paulatinamente, pueda ir adquiriendo las destrezas necesarias en el desarrollo de su función.

## Dimisiones voluntarias de la plantilla (*turn-over*) y distribución por género<sup>(1)</sup> (Porcentaje)

|                  | 2008                |    |    | 2007                 |    |    | 2006                |
|------------------|---------------------|----|----|----------------------|----|----|---------------------|
|                  | Tasa rotación total | H  | M  | Tasa rotación total  | H  | M  | Tasa rotación total |
| España           | 1,20                | 51 | 49 | 1,93                 | 54 | 46 | 1,57                |
| México           | 9,24                | 45 | 55 | 11,45 <sup>(2)</sup> | 48 | 52 | 12,52               |
| Resto de América | 10,82               | 37 | 63 | 8,52                 | 46 | 54 | 5,67                |
| Resto del mundo  | 6,43                | 55 | 45 | 7,18                 | 59 | 41 | 4,52                |
| Media Grupo      | 7,70                | 41 | 59 | 7,40                 | 46 | 54 | 6,55                |

(1) Turn-over = [Bajas voluntarias (excluidas prejubilaciones) / nº. de empleados al inicio del período] x 100.

(2) La rotación de México en el 2007 se ha corregido por un error en el criterio del cómputo en las dimisiones voluntarias.

Alcance: Grupo BBVA.

## Porcentaje de equivalencia sobre el salario mínimo interprofesional y/o cesta básica de cada país en relación al salario mínimo pagado en BBVA

|           | 2008                                         |        |
|-----------|----------------------------------------------|--------|
|           | Salario mínimo pagado en BBVA (moneda local) | %      |
| España    | 21.700                                       | 258,33 |
| México    | 44.042                                       | 219,52 |
| Argentina | 33.350                                       | 206,89 |
| Bolivia   | 21.700                                       | 313,13 |
| Chile     | 9.841.740                                    | 515,81 |
| Colombia  | 21.832.898                                   | 335,05 |
| Panamá    | 5.200                                        | 133,61 |
| Paraguay  | 30.560.583                                   | 175,20 |
| Perú      | 16.500                                       | 214,29 |
| Uruguay   | 273.046                                      | 548,28 |
| Venezuela | 16.025                                       | 167,03 |

Alcance: Grupo BBVA.

BBVA entiende la formación como un compromiso con sus equipos y concibe esta como una inversión que presenta un doble objetivo: responder a las necesidades de los clientes y a las necesidades individuales de todos los profesionales que trabajan en el Grupo con el fin de favorecer su crecimiento profesional.

En este sentido, conviene destacar el importante papel que desempeña la formación en una organización global y heterogénea como BBVA, al configurarse como un instrumento que favorece la integración de la diversidad de sus equipos.

La importancia que BBVA da a la formación queda patente en los cerca de 41 millones de euros que se han invertido en el «Plan Global de Formación 2008».

Los cuatro ejes de actuación de este plan son:

1. innovar en la oferta formativa (contenidos, formatos y métodos) potenciando el conocimiento de las necesidades de los clientes;
2. potenciar el desarrollo del talento por medio del desarrollo profesional;
3. incorporar soluciones formativas y canales más eficientes y flexibles;
4. responder a las nuevas necesidades de conocimientos y competencias globales del grupo.

El nuevo modelo de de formación pivota básicamente en dos grandes ámbitos:

1. Campus BBVA: espacio abierto al conocimiento, configurado en 5 escuelas que dan respuestas a las competencias críticas que deben dominar los profesionales del Grupo.
2. *E-learning*: está disponible para todos los empleados y es una red global de aprendizaje *on line* por medio de la plataforma «Conoce».

En el 2008 se crearon dos portales para la formación de idiomas (inglés y castellano).

Es destacable la formación que se imparte sobre el Código de Conducta en varios países donde la compañía actúa. Más de 30.700 empleados han recibido formación sobre este tema.

En el 2008 se aprobó el «Plan de Formación Global» en materia de responsabilidad corporativa, el cual era uno de los objetivos marcados en el Informe anual de RC del 2007. Este plan incluye acciones formativas específicas a directivos, a los nuevos empleados de BBVA, a los equipos especialistas de ries-

gos, compras e inmuebles y gestión de activos, así como acciones generales para todos los empleados. El canal principal utilizado será plataforma «Conoce» de formación *on-line*.

Con motivo de la celebración del 60º aniversario de la Declaración Universal de Derechos Humanos, se lanza a finales del 2008 un curso de Derechos Humanos disponible para todos los empleados.

## Formación

Inversión total en formación (miles de euros)

Inversión en formación por empleado (euros)

Horas de formación por empleado

España

América

Evaluación de la satisfacción de la formación (sobre 10)

Empleados que han recibido formación en el año (%)

Volumen de subvenciones recibido de la Fundación Tripartita (FORCEM) en España (millones de euros)

Alcance: Grupo BBVA.

| 2008   | 2007   | 2006   |
|--------|--------|--------|
| 40.806 | 43.882 | 35.549 |
| 374    | 428    | 375    |
| 37     | 39     | 39     |
| 35     | 39     | 42     |
| 38     | 39     | 38     |
| 8,20   | 8,80   | 8,80   |
| 75     | 75     | 73     |
| 3,37   | 3,32   | 3,12   |



## PASIÓN POR LAS PERSONAS

Desde su comienzo en el 2005, el programa corporativo «Pasión por las Personas» es un

elemento fundamental de la propuesta de valor que el Grupo ofrece tanto a sus empleados actuales como a los potenciales, conjugando adecuadamente iniciativas racionales, normalmente de tipo económico, con otras de carácter emocional, relacionadas fundamentalmente con la satisfacción personal y el orgullo derivado de trabajar y ser parte de BBVA.

Bajo este programa se encuadran cinco grandes líneas de trabajo:

1º «Calidad de Vida»: que es un proyecto que pretende dar respuesta a la demanda existente hoy en día en materia de conciliación laboral, con el fin de impulsar esta cuestión en todos y cada uno de los países en los que BBVA está presente. Entre otras iniciativas, se han puesto en marcha acciones tales como:

- Teletrabajo: se ponen a disposición de los empleados los medios tecnológicos necesarios para mejorar la flexibilidad laboral. Esta iniciativa se refuerza con planes de formación *on-line*. El número de dispositivos de acceso remoto en España asciende a 6.504 y los teléfonos móviles corporativos a 7.546.
- Sensibilización de la dirección: el equilibrio entre la vida profesional y personal está recogido en «Nuestro Estilo de Dirección», guía que sintetiza los comportamientos que se esperan de todos

aquellos que tienen gente a su cargo. Además, se brinda formación específica en esta materia y se han incorporado módulos adicionales en los cursos que ya estaban en marcha, como por ejemplo el «Programa Corporativo de Liderazgo» (PCL), que ha incorporado un nuevo módulo llamado «Gestión equilibrada de equipos» en un entorno interdisciplinar en BBVA España, o el «Desarrollo integral del directivo en la gestión de equipos» en BBVA Bancomer.

- Salud y bienestar, en este ámbito se han promocionado actividades de talleres de espalda y sesiones de fisioterapia, en condiciones ventajosas.

2º Beneficios personales: se desarrollará este punto en el siguiente apartado.

3º Deporte y cultura: con el objetivo de fomentar determinados valores como la capacidad de superación, el trabajo en equipo o el juego limpio entre los trabajadores, el Grupo organiza y financia diversas actividades deportivas. Este año se ha celebrado la II Carrera popular solidaria BBVA. En cada país, la carrera ha tenido un denominador común: el importe integro recaudado ha ido destinado a un fin social. El número de participantes en todas ellas fue de alrededor de 31.000 personas. 

Así mismo, no conviene descuidar el aspecto cultural y, por ello, BBVA organiza permanentemente visitas guiadas a museos y exposiciones de arte, conferencias, conciertos para empleados y sus familias,

y gestiona la adquisición de entradas para obras de teatro y musicales a precio reducido.

4º *Senior*: es un modelo de relación para el colectivo de mujeres y hombres prejubilados, jubilados y viudos de empleados de BBVA. Este colectivo dispone, entre otros, de su propio portal en Internet, que permite, por ejemplo, el acceso a la revista corporativa de BBVA, titulada «Adelante», en su versión electrónica, o a la televisión IP del Grupo. Así mismo, se ha incluido a este colectivo en ofertas culturales y deportivas que les pudiesen resultar de interés.

5º Voluntariado: busca promover y facilitar la participación de los empleados, prejubilados y jubilados de BBVA en proyectos sociales como medio para dar respuesta y hacer realidad uno de los principios de nuestra Cultura corporativa. Más información en el Capítulo de Voluntariado Corporativo.

#### **BENEFICIOS PERSONALES**

Engloba distintas iniciativas de carácter económico que sirven para complementar y mejorar la política retributiva del Grupo. Entre otras cabe citar:

- Sistema de retribución flexible, a disposición de todos los empleados del Grupo, independientemente de su nivel en la organización, en todos aquellos países en los que es factible contar con esta figura.
- Productos y servicios no financieros con descuento: BBVA gestiona acuerdos con distintas compañías que posibilitan que nuestra gente se beneficie de importantes descuentos en la compra, por ejemplo, de estancias en hoteles, ordenadores, pasajes de avión, cursos en escuelas de negocio o servicios de salud.
- Tablón de anuncios virtual, en el que se publican importantes ofertas exclusivas de distintas empresas y proveedores para empleados de BBVA.
- Beneficios generales, conformados por las condiciones bancarias que recibe la persona en calidad de empleado. En materia de préstamos y créditos a empleados, en diciembre del 2008 BBVA ha adoptado la decisión unilateral y extraordinaria de aplicar durante el año 2009 un tipo de referencia más beneficioso que el fijado en los acuerdos sociales de BBVA España, en las modalidades de préstamo social y crédito vario, en atención al actual entorno económico y a la evolución de los tipos de interés. Además, durante el 2008 se lanzó en todo el Grupo el plan «+ac-

ción», que permite la adquisición de títulos de la entidad en condiciones ventajosas.

**SISTEMAS DE PREVISIÓN SOCIAL.** En el 2008, el Plan de pensiones de empleo del BBVA se ha adherido a los principios de Inversión Socialmente Responsable (PRI) de las Naciones Unidas y ha pasado a gestionarse en la totalidad de su cartera bajo criterios de ISR. Esta decisión ha sido tomada en el seno de la comisión de control de dicho plan, compuesta por representantes de los trabajadores, de los beneficiarios y del propio banco. A cierre del 2008, el plan de pensiones de empleo contaba con un patrimonio aproximado de 1.900 millones de euros y más de 41.100 partícipes.

En lo referente al resto de entidades del Grupo cabe destacar que el marco de previsión global se ha visto modificado con la integración de la mayor parte de los negocios de Estados Unidos bajo el paraguas de BBVA Compass y la transformación de compromisos de prestación definida en un nuevo plan de aportación definida en México. Esto conllevará una evolución hacia la definición de un nuevo modelo de actuación corporativo en materia de inversiones en el cual se estudiarán las medidas necesarias para la incorporación progresiva de los criterios de ISR.

#### **NO DISCRIMINACIÓN, IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y CONCILIACIÓN**

BBVA ha lanzado en el 2008 el «Plan Integra» con el fin de impulsar la integración social y laboral de las personas con discapacidad, además de reforzar los conceptos de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal con una primera fase en España.

El plan es gestionado de forma transversal por las áreas de Recursos Humanos; Compras Inmuebles y Servicios; Negocio; y Responsabilidad y Reputación Corporativas. Para la definición y el desarrollo de este plan, BBVA ha contado con la colaboración directa de organizaciones representativas del mundo de la discapacidad en España. La asunción de sus propuestas se formalizó por medio de la firma de un convenio marco para el desarrollo de dicho plan con COCEMFE, FEACEM, FEAPS, y Fundación ONCE.

Una de las primeras iniciativas de este plan fue la convocatoria del «Premio INTEGRA de BBVA», que reconoce aquellas iniciativas innovadoras que generen valor en el empleo para personas con dis-

capacidad con una dotación de 200.000 euros y apoyo para el resto de proyectos de hasta 50.000 euros cada uno. Todas las sociedades del Grupo BBVA en España han cumplido en el 2008 lo establecido en la Ley de Integración social de los Minusválidos (LISMI).

Por otro lado, durante el 2008 se han venido desarrollando las reuniones de la Comisión paritaria de igualdad y conciliación, en las que se ha hecho el seguimiento del cumplimiento y desarrollo de las medidas previstas en el acuerdo colectivo firmado con la representación sindical, así como el estudio de la evolución de la plantilla en función del género.

Igualmente BBVA España ha seguido participando durante este año en la Red Concilia, dentro del proyecto «Equal Madrid, Empresas y Conciliación», del Ayuntamiento de Madrid, cuya principal misión es motivar y animar al resto de las empresas a introducir políticas de igualdad y conciliación en sus organizaciones.

El compromiso de BBVA por llevar la conciliación e igualdad de oportunidades a todos sus empleados ha sido merecedor de la certificación de empresa familiarmente responsable (EFR) en España.

La Fundación + Familia ha concedido este reconocimiento a BBVA en España acreditando el compromiso y el esfuerzo realizado con iniciativas pioneras en materia de conciliación. Actualmente el Grupo, junto con la Fundación + Familia, trabaja para extender la certificación a América Latina, proceso que está en estado avanzado en Colombia, México y Chile.

### Distribución funcional por género y categoría profesional (Porcentaje)

|                                               | 2008 |    | 2007 |    |
|-----------------------------------------------|------|----|------|----|
|                                               | H    | M  | H    | M  |
| <b>España</b>                                 | 57   | 43 | 59   | 41 |
| Comité de Dirección y Directores Corporativos | 88   | 12 | 89   | 11 |
| Directivos                                    | 83   | 17 | 84   | 16 |
| Mandos Intermedios                            | 72   | 28 | 74   | 26 |
| Especialistas                                 | 59   | 41 | 59   | 41 |
| Fuerza Ventas                                 | 54   | 46 | 56   | 44 |
| Puestos base                                  | 55   | 45 | 56   | 44 |
| <b>América</b>                                | 46   | 54 | 48   | 52 |
| Comité de Dirección y Directores Corporativos | 93   | 7  | 96   | 4  |
| Directivos                                    | 81   | 19 | 80   | 20 |
| Mandos Intermedios                            | 57   | 43 | 65   | 35 |
| Especialistas                                 | 53   | 47 | 53   | 47 |
| Fuerza Ventas                                 | 47   | 53 | 46   | 54 |
| Puestos base                                  | 38   | 62 | 42   | 58 |
| <b>Media para el grupo</b>                    | 49   | 51 | 51   | 49 |
| Comité de Dirección y Directores Corporativos | 90   | 10 | 91   | 9  |
| Directivos                                    | 82   | 18 | 83   | 17 |
| Mandos Intermedios                            | 59   | 41 | 66   | 34 |
| Especialistas                                 | 55   | 45 | 56   | 44 |
| Fuerza Ventas                                 | 49   | 51 | 50   | 50 |
| Puestos base                                  | 42   | 58 | 45   | 55 |

Alcance: Grupo BBVA.

### Contratos por género (Porcentaje)

|                                     | 2008 |      |       | 2007 |      |       | 2006 |      |       |
|-------------------------------------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|-------|
|                                     | H    | M    | Total | H    | M    | Total | H    | M    | Total |
| Fijos o indefinidos tiempo completo | 45,2 | 46,1 | 91,3  | 46,7 | 43,0 | 89,8  | 49,9 | 42,2 | 92,1  |
| Fijos o indefinidos tiempo parcial  | 1,5  | 2,9  | 4,4   | 1,5  | 2,2  | 3,7   | 0,5  | 1,0  | 1,5   |
| Temporales                          | 1,8  | 2,3  | 4,1   | 2,6  | 3,6  | 6,2   | 2,3  | 3,1  | 5,4   |
| Otros                               | 0,1  | 0,1  | 0,2   | 0,3  | 0,1  | 0,4   | 0,4  | 0,7  | 1,1   |

Alcance: Grupo BBVA.

### COMUNICACIÓN INTERNA

Apostar por la comunicación interna es apostar por la cohesión, el compromiso, la ilusión y la eficiencia; en definitiva, es apostar por las personas. Personas que tienen mucho que recibir, y, lo más im-

portante, también mucho que ofrecer. Por ello, en el 2008, el número de comunicaciones internas ha ascendido 1.512 de las cuales un 18 % son sobre responsabilidad corporativa. En este sentido se ha consolidado la Televisión IP, como medio de comunicación interno

con 317.823 videos vistos en todo el Grupo, con un canal específico de responsabilidad corporativa.

Para mejorar la difusión de políticas, procesos, servicios e iniciativas de recursos humanos con la colaboración del área de Comunicación e Imagen, se ha definido en el 2008 un nuevo estilo de comunicación. El principal cambio se centra en el concepto «Para ti dRRHH», donde el protagonista es el receptor del mensaje (para ti).

Esta iniciativa surge a partir de las demandas de los empleados manifestadas en la última encuesta de satisfacción desarrollada en el 2005.

Otro avance importante es la organización de la comunicación en torno a tres tipos de contenidos:

- los que conciernen a los programas e iniciativas para el beneficio personal de la plantilla: «Pasión por las Personas»;
- las comunicaciones sobre las políticas de RR HH: Modelos de gestión;
- los que hablan de los trámites que se deben seguir: Procesos de recursos humanos.

Además para facilitar la navegación y acceso de la información se han adaptado todos los portales del empleado del Grupo al portal «Para ti dRRHH» con una nueva imagen alineada con el nuevo estilo.

Así mismo, el Grupo BBVA en España y México dispone de un Servicio de Atención al Empleado (SAE), un canal de comunicación múltiple (intranet, teléfono, correo electrónico) que permite dar una mejor y más ágil respuesta a cualquier tipo de cuestión o consulta individualizada planteada por la plantilla en relación con las políticas y procesos de recursos humanos. Dada la utilidad que presenta para el empleado, en el 2008 se ha extendido este servicio a Perú, y está prevista su implantación en el 2009 en Colombia y Venezuela. 

**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.

La Encuesta de satisfacción del empleado prevista para el 2007 tuvo lugar en el 2008. Este retraso se debió a una serie de cambios en el modelo, con la finalidad de mejorar su capacidad de predicción. Además su actual estructura facilita las comparativas con otras compañías o sectores, tanto a nivel local como internacional, así como internamente entre unidades y departamentos del Grupo. El proceso lo han llevado a cabo dos consultoras externas con el fin de garantizar la confidencialidad.

#### Encuesta de satisfacción de empleados (Porcentaje)

|                               | Participación |      | Satisfechos y muy satisfechos |      | Comprometidos y muy comprometidos |      |
|-------------------------------|---------------|------|-------------------------------|------|-----------------------------------|------|
|                               | 2008          | 2005 | 2008                          | 2005 | 2008                              | 2005 |
| Argentina                     | 82            | 67   | 88                            | 88   | 94                                | 95   |
| Bolivia                       | 63            | 58   | 85                            | 86   | 94                                | 93   |
| Chile                         | 81            | 55   | 83                            | 79   | 87                                | 86   |
| Colombia                      | 89            | 82   | 89                            | 94   | 96                                | 97   |
| España                        | 62            | 47   | 77                            | 83   | 88                                | 93   |
| Estados Unidos <sup>(1)</sup> | 57            | /    | 85                            | /    | 92                                | /    |
| México                        | 75            | 61   | 96                            | 94   | 98                                | 98   |
| Panamá                        | 73            | 76   | 88                            | 83   | 96                                | 95   |
| Paraguay                      | 78            | 80   | 88                            | 93   | 96                                | 98   |
| Perú                          | 79            | 76   | 87                            | 89   | 95                                | 96   |
| Uruguay                       | 72            | 73   | 85                            | 86   | 96                                | 97   |
| Venezuela                     | 76            | 61   | 86                            | 92   | 94                                | 97   |
| Grupo BBVA                    | 71            | 67   | 87                            | 89   | 93                                | 95   |

(1) No existen indicadores del año 2005 para Estados Unidos ya que es el primer año que realiza la encuesta  
Alcance: Grupo BBVA.

Los resultados de la encuesta anterior, del 2005, han dado lugar a ocho líneas de trabajo y 300 proyectos distintos (entre ellos «Programa Calidad de Vida», «Programa de voluntariado corporativo» etc.).

BBVA ha obtenido en España el tercer lugar en el *ranking* de las 100 mejores empresas para trabajar según el Informe Merco Personas 2008, y se sitúa así, como una de las mejores empresas en las preferencias de candidatos y empleados.

#### **LIBERTAD DE ASOCIACIÓN: REPRESENTACIÓN SINDICAL Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS**

En el ámbito de las relaciones laborales, la mayor parte de los derechos y condiciones más importantes para el conjunto del Grupo se encuentran recogidos en los diferentes acuerdos y convenios colectivos suscritos por cada entidad con las correspondientes representaciones sindicales en cada país, cuya legislación establece distintos procedimientos y actuaciones en esta materia.

BBVA respeta el papel y la responsabilidad de la representación sindical en el ejercicio de las funciones que le corresponden conforme a cada legislación en vigor, y apuesta por la negociación colectiva, el diálogo y el consenso como fórmulas de resolución de conflictos.

Conforme a la legislación española, el convenio colectivo se aplica a la totalidad de la plantilla, así como los sindicatos con presencia en los comités de empresa representan a toda la plantilla, y son elegidos cada cuatro años en sufragio personal, libre, directo y secreto. Asimismo se les informa de los cambios organizativos en la empresa con carácter previo a su ejecución.

Actualmente, la configuración de la representación sindical en BBVA España, fruto de las últimas elecciones sindicales llevadas a cabo en diciembre del 2006 es la siguiente: CC.OO (39,51 %) UGT. (21,93 %) CGT. (18,96 %) CC (13,35 %) y otros (6,25 %).

Además, 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.

En el caso de BBVA Bancomer las relaciones colectivas de la Operadora y de BBVA Bancomer Servicios se rigen al amparo de los contratos colectivos

de trabajo celebrados con el sindicato nacional BBVA Bancomer de empleados de los Servicios de la Banca y Crédito y de Actividades Financieras Relacionadas (SNAEBB).

Respecto al padrón sindical, el 41,8 % de la plantilla de BBVA Bancomer está representada por el SNAEBB. Cada uno de los procesos donde la plantilla sindicalizada tiene alguna afectación es tratado en un ambiente de respeto y responsabilidad a partir de las regulaciones que establece la legislación laboral mexicana.

Por último, las faltas cometidas por los empleados en el desempeño de sus funciones constituyen incumplimientos contractuales tipificados en la normativa laboral vigente se incluyen asimismo a estos efectos, la vulneración de los criterios y pautas de comportamiento contenidos en el Código de Conducta del Grupo BBVA y valorándose todo ello antes de adoptar las medidas disciplinarias que correspondan, en función de la gravedad y circunstancias que concurren en cada caso. 

#### **SALUD Y SEGURIDAD LABORAL**

En BBVA se considera la promoción de la seguridad y la salud como uno de los principios básicos y objetivos fundamentales a los que se atiende por medio de la mejora continua de las condiciones de trabajo. Esta política se lleva a cabo por medio del Servicio de prevención de riesgos laborales, que establece con carácter anual un Plan de actuación en materia de seguridad y salud laboral cuyas medidas son implantadas progresivamente en dos áreas: técnico-preventiva y medicina del trabajo.

- Área técnico-preventiva:  
En el 2008, BBVA Banco Francés ha llevado a cabo el ciclo Salud para vos varias charlas y talleres sobre temas de la salud cotidiana.
- Área de medicina del trabajo

BBVA España instaló en sus edificios singulares Espacios cardioprottegidos que son puntos de emergencia cardiaca. Además se ha preparado un plan de formación en primeros auxilios destinado a empleados cuya función pueda requerir su intervención en situaciones de emergencia

Igualmente durante el 2008 hubo 17.913 citaciones para reconocimientos médicos además de 1.814 acciones preventivas para mejorar las condiciones laborales, de las cuales 445 fueron para la adecuación de necesidades ergonómicas en los puestos de

trabajo con especial atención a los puestos de trabajadoras embarazadas y el resto informes técnicos y evaluaciones de puesto de trabajo, de puesto de personal sensible y de oficinas. Toda la información relativa a salud laboral está disponible para todos los empleados en la intranet de la entidad.

BBVA asume un modelo de prevención participativo, basado en el derecho de los trabajadores a participar activamente en todo aquello que pueda afectar a su seguridad y salud en el trabajo, para emprender las acciones necesarias para su protección: su aplicación alcanza el 100 % de la plantilla en toda España. Para ello se dispone de los cauces representativos establecidos legalmente, entre ellos destacamos el papel de la participación sindical.

En este sentido existen figuras y órganos específicos que desarrollan esta labor, como los comités de seguridad y salud o el comité estatal de seguridad y salud. 

Tasa de absentismo por países (Porcentaje)

|                 | 2008 | 2007 <sup>(1)</sup> | 2006 |
|-----------------|------|---------------------|------|
| España          | 3,03 | 2,77                | 2,74 |
| México          | 0,47 | 1,42                | 1,70 |
| Argentina       | 1,10 | 2,66                | 1,96 |
| Chile           | 4,76 | 4,02                | 4,90 |
| Colombia        | 0,64 | 1,70                | 1,14 |
| Panamá          | 0,93 | 0,50                | 0,68 |
| Paraguay        | 0,25 | 0,36                | 0,30 |
| Perú            | 0,56 | 1,00                | 0,93 |
| Puerto Rico     | 2,00 | 3,00                | 3,67 |
| Venezuela       | 2,83 | 1,70                | 6,00 |
| Uruguay         | 1,52 | 2,01                | 2,88 |
| Media del grupo | 1,66 | –                   | –    |

(1) Se ha rectificado el dato correspondiente al 2007 de Puerto Rico y Chile debido a la inclusión errónea de las licencias por maternidad para el cálculo del absentismo.

Alcance: Grupo BBVA.

# COMPRAS RESPONSABLES

**COMPRA RESPONSABLE ES AQUELLA QUE SE REALIZA TENIENDO EN CUENTA LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y SOCIALES, DIRECTOS E INDIRECTOS, QUE PUEDE GENERAR LA ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.**

**3.523**

Nº de proveedores (con volumen de facturación anual superior a 100.000 euros)

**85%**

Compras homologadas (España)

**82**

Índice de satisfacción de proveedores (Escala 1-100, España)

**2.890**

Nº de proveedores a los que se les ha distribuido el pacto de Naciones Unidas

## POLÍTICA Y MODELO CORPORATIVO DE COMPRAS

La unidad de Compras, Inmuebles y Servicios ha dado un nuevo impulso en el 2008 al modelo corporativo de compras del Grupo BBVA con el

fin de conseguir con su evolución una homogeneización de los procesos y el control interno a nivel global. Así, se ha implantado un procedimiento general para la adquisición de bienes y contratación de servicios que desarrolla los principios del modelo global de compras del Grupo.

En este sentido destaca la separación de las funciones corporativas y las funciones país manteniendo un equilibrio entre gestión corporativa y gestión local. Esto permite la especialización de los gestores de compras de cada país en sus mercados locales.

Así, BBVA apuesta por una relación con sus proveedores basada en dos aspectos esenciales:

- La aplicación de criterios de objetividad, transparencia, profesionalidad e igual-

dad de oportunidades tanto en la selección de proveedores, como en la relación con ellos;

- El impulso entre sus proveedores de principios de ética y responsabilidad corporativa.

La encuesta de satisfacción de proveedores se efectúa con periodicidad bienal en España. Los datos de España en la edición del año 2008 reflejan una puntuación de 82, que mantiene el alto nivel de la edición pasada.

Para equiparar oportunidades entre las empresas locales y las grandes corporaciones, el Grupo BBVA efectúa sus adquisiciones por medio de proveedores locales. En el 2008 aproximadamente el 64 % de las adquisiciones del Grupo se han realizado a proveedores locales.

En consonancia con la responsabilidad social extendida a los proveedores, BBVA establece controles



### Índice de satisfacción de proveedores<sup>(1)</sup>

(Escala 1-100)

|  | 2008 | 2006 | 2004 |
|--|------|------|------|
|  | 82   | 82   | 74   |

(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<sup>(1)</sup>

|               | 100.000-300.000 € |              |              | 300.000-1.000.000 € |            |            | Más 1.000.000 € |            |            | Total proveedores |              |              |
|---------------|-------------------|--------------|--------------|---------------------|------------|------------|-----------------|------------|------------|-------------------|--------------|--------------|
|               | 2008              | 2007         | 2006         | 2008                | 2007       | 2006       | 2008            | 2007       | 2006       | 2008              | 2007         | 2006         |
| España        | 905               | 819          | 750          | 432                 | 419        | 414        | 292             | 298        | 239        | 1.629             | 1.536        | 1.403        |
| México        | 328               | 315          | 533          | 179                 | 175        | 242        | 168             | 168        | 185        | 675               | 658          | 960          |
| Resto América | 666               | 590          | 466          | 333                 | 284        | 234        | 156             | 122        | 132        | 1.155             | 996          | 832          |
| Resto Grupo   | 38                | 32           | 92           | 19                  | 22         | 36         | 4               | 4          | 6          | 61                | 58           | 134          |
| <b>Total</b>  | <b>1.937</b>      | <b>1.756</b> | <b>1.841</b> | <b>963</b>          | <b>900</b> | <b>926</b> | <b>620</b>      | <b>592</b> | <b>562</b> | <b>3.520</b>      | <b>3.248</b> | <b>3.329</b> |

(1) Número de proveedores clasificados por volumen de facturación superior a 100.000 euros.  
Alcance: Grupo BBVA (excepto BBVA Compass)

cuando se hacen compras con un importe significativo de facturación e implican la subcontratación de productos en países emergentes. En estos casos se llevan a cabo 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 2008 todos los contratos establecidos han sido pagados en las condiciones acordadas.

Como muestra de nuestra apuesta por la contratación y compra responsable, el Grupo BBVA ha estado presente en diversos eventos y jornadas sobre compras sostenibles, como el I Congreso Estatal de Compra Ética organizado por AERCE (Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamiento) e IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria); o el acto de presentación de la «Guía Técnica para la Compra Sostenible» editada igualmente por AERCE. Asimismo el Grupo BBVA participó activamente en el desayuno de trabajo «Contratación y Compra Sostenible» organizado por Garrigues.

### PRINCIPIOS APLICABLES A LOS INTERVINIENTES EN EL PROCESO DE APROVISIONAMIENTO DE BBVA

Uno de los criterios que marca la relación del Grupo BBVA con sus proveedores se incluye en el Código de Conducta del Grupo BBVA, el cual establece 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».

El Grupo BBVA cuenta con unos Principios de Aplicación a los Intervinientes en el Proceso de aprovisionamiento, un documento que desarrolla los puntos del Código de Conducta que son de especial aplicación a todas las funciones que intervienen en este proceso, las cuales se rigen por el respeto a la legalidad vigente en cada uno de los ámbitos geográficos en que se realiza su actividad. Concretamente, en cuanto a la relación del Grupo BBVA con sus proveedores, se establecen y desarrollan los siguientes principios y pautas generales: respeto a la legalidad, compromiso con la integridad, concurrencia, objetividad, transparencia, creación de valor y confidencialidad.

### SISTEMA DE HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

Una de las líneas de trabajo desarrollada en 2008 es la que permitirá la homogeneización a nivel global del proceso de homologación de proveedores

del Grupo a los proveedores más significativos que tiene por objeto, principalmente, la validación de sus capacidades productivas, técnicas, financieras, jurídicas y comerciales, así como el grado de involucración en aspectos de responsabilidad corporativa.

Un aspecto específico en el sistema de homologación es la valoración, in situ, que se realiza a proveedores en países emergentes cuando las características del aprovisionamiento lo aconsejan

Durante el año 2008 se han incluido en los cuestionarios de homologación del Grupo preguntas relativas al cumplimiento de los diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y, entre la documentación solicitada, se pide una declaración firmada del cumplimiento de dichos principios.

Así mismo también se han incorporado criterios de responsabilidad corporativa a los cuestionarios de homologación del Grupo.

En el año 2007 Grupo BBVA difundió los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas a la mayor parte de proveedores en España (1.444).

Durante el 2008 la entidad ha querido ampliar este compromiso, trasladándolo hacia el resto de países donde tiene presencia: Argentina (180), Colombia (694), México (140), Perú (34), Puerto Rico (87), Venezuela (211) y Estados Unidos (100).

### Homologación de proveedores

|                                                                                                          | 2008 | 2007 | 2006 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|
| Número de proveedores que han pasado por el proceso de homologación                                      | 535  | 528  | 559  |
| Porcentaje de compras a proveedores que han participado en el proceso de homologación (%) <sup>(1)</sup> | 85   | 84   | 76   |
| Número de proveedores que no han superado el proceso de homologación                                     | 48   | 33   | 13   |

(1) El porcentaje de compras es una estimación calculada a partir del volumen de facturación del año pasado.  
Alcance: España.

### HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y APROVISIONAMIENTO

Desde la unidad de Compras, Inmuebles y Servicios se ha coordinado en el 2008 el diseño del proyecto «Global Procurement System», que tiene como

fin conseguir la implantación de una nueva plataforma corporativa que permitirá, principalmente, establecer un modelo global de procesos homogéneo, mejorar el control interno y servir como una herramienta común para todo el Grupo con la que dar soporte al ciclo completo de aprovisionamiento, teniendo en cuenta las necesidades o requerimientos locales concretos.

Por otro lado BBVA utiliza la plataforma de comercio electrónico Adquira ([www.adquira.es](http://www.adquira.es)), por medio de la cual se realizan solicitudes de ofertas, y pedidos automáticos, así como diversos tipos de negociaciones. Todo ello en un marco eficiente y transparente, tanto en el ámbito interno como externo, que optimiza el proceso de negociación y mejora el servicio ofrecido al cliente interno. 

### PROYECTOS RESPONSABLES CON PROVEEDORES

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

Entre estos proyectos, los más destacados son los siguientes:

- BBVA España:
  - En España, el Grupo BBVA, continúa con la contratación de servicios de limpieza con centros especiales de empleo, empresas cuya plantilla está compuesta en un 70 % por personas con discapacidad y han supuesto un volumen de compras de 479.390 euros en el 2008.
- BBVA Colombia:
  - Contratación con la Fundación Granahorrar de determinados servicios de mantenimiento de cajeros automáticos, por personas con discapacidad.
  - Contratación del servicio de atención al conmutador en varios edificios, atendido en lo posible por personal discapacitado.
  - Implementado proceso para la recogida de cartuchos originales vacíos de tóner.

# GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO

**PARA BBVA EL CAMBIO CLIMÁTICO ES UN DESAFÍO QUE CONLLEVA RIESGOS Y OPORTUNIDADES. EN SU APUESTA POR DESARROLLAR UN MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE QUE CONTRIBUYA A LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO, EL GRUPO SE HA MARCADO UNA SERIE DE AMBICIOSOS OBJETIVOS PARA EL PERIODO 2008-2012.**

**-4%**

Reducción del consumo de papel por empleado en 2008

**9.080**

Empleados en centros con certificación ISO 14001 (8 % total empleados)

**794**

Salas equipadas con video conferencias en 2008

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 (gestión de sus inmuebles, uso de papel, viajes, etc- [impactos directos]) como, y muy especialmente,

mediante las consecuencias que para el medio ambiente tienen los productos y servicios que ofrece, especialmente los relacionados con las actividades de financiación, la gestión de activos y la gestión de su cadena de proveedores (impactos indirectos).

**La nueva sede de Paraguay aspira a conseguir la certificación LEED. Esta certificación es un sistema de vanguardia para diseñar, construir, operar y certificar los edificios más verdes del mundo:**

BBVA Paraguay comenzó en noviembre de 2008 la construcción del primer edificio ecoeficiente del país que aspira a conseguir la certificación LEED plata de nueva construcción, una de las líneas de actuación del Plan Global de Ecoeficiencia (2008-2012). Se trata del primer edificio de Paraguay que aspira a obtener la certificación y por lo tanto a convertirse en un ejemplo de construcción sostenible.

La certificación LEED es un sistema de vanguardia para diseñar, construir, operar y certificar los edificios más verdes del mundo. Es un enfoque para estimular y guiar el proceso de la construcción por medio de la colaboración y el diseño integrado, que destaca por los mejores factores económicos y ambientales. Hay cuatro categorías según el nivel: Certificado, Plata, Oro y Platino.

Tiene su origen en grupos de profesionales de la construcción en EE.UU que fundan la USGBC (United States Green Building Council, [www.usgbc.org](http://www.usgbc.org)), el organismo que garantiza estas certificaciones.

La certificación LEED ofrece una diferenciación en el mercado mediante una marca reconocible. Incrementa las tasas de ocupación, reduce los costes operativos, aumenta el valor del edificio como activo, eleva la satisfacción de los usuarios, aumenta la productividad y reduce el absentismo.

Y lo más destacado es la drástica reducción de su impacto ambiental: ahorra un 30% de energía, disminuye un 35% la emisión de gases de efecto invernadero, ahorra entre un 30-50% el consumo de agua y reduce entre el 50-90% el coste de gestión de residuos. 



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 ambientales en el conjunto de actividades que desarrolla BBVA, haciendo de estos criterios un elemento diferencial y de ventaja competitiva. El desarrollo de la citada política se lleva a cabo por medio de un sistema de gestión ambiental de carácter integral y global que gestiona los diferentes impactos ambientales del grupo tanto directos como indirectos. Los objetivos generales de la política medioambiental son:

1. Cumplimiento de la normativa ambiental vigente donde el Grupo BBVA opere.
2. Mejora continua en la identificación y gestión de los riesgos medioambientales de las operaciones financieras y de inversión del Grupo.
3. Desarrollo de productos y servicios financieros con beneficio medioambiental.
4. Ecoeficiencia en el uso de recursos naturales, fijación y cumplimiento de objetivos de mejora.
5. Gestión de impactos directos a través de un sistema de gestión ambiental cuyos principales componentes serán certificados con la ISO14001.
6. Influencia positiva en el comportamiento ambiental de los grupos de interés mediante la comunicación, concienciación y sensibilización sobre la importancia del medio ambiente como variable adicional de gestión empresarial y personal.
7. Informar, concienciar, sensibilizar y formar a sus empleados en materia ambiental.
8. Apoyar el mecenazgo, el voluntariado y la investigación medioambiental.
9. Apoyo a las principales iniciativas internacionales de lucha y prevención del cambio climático.

#### IMPACTOS DIRECTOS: PLAN GLOBAL DE ECOEFICIENCIA 2008-2012

El primer paso para una buena gestión de la huella medioambiental es la recopilación y seguimiento de indicadores ambientales. Esta labor viene desempeñándose en el Grupo BBVA a partir de 2004 y desde entonces se han incorporando mejoras relativas a su metodología, alcance y calidad.

BBVA presentó el pasado 21 de noviembre de 2008 su Plan Global de Ecoeficiencia para el periodo 2008-2012, convirtiéndose así en la primera entidad

financiera española en lanzar un plan de tales características. Con un presupuesto comprometido de 19 millones de euros, la puesta en marcha de las numerosas iniciativas planificadas supondrán un ahorro anual de 1,5 millones de euros a partir del 2012.

El plan cuenta con cinco bloques de líneas de actuación y numerosas iniciativas en cada una de ellas. Se gestiona a través de un cuadro de mando en el que destacan seis indicadores concretos asociados a seis objetivos para el 2012 con objeto de facilitar el seguimiento y la valoración de su cumplimiento.

#### Plan Global Ecoeficiencia 08-12



#### Objetivos a 2012 (por empleado)

|                                                   |                                                 |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| -20%                                              | CO <sub>2</sub>                                 |
| -10%                                              | Papel                                           |
| -7%                                               | Agua                                            |
| -2%                                               | Energía (electricidad)                          |
| 20%                                               | Empleados en edificios ISO 14001 (26.000 empl.) |
| Sedes LEED oro (15.500 personas; Madrid y México) |                                                 |

Año base 2007



**SEGUIMIENTO DE LA HUELLA AMBIENTAL.** Se ha mejorado en el proceso de seguimiento de la huella ambiental del Grupo, tanto en la metodología de recopilación de información como en su alcance. Este año se ha conseguido consolidar toda la información relativa a Estados Unidos, lo cual supone un avance en cuanto a alcance se refiere. También se ha recopilado la información para América del Sur de una manera más detallada y precisa. En los casos en los que se ha dispuesto de mejor información respecto a ejercicios anteriores se han recalculado los datos correspondientes.

## EMISIONES CO<sub>2</sub>

|                                 | España |         |         | México  |         |         | América del Sur <sup>(1)</sup> |        |        | EE.UU. |       |       | Total   |         |         |
|---------------------------------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------------------|--------|--------|--------|-------|-------|---------|---------|---------|
|                                 | 2008   | 2007    | 2006    | 2008    | 2007    | 2006    | 2008                           | 2007   | 2006   | 2008   | 2007  | 2006  | 2008    | 2007    | 2006    |
| Total (t)                       | 96.844 | 102.573 | 113.884 | 115.675 | 118.000 | 129.091 | 63.997                         | 72.128 | 63.906 | 76.305 | 4.232 | n.d.  | 352.821 | 296.933 | 306.881 |
| Total por empleado (t/empleado) | 3,33   | 3,30    | 3,72    | 3,35    | 3,35    | 3,93    | 2,03                           | 2,32   | 2,12   | 6,12   | 1,03  | n.d.  | 3,28    | 2,93    | 3,16    |
| Otros combustibles fósiles (t)  | 1.878  | 2.038   | 2.035   | 1.272   | 1.250   | 1.391   | 1.005                          | 1.055  | 584    | 133    | n.d.  | n.d.  | 4.288   | 4.343   | 4.010   |
| Electricidad (t)                | 77.637 | 81.565  | 84.748  | 104.339 | 105.204 | 105.684 | 55.648                         | 63.544 | 60.728 | 70.233 | n.d.  | 8.518 | 307.857 | 250.313 | 259.678 |
| Electricidad/empleado (t)       | 2,67   | 2,62    | 2,77    | 3,02    | 2,99    | 3,22    | 1,77                           | 2,04   | 2,01   | 5,64   | n.d.  | 2,34  | 2,86    | 2,57    | 2,67    |
| Viajes (t)                      | 17.333 | 18.970  | 25.387  | 10.063  | 11.546  | 20.870  | 7.344                          | 7.529  | 1.859  | 5.939  | 4.232 | n.d.  | 40.679  | 42.277  | 48.116  |

(1) Incluidos datos de Portugal.

Otros combustibles fósiles: gas natural y gasoil.

Las emisiones derivadas de los viajes son aquellas consecuencia de los viajes de trabajo realizados tanto en coche como en avión por empleados.

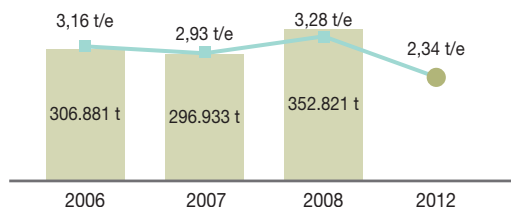
El crecimiento de las emisiones por empleado es consecuencia del aumento del alcance (incluimos datos de EE.UU.), el factor de emisión asociado al mix energético para EE.UU es relativamente elevado en comparación con otros países.

Se han producido modificaciones en los datos de 2007 al disponer de mejor información.

n.d.: Información no disponible.

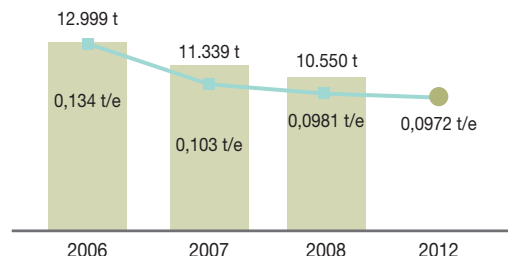
Alcance: Grupo BBVA (edificios centrales y oficinas del banco).

## Emisiones CO<sub>2</sub>



Alcance: Grupo BBVA (edificios centrales y oficinas del banco).

## Consumo de papel



Alcance: Grupo BBVA (edificios centrales y oficinas del banco).

## Consumo de papel

|                                          | España |       |       | México |        |       | América del Sur <sup>(1)</sup> |        |        | EE.UU. |        |      | Total  |        |        |
|------------------------------------------|--------|-------|-------|--------|--------|-------|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|------|--------|--------|--------|
|                                          | 2008   | 2007  | 2006  | 2008   | 2007   | 2006  | 2008                           | 2007   | 2006   | 2008   | 2007   | 2006 | 2008   | 2007   | 2006   |
| Total papel (t)                          | 6.303  | 7.619 | 6.839 | 1.959  | 1.817  | 4.684 | 1.611                          | 1.519  | 1.475  | 677    | 384    | 2    | 10.550 | 11.339 | 12.999 |
| Papel por empleado (t/empleado)          | 0,217  | 0,250 | 0,224 | 0,0667 | 0,0516 | 0,143 | 0,0512                         | 0,0489 | 0,0491 | 0,0543 | 0,0294 | n.d. | 0,0981 | 0,103  | 0,134  |
| % Papel respetuoso con el medio ambiente | 65     | 37    | 61    | 36     | n.d.   | n.d.  | 24                             | 20     | n.d.   | 69     | 35     | n.d. | 54     | 29     | 32     |

(1) Incluidos datos de Portugal.

Papel respetuoso con el medio ambiente: papel FSC, ECF y reciclado.

(FSC): Certificación promovida por el *Forest Stewardship Council*, asegura que los bosques de los cuales se aprovechan sus recursos se gestionan de manera responsable y que el papel mantiene su trazabilidad durante todo el proceso. ECF: Este certificado garantiza que en el proceso de fabricación del papel no se utiliza cloro elemental).

Se han producido modificaciones en los datos de 2007 y 2006 al disponer de mejor información.

n.d.: Información no disponible.

Alcance: Grupo BBVA (edificios centrales y oficinas del banco).

## Consumo de agua

|                                  | España  |         |         | México  |         |         | América del Sur <sup>(1)</sup> |         |         | EE.UU.  |      |         | Total     |           |           |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------------------|---------|---------|---------|------|---------|-----------|-----------|-----------|
|                                  | 2008    | 2007    | 2006    | 2008    | 2007    | 2006    | 2008                           | 2007    | 2006    | 2008    | 2007 | 2006    | 2008      | 2007      | 2006      |
| Total (m³)                       | 664.454 | 755.944 | 910.437 | 928.188 | 926.543 | 937.567 | 928.461                        | 801.949 | 858.220 | 495.442 | n.d. | 132.017 | 3.016.545 | 2.484.436 | 2.838.241 |
| Total por empleado (m³/empleado) | 22,9    | 24,3    | 29,8    | 26,9    | 26,3    | 28,5    | 29,5                           | 25,8    | 29,5    | 39,8    | n.d. | 36,2    | 28,1      | 25,5      | 29,5      |

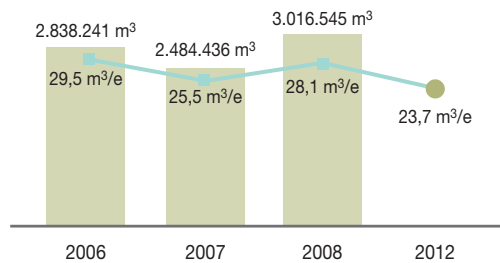
(1) Incluidos datos de Portugal.

Se han producido modificaciones en los datos del 2007 por disponer de mejor información.

n.d.: Información no disponible.

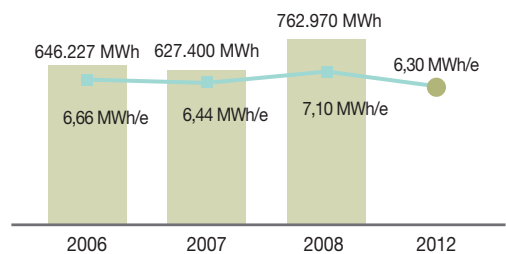
Alcance: Grupo BBVA (edificios centrales y oficinas del banco).

## Consumo de agua



Alcance: Grupo BBVA (edificios centrales y oficinas del banco).

## Consumo eléctrico



Alcance: Grupo BBVA (edificios centrales y oficinas del banco).

## Consumo de energía

|                                   | España  |         |         | México  |         |         | América del Sur <sup>(1)</sup> |         |         | EE.UU.  |      |        | Total   |         |         |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------------------|---------|---------|---------|------|--------|---------|---------|---------|
|                                   | 2008    | 2007    | 2006    | 2008    | 2007    | 2006    | 2008                           | 2007    | 2006    | 2008    | 2007 | 2006   | 2008    | 2007    | 2006    |
| Total (MWh)                       | 232.318 | 221.558 | 229.743 | 207.177 | 206.217 | 207.664 | 217.641                        | 217.282 | 212.386 | 123.083 | n.d. | 12.600 | 780.219 | 645.057 | 662.393 |
| Total por empleado (MWh/empleado) | 7,99    | 7,10    | 7,50    | 5,99    | 5,90    | 6,30    | 6,92                           | 7,00    | 7,10    | 9,88    | n.d. | 3,50   | 7,26    | 6,70    | 6,80    |
| Electricidad (MWh)                | 224.443 | 212.964 | 221.273 | 202.416 | 201.540 | 202.460 | 213.527                        | 212.896 | 209.894 | 122.584 | n.d. | 12.600 | 762.970 | 627.400 | 646.227 |
| Electricidad por empleado (MWh)   | 7,72    | 6,85    | 7,24    | 5,86    | 5,73    | 6,16    | 6,79                           | 6,85    | 7,00    | 9,84    | n.d. | 3,46   | 7,10    | 6,44    | 6,65    |
| Otros combustibles fósiles (MWh)  | 7.875   | 8.593   | 8.469   | 4.761   | 4.678   | 5.204   | 4.114                          | 4.386   | 2.492   | 499     | n.d. | n.d.   | 17.249  | 17.657  | 16.165  |

(1) Incluidos datos de Portugal.

El consumo indirecto de energía durante este año ha sido de 2.211.474 MWh Según Energy Balance Sheet, Energy Protocol (GRI).

Otros combustibles fósiles se refiere al consumo de gas natural y de gasoil.

1kWh = 3,6 GJ.

Se han producido modificaciones en los datos de 2007 y 2006 al disponer de mejor información.

n.d.: Información no disponible.

Alcance: Grupo BBVA (edificios centrales y oficinas del banco).

## Videoconferencias

|                                       | España |       |       | México |       |      | América del Sur <sup>(1)</sup> |       |      | EE.UU. |       |      | Total  |        |       |
|---------------------------------------|--------|-------|-------|--------|-------|------|--------------------------------|-------|------|--------|-------|------|--------|--------|-------|
|                                       | 2008   | 2007  | 2006  | 2008   | 2007  | 2006 | 2008                           | 2007  | 2006 | 2008   | 2007  | 2006 | 2008   | 2007   | 2006  |
| Videoconferencias                     | 5.532  | 4.358 | 3.550 | 1.502  | 1.283 | 974  | 1.283                          | 1.269 | 782  | 14.737 | 6.598 | 379  | 23.054 | 13.508 | 5.685 |
| Salas equipadas con videoconferencias | 646    | 447   | 310   | 37     | 34    | 12   | 69                             | 58    | 41   | 42     | 9     | 5    | 794    | 548    | 368   |

(1) Incluidos datos de Portugal.

Alcance: Grupo BBVA (edificios centrales y oficinas del banco).

## Residuos gestionados

|                                                        | España    |         |         | México  |        |         | América del Sur <sup>(1)</sup> |         |         | EE.UU. |         |         | Total     |           |           |
|--------------------------------------------------------|-----------|---------|---------|---------|--------|---------|--------------------------------|---------|---------|--------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|
|                                                        | 2008      | 2007    | 2006    | 2008    | 2007   | 2006    | 2008                           | 2007    | 2006    | 2008   | 2007    | 2006    | 2008      | 2007      | 2006      |
| Papel (Kg)                                             | 2.137.847 | 927.869 | 534.428 | 324.720 | 72.670 | 208.000 | 241.201                        | 286.252 | 541.623 | n.d.   | n.d.    | 143.061 | 2.703.768 | 1.286.791 | 1.427.112 |
| Toner (Kg)                                             | 32.305    | 59.000  | 23.100  | n.d.    | n.d.   | 53.992  | 14.408                         | 11.882  | 7.652   | 144    | n.d.    | 895     | 46.857    | 70.882    | 85.639    |
| Aparatos eléctricos y electrónicos (Kg) <sup>(2)</sup> | 152.131   | 277.317 | 128.370 | 20.650  | 22.279 | 13.171  | 47.047                         | 92.535  | 42.083  | 1.887  | 610.758 | n.d.    | 221.715   | 1.002.889 | 183.624   |
| Material informático donado (kg)                       | 25.455    | 1.847   | n.d.    | 1.610   | n.d.   | n.d.    | 2.393                          | 1.022   | n.d.    | n.d.   | n.d.    | n.d.    | 29.458    | 2.869     | n.d.      |

(1) Incluidos datos de Portugal.

(2) Incluye material informático donado.

Se han producido modificaciones en los datos de 2007 al disponer de mejor información.

El valor elevado de residuo de papel gestionado es consecuencia de los papeles con logos antiguos que han sido enviados a reciclar.

n.d: Información no disponible.

Alcance: Grupo BBVA (edificios centrales y oficinas del banco).

## ISO 14001

|                                    | España |       |       | México |      |      | Total |       |       |
|------------------------------------|--------|-------|-------|--------|------|------|-------|-------|-------|
|                                    | 2008   | 2007  | 2006  | 2008   | 2007 | 2006 | 2008  | 2007  | 2006  |
| Edificios                          | 10     | 7     | 2     | 2      | n.d. | n.d. | 12    | 7     | 2     |
| Personas en edificios certificados | 8.110  | 4.710 | 2.450 | 970    | n.d. | n.d. | 9.080 | 4.710 | 2.450 |

(1) Incluidos datos de Portugal.

n.d: Información no disponible.

Alcance: Grupo BBVA (edificios centrales y oficinas del banco).

## CAMBIO CLIMÁTICO: RIESGO Y OPORTUNIDAD

Para el Grupo BBVA el cambio climático supone un desafío que conlleva tanto riesgos 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 dicho proceso. Por eso, el 2008 ha sido un año de trabajo en la suma a diversas iniciativas y en el desarrollo y estudio de productos y servicios que contribuyen a la protección del clima. Igualmente en el 2008 se han producido importantes mejoras en los sistemas de gestión de riesgos ambientales tanto en la financiación de grandes proyectos de infraestructuras como en la gestión de los perfiles crediticios de prestatarios en función a su comportamiento medioambiental. Ver capítulo de Finanzas responsables.

En este sentido en el 2008 el Grupo sigue apoyando iniciativas internacionales como es el Carbon Disclosure Project, iniciativa de transparencia informativa sobre las implicaciones de las empresas en el cambio

climático. Igualmente sigue comprometido con UNEP FI y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Otras medidas con implicaciones medioambientales desarrolladas por el Grupo en el 2008 han sido:

- Comercialización de más de un millón de toneladas de CO<sub>2</sub> en el seno de los mecanismos de *carbon trading* establecidos en el Protocolo de Kioto.
- Lanzamiento de un innovador y sostenible proyecto de construcción de su nueva sede corporativa del Grupo en Madrid que contará con la prestigiosa certificación Leadership in Energy and Environmental Design LEED. Otro tanto se ha hecho con la nueva sede corporativa de BBVA en Mexico DF, en Paraguay y en la nueva universidad corporativa en Madrid.
- Organización de jornadas de fomento de la inversión en energía fotovoltaica.
- En Banca Corporativa BBVA sigue financiando, 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).

- BBVA mantiene una posición de liderazgo mundial en la financiación de energías renovables (eólicas y fotovoltaicas mayoritariamente) y fomenta activamente su recomendación a clientes de gestión de patrimonios.
- BBVA aplica los Principios de Ecuador a proyectos por un total de más de 4.900 millones de euros desde el 2006.
- BBVA Asset Management lanzó una campaña entre clientes para reducir el consumo de papel.
- En México la Fundación y el Centro de Información y Comunicación Ambiental de Norteamérica organizaron la conferencia «Cambio Climático Global: un tema que nos toca a todos».
- A través de RR.HH (pasión por las personas) se pone a disposición de los empleados en España en condiciones muy ventajosas vehículos híbridos así como electrodomésticos ecoeficientes.
- Jornadas de reforestación en México y España en el seno de los programas de voluntariado.
- Implantación de iniciativas de Green IT por parte del área de Tecnología y Operaciones para reducir el consumo energético de los servidores centrales.
- En Colombia y Perú, dentro del Plan Global de Ecoeficiencia lanzamiento de campañas de concienciación a los empleados.
- BBVA ha compensado las emisiones asociadas a la edición de su Informe Anual 2008 y su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 en el proyecto “Compostaje orgánico para comercio justo en México” incluido en la iniciativa CeroCO<sub>2</sub>, para el cuidado del clima. El proyecto reduce las emisiones de metano, un gas con un potencial de invernadero 21 veces mayor que el CO<sub>2</sub>. 

#### FORMACIÓN, SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL Y MECENAZGO MEDIOAMBIENTAL

banking: Programa de capacitación virtual sobre

En el 2008 545 empleados han sido formados en materia medioambiental (riesgos ambientales, certificación LEED, ISO 14001, ecoeficiencia), incluyendo los que han participado en los cursos del Proyecto Eco-

"Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales" y de "Ecoeficiencia Corporativa en Instituciones corporativas", iniciativa del Grupo Regional Latinoamericano de la iniciativa financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (LATF UNEP FI) e INCAE Business School, con el apoyo del Proyecto Ecobanking en el que BBVA ha aportado el 10% del total de los participantes.

El boletín de información *Actualidad Ambiental*, que durante el 2008 ha llegado al número 100 y es desde entonces accesible a todos los empleados del Grupo a través de la intranet, es una importante herramienta para concienciar e integrar la preocupación por el medio ambiente dentro de la actividad del Grupo. También en la intranet se han hecho cinco encuestas sobre temas medioambientales en las que han participado más de 2.000 personas en España. 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.

En mecenazgo medioambiental la Fundación BBVA cuenta con ambiciosos programas de apoyo al medio ambiente. Destaca el premio Fronteras del Conocimiento que en la categoría de Cambio Climático está dotado con 400.000 €. El Premio Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento 2008 en la categoría de Cambio Climático se concedió al investigador estadounidense Wallace S. Broecker, primer científico que alertó del calentamiento global. El jurado del premio destacó el carácter pionero del trabajo de Broecker y las aportaciones realizadas por este científico estadounidense al conocimiento de los llamados «fenómenos abruptos», procesos que desencadenan cambios extremos en el clima. Además la Fundación BBVA ([www.fbbva.org](http://www.fbbva.org)) lanzó en el 2008 la IV convocatoria de Ayudas a la investigación en Medio Ambiente en las áreas de Ecología y Biología de la Conservación con una dotación de 3,6 millones de euros para la financiación de 18 proyectos de investigación.

# COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

**LAS GRANDES EMPRESAS DEBEN COMPROMETERSE A LA SUPERACIÓN DE LOS GRANDES DESAFÍOS DE LAS SOCIEDADES DEL SIGLO XXI. EN EL 2008 BBVA HA CONSOLIDADO EL PROGRAMA DE BECAS NIÑOS ADELANTE REFORZANDO DE ESTE MODO SU DIFERENCIAL APUESTA POR LA EDUCACIÓN.**

**85,3**

Total de recursos destinados (millones de euros)

**24 %**

Incremento sobre recursos destinados en el 2007

**12,1**

Recursos destinados al «Programa niños adelante» en América Latina (millones de euros)

**47.104**

Niños becados «Programa niños adelante» en América Latina

## ASUNTOS 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 de Grupo BBVA. Este compromiso es el motor que impulsa a la acción de la compañía de muy diversas formas.

La principal contribución del Grupo BBVA a la sociedad tiene lugar por medio de su actividad como entidad financiera. 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.

Además, el Grupo canaliza por medio de una importante política de compromiso con la sociedad actuaciones específicas sin ánimo de lucro y orientadas a contribuir directamente al bienestar y a la satisfacción de necesidades básicas. El foco principal de estas actuaciones es la educación.

En el 2008 y ante el entorno de crisis global, BBVA ha seguido reforzando este compromiso que se pone claramente de manifiesto con el aumento de los recursos destinados a este rubro de compromiso con la sociedad que pasa de 69 a 85,3 millones de euros. De forma progresiva está introduciendo mejoras en el sistema de evaluación, seguimiento y ges-

## «Premios Fundación BBVA fronteras del conocimiento»

Creados en el 2008, quieren incentivar la investigación y la creación cultural, al reconocer no solo las aportaciones decisivas a la ciencia, sino también los esfuerzos para afrontar los importantes desafíos del siglo XXI: cambio climático, cooperación al desarrollo y el bienestar de amplias zonas del planeta. Los premios tienen una periodicidad anual y abarcan las siguientes categorías, cada una de ellas dotada con 400.000 euros, cuantía sólo superada por los Premios Nobel :

- ciencias básicas (física, química, matemáticas);
- biomedicina;
- ecología y biología de la conservación;
- tecnologías de la información y de la comunicación;
- economía, finanzas y gestión de empresas;
- artes (música, pintura, escultura, arquitectura);
- cambio climático;
- cooperación al desarrollo;



### «Programa niños adelante» BBVA Banco Francés

Por medio del «Programa niños adelante», BBVA Banco Francés entregó un total de 800 becas de integración durante el ejercicio 2008, con un significativo incremento respecto a las 172 concedidas en el 2007. La ayuda económica se otorga a los jóvenes con bajos recursos pero con buenas calificaciones. Se administra a través de una tarjeta, generando así la cultura de operar en el sistema bancario y facilitando su inclusión en el mismo.

Adicionalmente, el Banco hace un seguimiento de cómo se utiliza la ayuda y a su vez enseña a los adolescentes a cumplir con sus compromisos financieros, llevando a cabo una labor didáctica de consumo racional. 

ción del impacto de sus actuaciones, con el propósito de mejorar su contribución positiva a la sociedad.



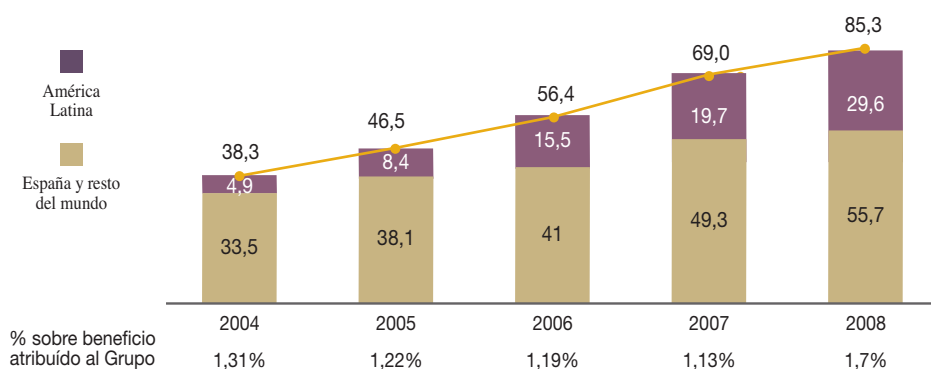
BBVA forma parte del grupo de trabajo London Benchmarking Group en España que utiliza un modelo común de medición para valorar las actividades que nacen del compromiso del sector privado con la comunidad, tanto en su aspecto económico, como en el del impacto social que producen sus contribuciones.

El «Plan de acción social para América Latina» y el «Plan de acción social para España» están avalados por el «Plan estratégico de responsabilidad

corporativa», aprobado en mayo del 2008. Ambos planes de acción social tienen como núcleo fomentar la educación en general y a la educación financiera en particular. El Grupo BBVA considera que son instrumentos valiosos para el desarrollo y el progreso de las sociedades en las que tiene presencia.

Las múltiples entidades y departamentos del Grupo están implicados de forma activa para conseguir el fomento del bienestar en la comunidad y en especial lo hacen las seis fundaciones de BBVA que gestionan más de la mitad de los recursos destinados a este fin.

### Recursos destinados por el Grupo BBVA y sus fundaciones<sup>(1)</sup> (Millones de euros)



(1) 2006 a 2008 incluye tanto las aportaciones realizadas por cada uno de los países de América Latina como aquellas realizadas directamente desde España, a favor de estos países.

Alcance: Grupo BBVA

## Recursos destinados por el Grupo BBVA y sus fundaciones<sup>(1)</sup> (Miles de euros)

|                                                       | 2008 <sup>(2)</sup> | 2007            | 2006            |
|-------------------------------------------------------|---------------------|-----------------|-----------------|
| <b>Por entidad</b>                                    |                     |                 |                 |
| Grupo BBVA en España y resto del mundo <sup>(3)</sup> | 30.732,6            | 29.083,7        | 24.648,9        |
| Grupo BBVA en América Latina <sup>(3) (4)</sup>       | 9.939,6             | 5.305,2         | 6.176,2         |
| Fundación BBVA (España)                               | 28.250,0            | 24.712,0        | 20.599,0        |
| Fundación Microfinanzas BBVA (España)                 | 1.807,8             | 914,0           |                 |
| Fundación BBVA Bancomer (México)                      | 9.483,8             | 7.951,1         | 4.631,2         |
| Fundación BBVA Banco Provincial (Venezuela)           | 3.225,7             | 228,6           | 114,5           |
| Fundación BBVA Banco Francés (Argentina)              | 223,1               | 191,6           | 178,6           |
| Fundación BBVA Banco Continental (Perú)               | 1.604,5             | 614,0           | 77,1            |
| <b>TOTAL</b>                                          | <b>85.267,0</b>     | <b>69.000,2</b> | <b>56.425,5</b> |
| <b>Por tipo de aportación</b>                         |                     |                 |                 |
| Monetaria                                             | 80.465,5            | 66.670,3        |                 |
| Tiempo                                                | 2.744,8             | 1.993,4         |                 |
| Especie                                               | 2.056,7             | 336,5           |                 |
| <b>TOTAL</b>                                          | <b>85.267,0</b>     | <b>69.000,2</b> |                 |
| <b>Por temática</b>                                   |                     |                 |                 |
| Educación                                             | 28.605,7            | 16.787,7        | 9.010,6         |
| Ciencias sociales                                     | 23.398,8            | 17.892,3        | 13.458,9        |
| Asistencia social                                     | 9.826,0             | 10.523,3        | 7.160,5         |
| Cultura                                               | 8.042,4             | 8.754,1         | 9.434,4         |
| Medioambiente                                         | 7.640,3             | 3.576,9         | 9.110,7         |
| Salud                                                 | 6.114,8             | 8.926,5         | 5.782,0         |
| Promoción de la responsabilidad corporativa           | 1.353,7             | 2.183,9         | 2.052,0         |
| Otros campos <sup>(5)</sup>                           | 285,5               | 355,6           | 416,2           |
| <b>TOTAL</b>                                          | <b>85.267,0</b>     | <b>69.000,2</b> | <b>56.425,4</b> |

(1) Los recursos destinados por el Grupo BBVA y sus fundaciones, desde el 2006 al 2008 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 los costes de gestión y 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.

En Venezuela se incluyen 482 miles de euros destinados a programas educativos y culturales que computan en LOCTI y LOCTISEP, que el modelo LBG no considera como Compromiso con la Sociedad, por considerarlos cumplimientos legales.

Finalmente, para la conversión de los datos de los países fuera de la zona euro, se han utilizado los tipos de cambio medio de los correspondientes ejercicios respecto al euro.

(2) En el 2008 se aplica el criterio de devengo. En el 2006 y en el 2007 el criterio aplicado fue el de caja. Este cambio no ha supuesto un impacto significativo en la consolidación de la cifra de recursos destinados a la Sociedad.

(3) No incluye las fundaciones.

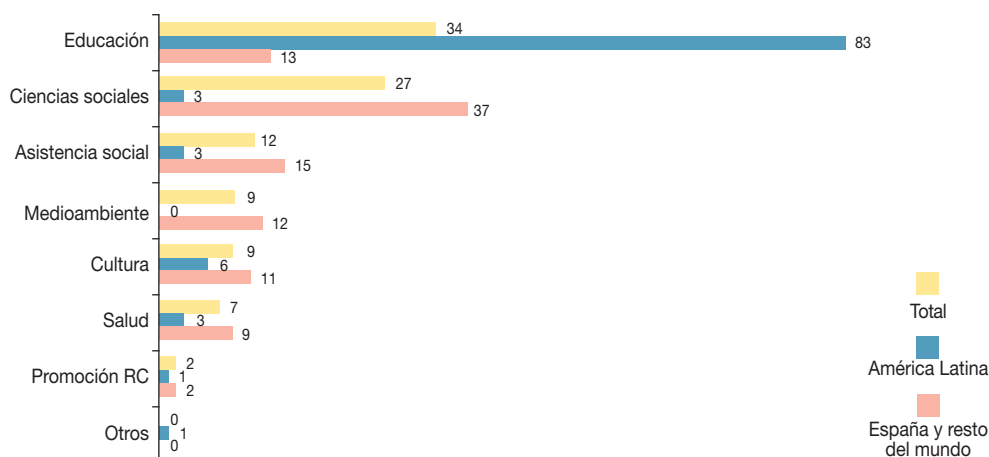
(4) América Latina incluye Puerto Rico

(5) Los gastos de estructura de las fundaciones se han distribuido e incluido entre sus diferentes campos de actuación

La variación cuantitativa entre el 2007 y el 2008 se debe principalmente a:

|                                       |       |                                                                         |                      |       |                                                                               |
|---------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------|
| España                                | 300   | Impulso iniciativas sociales de Innovación                              | México               | 1.792 | Programa becas integración                                                    |
| Fundación BBVA (España)               | 3.500 | Incremento de la actividad de promoción científico-social y su difusión |                      | 4.989 | Programa Educación financiera                                                 |
| Fundación Microfinanzas BBVA (España) | 894   | Consolidación actividad de la Fundación                                 | Resto América Latina | 2.504 | Programa becas integración                                                    |
|                                       |       |                                                                         | Grupo                | 643   | Atención a necesidades ocasionadas por catástrofes naturales: Terremoto China |

### Distribución de los recursos por actividad y zona geográfica (%)



Alcance: Grupo BBVA

### LAS FUNDACIONES DEL GRUPO BBVA

BBVA cuenta con seis fundaciones, entidades sin ánimo de lucro destinadas a colaborar con el desarrollo integral de la

sociedad, que cuentan con ejes de actuación diferentes en cada país:

- **Fundación BBVA (España).** Está dirigida a la investigación y la promoción del conocimiento científico en los campos de la socioeconomía, las ciencias de la salud y las ciencias ambientales. ([www.fbbva.es](http://www.fbbva.es))
- **Fundación BBVA Bancomer (México).** Centra su actividad en promover, procurar y canalizar recursos para apoyar programas de desarrollo y asistencia social, cultural y educativa de los mexicanos. ([www.fundacionbbvabancomer.org](http://www.fundacionbbvabancomer.org))
- **Fundación BBVA Provincial (Venezuela).** Su misión es promover y realizar programas para el desarrollo social, con especial énfasis en la educación y la cultura, que beneficien al conjunto de la sociedad venezolana. ([www.provincial.com](http://www.provincial.com))
- **Fundación BBVA Banco Francés (Argentina).** Su objetivo es colaborar con el bienestar de la comunidad en su conjunto y promover el arte como expresión cultural de la sociedad argentina. ([www.bancofrances.com](http://www.bancofrances.com))
- **Fundación BBVA Banco Continental (Perú).** Concentra sus esfuerzos en la promoción de las manifestaciones culturales y en la realización de obras sociales. ([www.bbvaibancocontinental.com](http://www.bbvaibancocontinental.com))

- **Fundación Microfinanzas BBVA (España).** Su fin es promover la inclusión financiera de las personas más desfavorecidas y contribuir así a que puedan mejorar su nivel de vida y el de sus familias. Concreta su misión en la constitución de una red específica de entidades microfinancieras, inicialmente con énfasis en América Latina. ([www.mfbbva.org](http://www.mfbbva.org))

### AMÉRICA LATINA

El «Plan de acción social en América Latina» es un símbolo del compromiso del Grupo BBVA con la región. Este se ha fortalecido en el 2008 con la asignación, a tales efectos, de un presupuesto del 1 % del beneficio del ejercicio anterior en cada país de la región donde BBVA está presente. Con estas dotaciones más otras actividades realizadas con impacto directo en América Latina, se ha alcanzado una inversión de 29,6 millones de euros, lo que significa un incremento del 50 % de los recursos respecto al 2007.

Los principales focos del plan son:

- **Educación Básica.** Materializada principalmente en «Programa niños adelante» y en la Alianza con la Organización de Estados Iberoamericanos (O.E.I.).
- **Educación Financiera.** BBVA informa y asesora a sus distintos grupos de interés en los aspectos financieros más relevantes por medio de iniciativas como la de BBVA Bancomer (México) «Adelante con tu futuro».

«PROGRAMA NIÑOS ADELANTE». Se trata del principal programa de Acción Social en América Latina. Su objetivo es impulsar la integración de niños de colectivos desfavorecidos a través de la educación. En el 2008 se becó a 47.104 niños, incremento del 163% respecto al 2007. Estas ayudas económicas se completan con actividades de voluntariado.

Se trata de un plan «glocal» de gran alcance:

- La educación primaria y secundaria constituye el foco común para todos los países en los que opera el Grupo en la región.
- Atiende necesidades sociales locales concretas, con diferentes grupos de beneficiarios y distintos

criterios de asignación de becas adaptados al contexto de cada país.

- Constituye una iniciativa en red, que ha sumado esfuerzos por medio de la implicación de colegios, organismos públicos, fundaciones, ONG y organizaciones de la sociedad civil que se han constituido como aliados de BBVA a la hora de aportar valor y contribuir a incrementar el impacto social del programa. 

## ALIANZA CON LA ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS (OEI).

Este acuerdo ha permitido a BBVA fortalecer su compromiso con la educación y la infancia en la región durante el 2008. Con el desarrollo del «Proyecto la primera infancia en Iberoamérica» se pretende sensibilizar tanto a la sociedad como a la clase política sobre la situación en que se encuentra la primera infancia, así como impulsar el desarrollo de herramientas y de políticas públicas que garanticen el cumplimiento de los derechos de los menores en los países iberoamericanos.

### Programa niños adelante

|                            |                                                     |
|----------------------------|-----------------------------------------------------|
| Aportación Grupo BBVA 2008 | 12,2 millones de euros                              |
| Colectivo beneficiado      | Educación básica a niños de familias desfavorecidas |
| Nº de niños becados        | 47.104                                              |

### Programa niños adelante



#### MÉXICO

*Por los que se quedan*  
Educación secundaria de niños y jóvenes de familias migrantes de las zonas de mayor emigración.  
10.600 niños beneficiados



#### PANAMÁ

Educación de niños de comunidades indígenas rurales y de zonas urbanas marginales.  
4.500 niños beneficiados



#### COLOMBIA

Educación primaria/secundaria con atención alimenticia de niños de familias desplazadas por la violencia.  
4.738 niños beneficiados



#### PERÚ

*Leer es estar adelante*  
Educación primaria a través de la lectura de niños en zonas urbanas marginales.  
13.824 niños beneficiados



#### CHILE

Educación preescolar en sectores urbanos marginales.  
4.450 niños beneficiados



#### PUERTO RICO

Educación secundaria de madres y padres adolescentes (14-19 años).  
40 jóvenes beneficiados



#### VENEZUELA

Educación básica de niños de zonas urbanas y rurales marginales.  
4.500 niños beneficiados



#### PARAGUAY

Educación primaria con atención alimenticia y oftalmológica de niños de familias desfavorecidas de zonas rurales.  
3.600 niños beneficiados



#### URUGUAY

Educación secundaria a niños de familias desfavorecidas del cinturón de Montevideo.  
90 niños beneficiados



#### ARGENTINA

Educación básica, secundaria y formación profesional de niños y adolescentes de familias urbanas desfavorecidas.  
802 niños beneficiados

### Alianza con la Organización de Estados Iberoamericanos

|                       |                                                      |
|-----------------------|------------------------------------------------------|
| Aportación Grupo BBVA | 0,576 millones de euros en 4 años (del 2008 al 2011) |
| Foco                  | Educación                                            |
| Colectivo beneficiado | Primera infancia en América Latina                   |

«PROGRAMA ADELANTE CON TU FUTURO». INICIATIVA DE BBVA BANCOMER. BBVA Bancomer ha desarrollado durante el 2008 el «Programa de educación financiera adelante con tu futuro» en colaboración con el Museo Interactivo de Economía (MIDE). Dicho programa pretende impulsar la cultura financiera en amplios sectores de la población.

La creciente incorporación en el sistema bancario de un amplio segmento de la población que anteriormente no manejaba finanzas personales ha supuesto la entrada de millones de personas a los esquemas formales de ahorro y financiación. La ausencia de materias sobre economía y finanzas en el sistema educativo mexicano ha impulsado el «Programa adelante con tu futuro» con el que Bancomer pretende dotar al público en general de herramientas para analizar y decidir sobre finanzas con mayor responsabilidad y conocimiento.

Se trata de un ambicioso plan que ofrece en su primera fase cuatro talleres interactivos sobre:

- el ahorro: cómo elaborar un plan de ahorro y conocer los instrumentos bancarios;
- el ahorro para el retiro: las ventajas de incrementar el ahorro para tener un buen nivel de vida cuando se deje de trabajar;

### Otras Líneas de trabajo destacadas en América Latina

| País        | Principales proyectos                                                                                                                                                                                                                          | Beneficiarios en el 2008                                                       |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| Argentina   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• UNICEF Golf Tour Copa BBVA Banco Francés</li> <li>• Proyecto libro abierto, Fundación Leer</li> </ul>                                                                                                 | Infancia<br>463 niños                                                          |
| Chile       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donación de equipos informáticos a través de la Fundación Chilenter</li> <li>• Hogares de Cristo, Carrera Solidaria con 13 millones de pesos chilenos recaudados entre los participantes</li> </ul>   | 1.800 escuelas<br>4.450 niños                                                  |
| Colombia    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto educativo Solidaridad por la Permanencia. Compra de 16.000 morrales con material escolar</li> <li>• UNICEF, Proyecto de mejora educativa</li> </ul>                                          | 16.000 niños<br>20.000 niños                                                   |
| México      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Olimpiada del Conocimiento</li> <li>• Becas a CONALEP en alianza con la Fundación del Empresariado Mexicano (Fundemex)</li> </ul>                                                                     | 2.652 niños<br>320 jóvenes                                                     |
| Panamá      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción de escuela del Programa Escuelas Rancho por Escuelas Dignas</li> <li>• Vive la Música, en la Televisión Nacional</li> </ul>                                                              | Niños y niñas asistentes a la escuela<br>Sociedad en general                   |
| Paraguay    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a programas de arte y cultura</li> <li>• Programas de asistencia social</li> </ul>                                                                                                              | Sociedad en general                                                            |
| Perú        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa Aprendo de educación financiera para niños</li> <li>• Teatro Mario Vargas Llosa</li> </ul>                                                                                                   | 2.000 niños<br>39.945 asistentes                                               |
| Puerto Rico | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carrera Corporativa CODERI, para desarrollo de programas educativos</li> <li>• Museo de Arte de Puerto Rico</li> </ul>                                                                                | Niños y jóvenes con discapacidad intelectual<br>Artistas y sociedad en general |
| Uruguay     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Talleres para emprendedores con Fundación DESEM</li> <li>• Proyecto educativo Huertas Orgánicas con Fundación Logros</li> </ul>                                                                       | 90 jóvenes<br>50 niños                                                         |
| Venezuela   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa educativo Papagayo, avalado por la UNESCO y que desde 1998 fomenta la educación en valores a través de la lectura y la creación literaria</li> <li>• Programa Cultural Expositivo</li> </ul> | 307 docentes<br>307 escuelas / 7.300 niños<br>3.611 visitas                    |

### Adelante con tu Futuro iniciativa de Bancomer (México)

|                          |                     |
|--------------------------|---------------------|
| Aportación BBVA Bancomer | 5 millones de euros |
|--------------------------|---------------------|

|      |                      |
|------|----------------------|
| Foco | Educación Financiera |
|------|----------------------|

|                       |                   |
|-----------------------|-------------------|
| Colectivo beneficiado | Jóvenes y adultos |
|-----------------------|-------------------|

|                     |                |
|---------------------|----------------|
| Nº de beneficiarios | 7.000 personas |
|---------------------|----------------|

- la tarjeta de crédito: conocer las opciones y las buenas prácticas en su uso;
- la salud financiera: herramientas para prevenir o corregir los excesos en el endeudamiento. 

### ESPAÑA | BBVA en su plan estratégico de responsabilidad corporativa

aprobado en el 2008 ha puesto el foco de su acción social en España en la educación y en la educación financiera, hacia el que se dirigirá de forma paulatina y en los que se está trabajando.

BBVA ha continuado con el soporte a numerosas iniciativas sociales y patrocinios institucionales que consolidan y dan continuidad a su compromiso con la educación, la cultura y el conocimiento. En el 2008 ha emprendido un proceso de revisión, análisis y mejora en el seguimiento de los patrocinios institucionales del Grupo, para evaluar la repercusión que éstos tienen y orientar sus recursos a aquellas actividades que se ajustan mejor a las necesidades del entorno y que permitan una mayor cohesión social.

### PREMIO A LA ACCIÓN MAGISTRAL FAD.

Desde el 2005 BBVA patrocina junto a la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) y la UNESCO, el «Premio a la Acción Magistral» cuyo fin es dar a conocer proyectos educativos que faciliten la transmisión de valores como la tolerancia, la solidaridad, el respeto, la justicia y la igualdad. 

### Premio a la Acción Magistral FAD

|                 |                       |
|-----------------|-----------------------|
| Aportación BBVA | 0,1 millones de euros |
|-----------------|-----------------------|

|      |           |
|------|-----------|
| Foco | Educación |
|------|-----------|

|                       |                               |
|-----------------------|-------------------------------|
| Colectivo beneficiado | Educación infantil y primaria |
|-----------------------|-------------------------------|

|                       |                                         |
|-----------------------|-----------------------------------------|
| Proyectos presentados | 216 (con 29.156 alumnos y 485 docentes) |
|-----------------------|-----------------------------------------|

### PROGRAMA ACTIVIDADES CULTURALES EN ESPAÑA.

BBVA desarrolla una ambiciosa programación cultural desde hace más de tres décadas, que constituye una referencia dentro del mecenazgo artístico nacional además de impulsar una importante labor de educación y difusión.

El programa cultural se sustenta en tres líneas de actuación:

- Organización de un amplio programa de exposiciones encaminadas a acercar al público español importantes colecciones artísticas nacionales e internacionales.
- Apoyo a la conservación del patrimonio histórico-artístico español.
- Fomento de la cultura y la creación musical, gracias a programas de colaboración con instituciones de referencia como la Fundación Albéniz y la Escuela Superior de Música Reina Sofía.   
([www.bbva.com/TLBB/tlbb/jsp/esp/progcultu/index.jsp](http://www.bbva.com/TLBB/tlbb/jsp/esp/progcultu/index.jsp)).

### Programa de actividades culturales

|                 |                       |
|-----------------|-----------------------|
| Aportación BBVA | 5,5 millones de euros |
|-----------------|-----------------------|

|                       |                     |
|-----------------------|---------------------|
| Colectivo beneficiado | Sociedad en general |
|-----------------------|---------------------|

|                    |                                                                |
|--------------------|----------------------------------------------------------------|
| Nº de exposiciones | 10 (España y América Latina)<br>con 1,8 millones de visitantes |
|--------------------|----------------------------------------------------------------|

|                  |                         |
|------------------|-------------------------|
| Nº de conciertos | 13 con 6.000 asistentes |
|------------------|-------------------------|

### ESTADOS UNIDOS

BBVA Compass, con la integración de Laredo National Bank, Texas State Bank y State National Bank ha participado en el 2008 en más de 8.000 proyectos de compromiso con la sociedad.

Entre estos compromisos destaca la colaboración desde hace más de dos décadas de BBVA Compass y sus empleados realizan con la organización United Way cuyo foco principal está en la atención de niños y jóvenes para mejorar su acceso al sistema de salud y en la promoción del desarrollo y el fortalecimiento de las economías familiares. En el 2008 BBVA Compass ha donado a United Way más de 0,8 millones de dólares y adicionalmente sus empleados han donado más de 1,5 millones de dólares (lo que representa el 75 % de total de aportaciones efectuadas por empleados, que se menciona en el capítulo del voluntariado).

Otra de las principales líneas de actuación es el apoyo a *Boys and Girls Clubs*, organización que

## Otras líneas de trabajo destacadas en España y Portugal

| País     | Principales proyectos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Beneficiarios en el 2008                                                                                                          |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| España   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carrera Popular Solidaria BBVA con ACNUR. Proyecto educativo en los campos de refugiados de Dadaab (Kenia)</li> <li>• Apoyo a damnificados del terremoto en China a través de la Cruz Roja China. Proyecto de construcción de escuelas en la región del suroeste chino (Sichuan)</li> <li>• Programa de la Fundación BBVA de apoyo a la investigación en oncología del Instituto de Investigación Biomédica de Barcelona</li> <li>• Programa de becas Fundación BBVA-Fundación Carolina para la formación en España de especialistas latinoamericanos en Medicina, Medio Ambiente y Economía</li> </ul> | <p>1.200 niños</p> <p>Niños afectados por el terremoto<br/>Sociedad en general</p> <p>Licenciados y doctores latinoamericanos</p> |
| Portugal | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa Porto Vivo para la rehabilitación de zonas urbanas degradadas de la ciudad de Oporto</li> <li>• Programa de integración social con la Casa Pia de Lisboa</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p>Ciudadanos de Oporto</p> <p>Alumnos de esta institución</p>                                                                    |

permite a los jóvenes de colectivos desfavorecidos desarrollar su potencial como ciudadanos responsables. En el 2008, BBVA Compass y sus empleados han donado más de 0,3 millones de dólares a dicha entidad.

**RUTA QUETZAL BBVA** | Desde 1993 BBVA organiza y patrocina Ruta Quetzal, un programa formativo declarado de interés cultural por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). Además de ampliar sus conocimientos, los participantes desarrollan un espíritu de cooperación internacional. Este proyecto tiene como núcleo la educación en valores que ayuden a los jóvenes participantes a superar las desigualdades, fomentando la igualdad de oportunidades, el respeto mutuo y el esfuerzo, entre otros. Incluyendo la edición 2008, más de ocho mil jóvenes tienen ya la categoría de «ruterros».

Un total de 325 expedicionarios, pertenecientes a 55 países, participaron en la XXIII edición de Ruta Quetzal BBVA «La selva del río de los cocodrilos. Panamá-Río Chagres». Durante cerca de seis semanas los jóvenes viajaron por Panamá, donde visitaron su famoso canal, una gran obra de ingeniería con más de un siglo de antigüedad, así como la Ciudad del Saber, Panamá La Vieja, Portobelo, Colón y algunos de los caminos reales, en los que pudieron conocer de cerca la gran biodiversidad de flora y fauna del país centroamericano.

Posteriormente, ya en España, la visita se centró en la ciudad de Zaragoza, donde se celebró la Expo 2008, bajo el lema «Agua y desarrollo sostenible», ya que los recursos hídricos han sido

## Ruta Quetzal

|                         |                                                                                    |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Aportación BBVA         | 1,7 millones de euros                                                              |
| Foco                    | Educación                                                                          |
| Colectivo beneficiado   | Jóvenes de 16 y 17 años                                                            |
| Trabajos presentados    | 1500                                                                               |
| Visitas a la página web | 230.000 (24 millones de páginas vistas desde la nueva configuración en junio 2008) |

uno de los hilos conductores de Ruta Quetzal BBVA 2008.

(<http://www.rutaquetzalbbva.com>)

**SERVICIO DE ESTUDIOS** | Sus análisis económicos se adaptan a las necesidades de un grupo bancario internacionalizado y evalúan el desarrollo económico globalizado. Sus informes suponen una aportación de valor a la sociedad, siendo pionero y referente en los análisis económicos por su capacidad de visión global y valoración de las distintas economías. (<http://serviciodeestudios.bbva.com>)

## Servicio de Estudios

|                       |                                                                                     |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Aportación BBVA       | 2,1 millones de euros                                                               |
| Colectivo beneficiado | Sociedad en general                                                                 |
| Presencia (9 países)  | España, Argentina, Colombia, Chile, México, Perú, Venezuela, Estados Unidos y China |
| Equipo                | Profesionales de 14 nacionalidades diferentes                                       |

# VOLUNTARIADO CORPORATIVO

«**TODOS PODEMOS COLABORAR EN CONSEGUIR LA FELICIDAD Y LA ALEGRÍA DE QUIENES MÁS LAS NECESITAN**»  
**PACO ÁLVAREZ (VOLUNTARIO BBVA)**

**3.617**

Número de voluntarios total dentro del Grupo BBVA + 17 % respecto al 2007

**89.200€**

Importe de los premios del II Concurso Voluntarios BBVA en España

**112.568€**

Recaudación del Programa «Euro Solidario»

El Grupo BBVA apoya y fomenta los programas de voluntariado corporativo en todos los lugares donde está presente bajo la premisa de considerar como protagonistas a las personas que trabajan en el equipo de BBVA. Estas manifestaron que su prioridad era la educación de colectivos desfavorecidos, con el fin último de mejorar las condiciones de vida de las personas, aspecto en el que coinciden empresa y empleados.

**EN ESPAÑA** | En el 2008 se realizaron 513 actividades personales de voluntariado. El centro neurálgico del Plan de Voluntariado Corporativo es la Oficina de Voluntarios BBVA (ODV). Integrada por un equipo de personas jubiladas y pre-jubiladas del banco, la ODV man-

tiene un contacto permanente con aquellos interesados en este tipo de actividades solidarias. Además, éstos tienen a su disposición el portal de internet Voluntarios BBVA como lugar de encuentro. [www.voluntariado.org/voluntariosbbva/info/](http://www.voluntariado.org/voluntariosbbva/info/)

Entre otras actividades del voluntariado corporativo destacan las siguientes:

- Desarrollo de los nueve proyectos premiados en el I Concurso Voluntarios BBVA en los que han participado 44 voluntarios.
- II Concurso Voluntarios BBVA sobre proyectos sociales en los que participan empleados del Grupo en el 2008. Se presentaron 23 proyectos, con la educación y la inmigración como principales campos de actuación.

## Fundación Junior Achievement: «Las ventajas de permanecer en el colegio»

Programa creado en marzo del 2001 por la Fundación Junior Achievement (JAES), con el fin de fomentar en los jóvenes que cursan educación secundaria, un espíritu emprendedor que les permita alcanzar sus metas con responsabilidad y libertad, evite el fracaso escolar y el abandono de sus estudios.

En el 2008 participaron en este programa 75 voluntarios de BBVA, 15 de ellos jubilados, que recibieron capacitación previa por parte de JAES. Los 60 voluntarios en activo realizaron su actividad en horas laborales con autorización del departamento de Recursos Humanos. Esta formación la han recibido 875 jóvenes de 12 instituciones educativas de Barcelona, Bilbao, Madrid, Santa Cruz de Tenerife, Valencia y Villarrobledo (Albacete), a través de 35 cursos.



Los proyectos premiados, en los que participan 32 voluntarios BBVA, han sido:

- Primer premio, dotado con 40.000 euros, al Centro de Acogida Social de San Rafael de Madrid.
- Segundo premio, dotado con 24.000 euros, a la Asociación Intercultural Juvenil ‘Rigoberta Menchú’ de Valladolid,
- Terceros premios, dotados con 10.000 euros cada uno, a AFAMON de Lugo y a la Asociación Cuatro Ocas de Madrid.
- Premio Especial del Jurado, dotado con 5.200 euros, a la Asociación Española contra el Cáncer de Córdoba.

- Proyectos sociales codiseñados con entidades solidarias, como Fundación Junior Achievement (JAES), Sociedad Española de Ornitología (SEO) y FORESTA, o bien organizados directamente por la Oficina de Voluntarios BBVA, como es el caso de los programas de formación en informática para emigrantes. En el 2008 han participado en estas actividades 372 voluntarios.
- Oportunidades publicadas en el portal de Voluntarios BBVA con la colaboración de Fundación Chandra y en las que participan 48 voluntarios.

### Información sobre portal de Voluntariado BBVA en España

|                                                             | Total   |        | Media mensual |        |
|-------------------------------------------------------------|---------|--------|---------------|--------|
|                                                             | 2008    | 2007   | 2008          | 2007   |
| Páginas vistas                                              | 114.543 | 92.725 | 9.545         | 11.591 |
| Nº consultas a oportunidades                                | 19.577  | 16.086 | 1.631         | 2.011  |
| Nº contactos empleados -ONG                                 | 853     | 738    | 71            | 92     |
| Nº oportunidades empleados                                  | 48      | 21     | 4             | 3      |
| Suscripciones a boletín                                     | 847     | 543    | 71            | 68     |
| Nº empleados que han contado su experiencia de voluntariado | 23      | 25     | 2             | 3      |

### Euro Solidario Una forma especial de voluntariado

#### El programa

BBVA y sus empleados en activo colaboran desde septiembre del 2005 en proyectos educativos en América Latina. Cada empleado adherido dona 1 euro mensual que se detrae de su nómina automáticamente y el Banco aporta una cantidad equivalente al total recaudado

#### Situación al 31 de diciembre de 2008

|                                                             |         |
|-------------------------------------------------------------|---------|
| Empleados Adheridos:                                        | 4.528   |
| Aportación de los empleados:                                | 56.284  |
| Total recaudado (aportación conjunta empleados y BBVA):     | 112.568 |
| Entidad colaboradora: Fundación Entreculturas- Fe y Alegría |         |

#### Proyectos a los que se dedican los fondos recaudados

Adecuación, construcción y dotación en el Colegio Madre Siffredi del barrio El Vallado en la Comuna 15 de Aguablanca en Cali (Colombia)

Desde que en octubre del 2006 se inició la colaboración con este proyecto y hasta finales de septiembre del 2008 se han recaudado con este destino más de 199.432€

Actualmente se destina a construcción de infraestructuras escolares en centros de barrios necesitados en Valparaíso y Santiago de Chile

### «Por los que se quedan»: Padrinos y madrinas de la beca de Integración en México

Se trata de ejecutivos de las sucursales que participan como voluntarios dentro del programa becas de integración «Por los que se quedan» orientado al apoyo de jóvenes que están cursando secundaria, cuyas calificaciones académicas son excelentes y cuyos familiares hayan emigrado.

La personalizada relación de padrinazgo supone un valor agregado al desarrollo educativo al incentivar la motivación e impulso del desarrollo del becario. 

**EN MÉXICO** | La actuación del voluntariado en México constituye un eslabón más de la acción social del Grupo BBVA en ese país. En el 2008, BBVA Bancomer aprobó su nuevo «Plan de voluntariado corporativo». Se focaliza hacia la educación, considerada la mejor vía para promover la integración social de las personas más desfavorecidas y así facilitar su futuro. Durante el 2008 se registraron 1.465 actividades personales de voluntariado.

#### Voluntariado en México

|                                                          | Durante jornada laboral | Fuera de la jornada laboral | Número de voluntarios <sup>(1)</sup> |
|----------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Por los que se quedan (Programa de becas de Integración) |                         | 390                         | 390                                  |
| Olimpiadas del conocimiento                              | 947                     |                             | 947                                  |
| Otras áreas de voluntariado                              |                         | 128                         | 128                                  |
| <b>TOTALES</b>                                           | <b>947</b>              | <b>518</b>                  | <b>1.465</b>                         |

(1) Suma de los voluntarios durante y fuera de la jornada laboral.

El enfoque de Voluntarios BBVA Bancomer es similar a su homónimo español, con tres campos de actuación:

- propuestas BBVA Bancomer;
- otras oportunidades publicadas por las ONG;
- concurso de iniciativas de empleados.

Entre las propuestas de BBVA Bancomer, destaca el proyecto «padrinos y madrinas», como fortalecimiento del programa de becas «Por los que se quedan».

#### EN AMÉRICA LATINA

La colaboración voluntaria de los empleados de BBVA complementa y multiplica el impacto del programa de becas «Niños Adelante», ampliamente explicado en el capítulo de Compromiso con la Sociedad. Las actividades de voluntariado van desde las tutorías y seguimiento escolar de los niños beneficiados, hasta el apoyo en la mejora de las infraestructuras de los colegios.

Con estas acciones, las personas del equipo de BBVA muestran su evidente compromiso con la sociedad, materializado en facilitar la educación a niños desfavorecidos y promover su integración social.

#### EN ESTADOS UNIDOS

Empleados de Compass Bank integrados en la asociación TeamCompass desarrollaron 552 actividades de voluntariado en las principales localidades de ubicación de la entidad, durante el 2008.

13.882 empleados de Compass efectuaron voluntariamente una aportación fija de sus nóminas a United Way. Además, los empleados donaron 21.000 dólares a «Lean on Me Employee Fund», fondo especial destinado a ayudar a aquellos empleados afectados por el huracán «Ike» en las regiones de Houston y Texas.

#### Voluntariado en América Latina

| País           | Con aportaciones desde su nómina | Durante jornada laboral | Fuera de la jornada laboral | Número de voluntarios <sup>(1)</sup> |
|----------------|----------------------------------|-------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Argentina      | Otras áreas de voluntariado      | 27                      |                             | 27                                   |
| Chile          | Niños Adelante                   | 76                      | 267                         |                                      |
|                | Otras áreas de voluntariado      |                         | 150                         | 493                                  |
| Colombia       | Otras áreas de voluntariado      | 1.700                   |                             |                                      |
| Panamá         | Otras áreas de voluntariado      |                         | 43                          | 43                                   |
| Paraguay       | Niños Adelante                   |                         | 52                          | 52                                   |
| Perú           | Niños Adelante                   |                         | 4                           |                                      |
|                | Otras áreas de voluntariado      |                         | 32                          | 36                                   |
| Puerto Rico    | Niños Adelante                   | 4                       |                             |                                      |
|                | Otras áreas de voluntariado      | 348                     | 90                          | 102                                  |
| Uruguay        | Niños Adelante                   | 5                       | 16                          |                                      |
|                | Otras áreas de voluntariado      | 11                      | 16                          | 48                                   |
| Venezuela      | Niños Adelante                   | 260                     |                             |                                      |
|                | Otras áreas de voluntariado      | 26                      |                             | 286                                  |
| <b>TOTALES</b> | Niños Adelante                   | 345                     | 339                         | 684                                  |
|                | Otras áreas de voluntariado      | 72                      | 331                         | 403                                  |
| <b>TOTALES</b> |                                  | <b>4.048</b>            | <b>670</b>                  | <b>1.087</b>                         |

(1) Suma de los voluntarios durante y fuera de la jornada laboral.

# 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, OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO. SON OCHO DESEOS QUE ENTRE TODOS PODEMOS HACER REALIDAD».  
(2015 UN MUNDO MEJOR PARA JOANA)

**PACTO MUNDIAL** | El Grupo BBVA firmó en el 2002 una adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas. El Pacto Mundial es una iniciativa internacional cuyo objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de diez principios basados en los derechos humanos, laborales y medioambientales y de lucha contra la corrupción.

Adicionalmente desde el 2004 se adhirieron al Pacto cuatro bancos del Grupo: BBVA Banco Francés, BBVA Bancomer, BBVA Colombia y BBVA Banco Continental. Asimismo, BBVA es miembro del Comité Ejecutivo de la Red Pacto Mundial España desde su constitución en el 2004.

Desde su adhesión, el Grupo elabora anualmente un Informe de progreso, disponible en la web [www.pactomundial.org](http://www.pactomundial.org), que recoge información detallada sobre políticas y las acciones específicas implantadas para su cumplimiento.

En el 2008, BBVA se sumó a una iniciativa del Pacto Mundial de las Naciones Unidas con motivo del 60º aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Su objetivo es reforzar el compromiso de todos los sectores sociales y económicos con los principios de la Declaración. Los firmantes de dicho iniciativa, sin importar su país de origen o el tipo de actividad que realicen, reconocen la importancia del respeto de los derechos humanos en su negocio.

Mediante esta adhesión, firmada por el presidente del Grupo, BBVA aparece en la lista de las cerca de 250

entidades comprometidas con los Derechos Humanos que se publica en la web de las Naciones Unidas.

## OBJETIVOS DEL MILENIO (ODM)

Los ocho Objetivos del Milenio (ODM), promovidos por las Naciones Unidas, nacen de un acuerdo internacional que fija 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.

En este sentido, el Grupo BBVA se siente plenamente comprometido con este reto por medio de actividades del negocio y campañas de difusión, sensibilización y promoción de los ODM.

En cuanto a campañas, cabe destacar que BBVA forma parte desde su creación del Foro de Reputación Corporativa ([www.reputacioncorporativa.org](http://www.reputacioncorporativa.org)) dedicado a difundir las acciones llevadas a cabo en pro de alcanzar los ODM por medio de la iniciativa «2015 Un mundo mejor para Joana».

([www.2015unmundomejorparaJoana.com](http://www.2015unmundomejorparaJoana.com)). 



## BBVA y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas

| Categorías                 | Principios                                                                                                                                                                        | Indicadores GRI                                             |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Derechos humanos           | <b>Principio 1</b> - 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, LA13-14, HR 1-2, HR 4-7, SO5, PR1              |
|                            | <b>Principio 2</b> - Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.                                                | HR 1-2, HR 4-7, SO5                                         |
| Trabajo                    | <b>Principio 3</b> - 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, SO5                                    |
|                            | <b>Principio 4</b> - Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.                                                         | HR 1-2, HR7, SO5                                            |
|                            | <b>Principio 5</b> - Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.                                                                                              | HR 1-2, HR6, SO5                                            |
|                            | <b>Principio 6</b> - 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, SO5                        |
| Medio ambiente             | <b>Principio 7</b> - Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.                                                                         | EC2, EN26, EN30, SO5                                        |
|                            | <b>Principio 8</b> - 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, SO5, PR3 |
| Lucha contra la corrupción | <b>Principio 9</b> - Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.                                               | EN2, EN26, SO5                                              |
|                            | <b>Principio 10</b> - Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.                                                        | SO 2-5                                                      |

Fuente de las correspondencias entre los principios del Pacto Mundial y los indicadores GRI: borrador del informe Making the Connections de GRI y Pacto Mundial ([www.globalreporting.com](http://www.globalreporting.com))

## Los Objetivos del Milenio en BBVA

| Objetivos del Milenio                       | Iniciativa principal de BBVA <sup>(1)</sup>                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre | Fundación Microfinanzas BBVA<br>BBVA Codespa Microfinanzas (fondo de inversión de microfinanzas para América Latina)<br>Premios Fundación BBVA fronteras del conocimiento de cooperación al desarrollo                                                                                                   |
| 2. Educación universal                      | Plan de Acción social de BBVA para América Latina<br>Plan Estratégico de RRC                                                                                                                                                                                                                             |
| 3. Igualdad entre los géneros               | Acuerdo de igualdad y conciliación vida familiar y laboral<br>Fundación Microfinanzas BBVA                                                                                                                                                                                                               |
| 4. Reducir la mortalidad de los niños       | No existen iniciativas específicas                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 5. Mejorar la salud materna                 | No existen iniciativas específicas                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 6. Convitar el VIH/SIDA                     | Proyecto de investigación de control de la malaria monitorizado por la Organización Mundial de la Salud (OMS)                                                                                                                                                                                            |
| 7. Sostenibilidad del medio ambiente        | Gestión del impacto ambiental indirecto a través de los Principios de Ecuador<br>Desarrollo de productos y servicios con criterios ambientales<br>Plan Global de Ecoeficiencia (PGE)<br>Premios Fundación BBVA fronteras del conocimiento en cambio climático, en ecología y biología de la conservación |
| 8. Fomentar una asociación mundial          | Iniciativa de 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 2008 del Grupo BBVA

#### Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa del ejercicio 2008 (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 de desempeño centrales y del suplemento sectorial del sector financiero propuestos en dicha guía.
- La información incluida en el IARC 2008 de BBVA relativa a la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta establecidos en la norma AA1000 Accountability Principles Standard 2008 de AccountAbility (AA1000APS).
- La información proporcionada sobre los progresos en las líneas de trabajo en Responsabilidad Corporativa para el ejercicio 2008.

#### Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la Norma ISAE 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España. Asimismo, hemos aplicado la AccountAbility 1000 Assurance Standard 2008 (AA1000AS), emitida por AccountAbility, para proporcionar una seguridad moderada sobre la aplicación de los principios establecidos en la norma AA1000 APS y los indicadores de desempeño de sostenibilidad (revisión moderada de tipo 2).

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Grupo BBVA que han participado en la elaboración 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 2008.
- Revisión de las actas de las reuniones del ejercicio 2008 de los Comités de Responsabilidad y Reputación Corporativas.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación a la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio y de los procesos de participación de los grupos de interés a través del análisis de la información interna y 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 identificados por el Grupo y descritos en los capítulos "Criterios del Informe" y "Participación de los Grupos de Interés" del IARC.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados en Responsabilidad Corporativa.
- Contraste de que el contenido del IARC no contradice ninguna información relevante suministrada por BBVA en su Informe Anual.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IARC a los recomendados en la Guía G3 de GRI.
- Comprobación de que los indicadores centrales y del suplemento sectorial incluidos en el IARC se corresponden con los recomendados por la Guía G3 de GRI y que se indican los no aplicables y los no disponibles.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión, en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores de desempeño GRI incluida en el IARC 2008 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, excepto EE.UU.: Argentina, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela.

#### Responsabilidades de la Dirección de BBVA y de Deloitte

- La preparación del IARC 2008, así como el contenido del mismo, es responsabilidad del Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas del Grupo 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 la Dirección de BBVA de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros distintos de la Dirección de BBVA.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

## Conclusiones

En la tabla de indicadores GRI se detallan los indicadores de desempeño revisados y las limitaciones en el alcance de la revisión. Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún otro aspecto que nos haga creer que el IARC contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo a las directrices de:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3).
- La norma AA1000 APS 2008 relativa a la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta.

Asimismo, 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 2008 contenga errores significativos.

## Observaciones y Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado al Departamento de Responsabilidad y Reputación Corporativas del Grupo BBVA nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora en la gestión de la sostenibilidad y en la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta. A continuación se resumen las recomendaciones más significativas, las cuales no modifican las conclusiones expresadas en el presente informe.

### Inclusividad

En el ejercicio 2008 BBVA ha incorporado nuevos canales de diálogo a los ya establecidos tradicionalmente y ha ampliado el ámbito de actuación de Reptrak a sus empleados. No obstante, el proceso de diálogo y participación de sus grupos de interés no tiene la misma intensidad en todas las áreas en las que el Grupo está presente. La consolidación de los Comités de Responsabilidad y Reputación Corporativas constituidos en el ejercicio en los principales países del Grupo debe impulsar la implantación de este proceso de forma homogénea en todos los negocios y áreas geográficas.

### Relevancia

La aprobación en 2008 del Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativas ha supuesto un avance muy importante en la identificación y reconocimiento de los aspectos relevantes en Responsabilidad Corporativa para el Grupo BBVA. La importancia de los cambios que se están produciendo en el ámbito económico y social, así como la incorporación de EE.UU. al sistema de gestión de la RRC del Grupo, recomiendan continuar con la revisión sistemática y periódica del alineamiento de los aspectos relevantes identificados en dicho Plan con las demandas de sus grupos de interés. Asimismo, debe profundizarse en la identificación de los aspectos materiales a nivel local, especialmente en América Latina, México y EE.UU.

### Capacidad de respuesta

Durante el ejercicio 2008 se ha fortalecido la estructura de gestión de la Responsabilidad Corporativa en todo el Grupo y la coordinación interna de las distintas funciones y áreas geográficas para impulsar la integración de su respuesta en la estrategia y los procesos de negocio. La ya mencionada aprobación del Plan Estratégico de Responsabilidad y Reputación Corporativas, y de la Política de Responsabilidad Corporativa, por el Consejo de Administración han venido acompañadas de nuevas políticas, normas y planes en la gestión medioambiental, la gestión de las compras y la gestión del riesgo medioambiental y social en materia de financiaciones y garantías. Sin embargo, dichas normas están aún en fase de implantación, por lo que recomendamos llevar a cabo un proceso de supervisión específico que asegure que se cuenten con los recursos, procedimientos y sistemas necesarios para su desarrollo y mejora continua.

En lo que respecta a la gestión de compras, se ha producido una redefinición del sistema y el desarrollo de un procedimiento general que concreta los principios del Modelo Global de Compras del Grupo. No obstante, al estar en desarrollo las herramientas globales que deben soportar el ciclo de compras en su integridad, la trazabilidad y el grado de implantación de estos procedimientos tiene todavía margen de mejora. En estas circunstancias, recomendamos que la plataforma que se está configurando en la actualidad recoja los criterios de compras responsables, de forma que sea comprobable su cumplimiento y proporcione un seguimiento homogéneo de la aplicación de estos criterios en todo el Grupo.

En cuanto al proceso de reporting de información de Responsabilidad Corporativa, debe seguir impulsándose el fortalecimiento de los controles internos y ampliar el perímetro de la información de algunos indicadores que actualmente no se disponen para todo el Grupo, tal y como se detalla en la Tabla de Indicadores GRI.

• **Inclusividad** Este principio se refiere a la participación de los grupos de interés en el desarrollo de un enfoque responsable y estratégico de la sostenibilidad en el Grupo BBVA.

• **Relevancia** Este principio se refiere a la identificación de los asuntos materiales o relevantes para el Grupo BBVA y sus grupos de interés.

• **Capacidad de respuesta** Este principio requiere que el Grupo BBVA responda con acciones concretas a los aspectos materiales identificados e informe de dichas acciones.

DELOITTE, S.L.

  
Helena Rodríguez

Madrid, 20 de febrero de 2009

# CRITERIOS DEL INFORME

## PERFIL, ALCANCE, RELEVANCIA, MATERIALIDAD Y COBERTURA DE LA MEMORIA

Desde el 2002, BBVA elabora anualmente un informe de responsabilidad corporativa. La información del presente informe corresponde al Grupo BBVA, tal y como se define en el

Informe Anual para el 2008, incluyendo datos comparativos referentes al 2006 y 2007 con indicación del perímetro de los mismos. Para facilitar la comparabilidad de la información, si dichos datos han sufrido alguna modificación con respecto a los facilitados en años anteriores, se debe a una mejora en los métodos de cuantificación y medición de las variables afectadas o en los criterios utilizados. En el informe de este año destacamos:

- Se revisan los aspectos relevantes desde la perspectiva del actual contexto económico y financiero.
- La información de cada uno de los capítulos se complementa con información adicional en la web de RRC, donde también se pueden consultar vídeos ilustrativos que proporcionan un canal más directo con los grupos de interés.
- Se amplía el perímetro de la información con datos de BBVA Compass (Estados Unidos) cuando ha sido posible. En el 2008 la información relativa a Puerto Rico se mantiene en el área de América Latina.

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, con una continuidad en los procesos de consulta según las recomendaciones establecidas en la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad (versión 3 2006)*, de *Global Reporting Initiative (GRI)*, y de la nueva norma AA1000 que comprende la *Norma de Principios de AccountAbility AA 1000APS (2008)* y la *Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA 1000 AS (2008)*. En esta línea se ha realizado un análisis específico con la información pública y la disponible en el Grupo para valorar la validez y relevancia de estos asuntos en el contexto de la crisis actual.

El presente informe se completa con el Informe Financiero 2008 y otras informaciones disponibles en la página Web ([www.bbva.com](http://www.bbva.com)).

## REFERENCIAS BÁSICAS Y ESTÁNDARES INTERNACIONALES

Este informe se ha preparado siguiendo las mejores prácticas y los estándares internacionales más reconocidos. Por un lado se han seguido los principios y requisitos de *Global Reporting Initiative (GRI G3)*, reportando tanto los indicadores centrales como los del sector financiero. GRI ha calificado a BBVA desde el 2003 como *in accordance* y desde el 2006 como A+. Al mismo tiempo se ha seguido la nueva norma de AA1000 informando del desempeño de los principios:

- Inclusividad: participación de nuestros grupos de interés en el desarrollo y logro de una respuesta responsable y estratégica hacia la sostenibilidad.
- Relevancia: determinación de los temas relevantes para BBVA y sus grupos de interés, alineados con los procesos de toma de decisiones y la estrategia de la organización.
- Capacidad de respuesta: reflejo de cómo BBVA responde a los temas relevantes planteados por sus grupos de interés.

Asimismo, se informa sobre actuaciones relativas a los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas y se da respuesta al Informe de Progreso 2008 en relación al cumplimiento de 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). Las recomendaciones puestas de manifiesto en estos procesos de revisión son objeto de un plan de acción que asegure su implantación.

Este informe cuenta con la garantía de haber sido revisado lingüísticamente por la Fundación Española Urgente ([www.fundeu.es](http://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.                                                                                                                                                                                                                                                                          | 5-7                                                |
| 1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 12-13, 17-20                                       |
| 2. Perfil de la organización                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Páginas                                            |
| 2.1 Nombre de la organización.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3                                                  |
| 2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 3-4                                                |
| 2.3 Estructura operativa de la organización.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 3                                                  |
| 2.4 Localización de la sede principal de la organización.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 3, CCAA                                            |
| 2.5 Número de países en los que opera la organización.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3-4                                                |
| 2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 3                                                  |
| 2.7 Mercados servidos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3-4, CCAA                                          |
| 2.8 Dimensiones de la organización informante.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3-4, 78, CCAA                                      |
| 2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3, CCAA                                            |
| 2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 79                                                 |
| 3. Parámetros de la memoria                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Páginas                                            |
| PERFIL DE LA MEMORIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                    |
| 3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 2, 75                                              |
| 3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2, 75                                              |
| 3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2, 75                                              |
| 3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 84                                                 |
| ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                    |
| 3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 16-19, 75                                          |
| 3.6 Cobertura de la memoria.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2, 75                                              |
| 3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 2, 75                                              |
| 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.                                                                                                                    | 2, 75                                              |
| 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.                                                                                                                                                                         | 2, 14, 35, 37<br>42-44, 53, 56-57<br>61-62, 70, 75 |
| 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.                                                                                                                                                                                    | 14, 22, 43-44<br>50-51, 56-58<br>62, 75            |
| 3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.                                                                                                                                                                                                                                                   | 75                                                 |
| ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                    |
| 3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 76-77                                              |
| 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. | 73-74                                              |
| 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.                                                                                                                                                                                    | 3, 11, IGC                                         |
| 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                                                |
| 4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.                                                                                                                                                                                                              | IGC                                                |
| 4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.                                                                                                                                                                                                                                                                      | 47-48, IGC<br>ICIARC'08                            |
| 4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).                                                                                                                                                     | 20, 43,<br>IPRCA                                   |
| 4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.                                                                                                                                                                                                                                                                                            | IGC                                                |
| 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                                                |
| 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.                                                                                                                                                                                               | 8-14                                               |
| 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.                                            | 9-14, IGC                                          |
| 4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.                                                                                                                                                                                                                                       | IGC                                                |
| COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                    |
| 4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 12-13, 58-59                                       |
| 4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.                                                                                                                                                                                                                          | 14, 58-59,<br>64-65, 72,                           |
| 4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.                                                                                                                                                                                                                               | 14, 58-59                                          |

## PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

|                                                                                                                                                                                                                                |                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.                                                                                                                                                            | 16               |
| 4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.                                                                                                                   | 15-16, ICIARC'08 |
| 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.                                                                    | 16-17, ICIARC'08 |
| 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. | 17-20            |

## ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES

| Dimensión Económica                                                                                                                                                                                                                                                 | Páginas       | Alcance de verificación |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------------|
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN                                                                                                                                                                                                                             |               |                         |
| 9-14, 60-67, ICIARC'08                                                                                                                                                                                                                                              |               |                         |
| Desempeño económico                                                                                                                                                                                                                                                 |               |                         |
| EC1. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.                | 14, ICIARC'08 | (1)                     |
| EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.                                                                                                                                  | 58-59         | ✓                       |
| EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.                                                                                                                                                                   | 45-46         | ✓                       |
| EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.                                                                                                                                                                                                      | 45            | (2) (4)                 |
| Presencia en el mercado                                                                                                                                                                                                                                             |               |                         |
| EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.                                                                                                                    | 51-52         | ✓                       |
| EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.                                                                                       | 41-42         | ✓                       |
| 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.                                                                       | 39-40, 60-68  | ✓                       |
| Dimensión Ambiental (a)                                                                                                                                                                                                                                             | Páginas       | Alcance de verificación |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN                                                                                                                                                                                                                             |               |                         |
| 14, 32-33, 40, 54-55, 58-59                                                                                                                                                                                                                                         |               |                         |
| Materiales                                                                                                                                                                                                                                                          |               |                         |
| EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.                                                                                                                                                                                                                    | 56            | ✓                       |
| EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.                                                                                                                                                                                        | 56            | ✓                       |
| Energía                                                                                                                                                                                                                                                             |               |                         |
| EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.                                                                                                                                                                                                   | 57            | ✓                       |
| EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.                                                                                                                                                                                                 | 57, ICIARC'08 | ✓                       |
| Agua                                                                                                                                                                                                                                                                |               |                         |
| EN8. Captación total de agua por fuentes.                                                                                                                                                                                                                           | 57            |                         |
| 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                                                                                                                                                                                                                                      |               |                         |
| EN 16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.                                                                                                                                                                           | 56            | ✓                       |
| EN 17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.                                                                                                                                                                                          | 56            | ✓                       |
| EN 19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.                                                                                                                                                                                           | No material*  |                         |
| EN 20. NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> 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*  |                         |
| EN 22: Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.                                                                                                                                                                                      | 58            | ✓                       |
| EN 23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.                                                                                                                                                                                      | No material*  |                         |
| Productos y servicios                                                                                                                                                                                                                                               |               |                         |
| EN 26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.                                                                                                                                          | 40, 58-59     | ✓                       |
| EN 27. 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                                                                                                                                                                                                                                              |               |                         |
| EN 28. Costes de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.                                                                                                                                        | 14            | (4)                     |
| Dimensión Social: Prácticas laborales y ética en el trabajo (b)                                                                                                                                                                                                     | Páginas       | Alcance de verificación |
| INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN                                                                                                                                                                                                                           |               |                         |
| 9-14, 41-50, ICIARC'08                                                                                                                                                                                                                                              |               |                         |
| Empleo                                                                                                                                                                                                                                                              |               |                         |
| LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.                                                                                                                                                                          | 41, 47        | ✓                       |
| LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.                                                                                                                                                        | 42-44         | ✓                       |

## Relaciones Empresa/Trabajadores

|                                                                                                                                                              |    |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|
| LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.                                                                                             | 49 | (4) |
| LA5. Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos. | 49 | (8) |

## 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.                                                                       | 50    | (5) |
| 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. | 49-50 | ✓   |

## Formación y Educación

|                                                                                                 |    |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|
| LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado. | 45 | (6) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|

## 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. | 42, 47, IGC | (7) |
| LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.                                                       | 43          | ✓   |

| Dimensión Social: Derechos Humanos (c)           | Páginas                    | Alcance de verificación |
|--------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| <b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN</b> | 9-14, 46-47, 49-50, 53, 72 |                         |

## 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. | 14, 32-33 | (10) |
| HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.                | 52-53     | (8)  |

## No discriminación

|                                                                        |               |          |
|------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|
| HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. | 14, ICIARC'08 | (4) (11) |
|------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|

## 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. | 14, 49 | ✓ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---|

## Abolición de la explotación infantil

|                                                                                                                                                               |           |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---|
| HR6. Actividades identificadas que conlleven un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | 14, 71-72 | ✓ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---|

## 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. | 14, 71-72 | ✓ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---|

| Dimensión Social: Sociedad (d)                 | Páginas                | Alcance de verificación |
|------------------------------------------------|------------------------|-------------------------|
| <b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b> | 9-14, 17-19, 34-35, 60 |                         |

## 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. | 9-11, 60-63 | ✓ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---|

## Corrupción

|                                                                                                                         |                  |          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------|
| SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. | 35, ICIARC'08    | (9)      |
| SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anti corrupción de la organización.              | 35               | ✓        |
| SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.                                                       | 34-35, ICIARC'08 | (4) (11) |

## Política Pública

|                                                                                                                     |        |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----|
| SO5. Posición en la políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying. | 14, 67 | (3) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----|

## 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. | 14, CCAA | (4) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----|

| Dimensión Social: Responsabilidad de producto (e) | Páginas      | Alcance de verificación |
|---------------------------------------------------|--------------|-------------------------|
| <b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>    | 9-14, 60, 63 |                         |

## 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. | 24 | (8) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|

## 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. | 24 | ✓ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|

## 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. | 24-25 | ✓ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---|

## 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. | 14 | (4) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|

## INDICADORES DEL SECTOR FINANCIERO

| Impacto de productos y servicios | Páginas | Alcance de verificación |
|----------------------------------|---------|-------------------------|
|----------------------------------|---------|-------------------------|

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

|                                                                                                                                                                              |               |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---|
| FS1: Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.                                                                         | 32-34, 54-55  | ✓ |
| FS2: Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.                                                                | 32-34         | ✓ |
| FS3: Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.          | 32-35         | ✓ |
| FS4: Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio. | 32, 44-45, 59 | ✓ |
| FS5: Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.                                          | 16-20         | ✓ |

## Cartera de Producto

|                                                                                                                                                                     |           |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---|
| FS6: Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, pyme, microempresa) y sector.                                        | CCAA      | ✓ |
| FS7: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.         | 36-40     | ✓ |
| FS8: Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos. | 40, 58-59 | ✓ |

## Auditoría

|                                                                                                                                                                     |               |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------|
| FS9: Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos. | 83, ICIARC'08 | (12), N.A. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------|

## Gestión activa de la propiedad

|                                                                                                                                                                        |              |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------|
| FS10: Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.                                            | 36-37        | (13) |
| FS11: Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.                                                                                 | 32-33, 36-38 | (13) |
| FS12: Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto. | 37           | N.A. |

| Dimensión Social: Sociedad                     | Páginas    | Alcance de verificación |
|------------------------------------------------|------------|-------------------------|
| <b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b> | 3-4, 26-30 |                         |

## Comunidad

|                                                                                                        |            |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------|
| FS13: Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.                   | 3-4, 26-30 | (14) |
| FS14: Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros. | 26-30      | ✓    |

| Dimensión Social: Responsabilidad de producto  | Páginas          | Alcance de verificación |
|------------------------------------------------|------------------|-------------------------|
| <b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b> | 13, 24-28, 65-66 |                         |

## Salud y Seguridad del Cliente

|                                                                                                           |           |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---|
| FS15: Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa. | 13, 23-25 | ✓ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---|

## Comunicaciones de marketing

|                                                                                         |               |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---|
| FS16: Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario. | 27, 63, 65-66 | ✓ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---|

## LEYENDA

|           |                                                                               |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------|
| IGC       | Informe Gobierno Corporativo 2008                                             |
| ICIARC'08 | Información complementaria Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008  |
| CCAA      | Cuentas Anuales Consolidadas 2008                                             |
| IPRCA     | Informe sobre la Política de Retribuciones del Consejo de Administración 2008 |

## Principales áreas y unidades responsables

- (a) Riesgos, Inmuebles y Servicios, Responsabilidad y Reputación Corporativas y las áreas de negocio.
- (b) Recursos Humanos.
- (c) Recursos Humanos y Cumplimiento.
- (d) Responsabilidad y Reputación Corporativas y Cumplimiento.
- (e) Comunicación 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 2008

- 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, las instalaciones de los edificios del Grupo BBVA no contienen cantidades significativas de 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, a 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

- N.A.: no aplica
- ✓ Grupo excepto EE.UU.
- (1) Indicador calculado siguiendo el protocolo GRI y desglosado en la Información Complementaria del IARC08.
- (2) Sólo se informa de las subvenciones de formación en España.
- (3) Se informa exclusivamente del Servicio de Estudios.
- (4) y de los acuerdos internacionales suscritos en materia de sostenibilidad.
- (4) La información se corresponde y ha sido revisada por BBVA España.
- (5) Se informa exclusivamente de la tasa de absentismo.
- (6) No se desglosa por categoría.
- (7) Solo se desglosa por grupo de edad y género.
- (8) Se incluye únicamente información cualitativa.
- (9) Se informa del número de auditorías realizadas por área de negocio clasificadas en función de la tipología del Grupo BBVA.
- (10) Se informa exclusivamente de financiación de grandes proyectos.
- (11) Los datos que figuran en la Información Complementaria corresponden a expedientes disciplinarios.
- (12) Definida Política y fijado objetivo para 2009.
- (13) No se informa del porcentaje sobre el total de activos bajo gestión.
- (14) No se informa del número de oficinas en zonas de baja densidad o lugares desfavorecidos.

## Indicadores clave de responsabilidad corporativa

### ECONÓMICOS

|                                                                                                                  | 2008   | 2007   | 2006   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|
| Beneficio atribuido por acción (euros)                                                                           | 1,35   | 1,70   | 1,39   |
| Capitalización bursátil de BBVA (millones de euros)                                                              | 32.457 | 62.816 | 64.788 |
| Puesto en ranking mundial de bancos privados por capitalización bursátil                                         | 7º     | 12º    | 16º    |
| Tasa de morosidad (%)                                                                                            | 2,12   | 0,89   | 0,83   |
| Consejeros independientes (%)                                                                                    | 78,6   | 78,6   | 73,3   |
| Valor económico añadido (EVA) (millones de euros) (1)                                                            | 29.879 | 28.632 | 22.539 |
| Fondos de inversión socialmente responsable respecto al total de fondos de inversión y pensiones gestionados (%) | 2,74   | 1,38   | 1,57   |

### SOCIALES

|                                                                                              |        |        |       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|-------|
| Indice de satisfacción de clientes (%) (2)                                                   | 76,9   | 78,6   | 78,5  |
| Indice de satisfacción de empleados (%) (3)                                                  | 87     | -      | -     |
| Horas de formación por empleado                                                              | 37     | 39     | 39    |
| Mujeres en puestos directivos (Comité de Dirección y Directivos Corporativos/Directivos) (%) | 10/18  | 9/17   | 8/17  |
| Diversidad hombres y mujeres (%)                                                             | 49/51  | 51/49  | 53/47 |
| Indice de satisfacción de proveedores (%) (3)                                                | 82     | -      | 82    |
| Recursos destinados a compromiso con la sociedad (millones euros)                            | 85,3   | 69,0   | 56,4  |
| Recursos destinados a compromiso con la sociedad sobre beneficio atribuido (%)               | 1,70   | 1,13   | 1,19  |
| Nº de beneficiarios del programa de educación "niños adelante" (4)                           | 47.104 | 17.920 | -     |
| Nº de beneficiarios del programa de educación financiera (5)                                 | 7.000  | -      | -     |
| Nº de beneficiarios de Fundación Microfinanzas BBVA (millones) (6)                           | 1,7    | 1,0    | -     |

### MEDIOAMBIENTALES

|                                                     |       |       |       |
|-----------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| CO <sub>2</sub> emitido por empleado (ton)          | 3,28  | 2,93  | 3,16  |
| Consumo de papel por empleado (kg)                  | 98,2  | 103   | 134   |
| Consumo de agua por empleado (m³)                   | 28,06 | 25,51 | 29,53 |
| Electricidad por empleado (Mwh)                     | 7,1   | 6,7   | 6,8   |
| Nº de empleados en edificios certificados ISO 14001 | 9.080 | 4.710 | 2.450 |

### GESTIÓN Y GOBIERNO DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

|                                                               |    |   |   |
|---------------------------------------------------------------|----|---|---|
| Nº de Comités Corporativos de RRC                             | 4  | 2 | 1 |
| Nº de Comités de RRC en América Latina y Estados Unidos       | 10 | 0 | 0 |
| Nº de comparecencias de RRC ante el Consejo de Administración | 2  | 0 | 0 |

(1) Calculado siguiendo la metodología GRI.

(2) Datos alcance España.

(3) Encuesta bienal. El dato anterior es 68,6 del 2005.

(4) Programa iniciado en el 2007.

(5) Programa iniciado en el 2008.

(6) Actividad iniciada en el 2007.

Alcance: Grupo BBVA



## Ratings de sostenibilidad <sup>(1)</sup>

| Entidad                                                                           | Índices                                        | Ponderación<br>31-12-2008 | Observaciones                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | DJSI World                                     | 0,73%                     | Desde el 2001, el Grupo BBVA está incluido en el DJSI World. Desde el 2005 en el DJSI STOXX. Puntuación completa de BBVA en el 2008, 2007 y 2006  |
|                                                                                   | DJSI STOXX                                     | 1,61%                     |                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                   | DJSI EURO STOXX                                | 2,97%                     |                                                                                                                                                                                                                                      |
|  | FTSE4Good Global                               | 0,53%                     | Desde el 2005, el Grupo BBVA está presente en el FTSE4Good y entró en el 2008 en el nuevo índice FTSE4Good Ibex                                                                                                                      |
|                                                                                   | FTSE4Good Europe                               | 1,18%                     |                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                   | FTSE4Good Europe 50                            | 1,72%                     |                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                   | FTSE4Good IBEX                                 | 7,66%                     |                                                                                                                                                                                                                                      |
|  | KLD Global Sustainability Index                | 0,62%                     | Incluido en los análisis de AIS. BBVA está incluido en KLD Global Sustainability Indexes desde su lanzamiento en octubre del 2007                                                                                                    |
|                                                                                   | KLD Global Sustainability Index Ex-US          | 1,11%                     |                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                   | KLD Europe Sustainability Index                | 1,88%                     |                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                   | KLD Europe Asia Pacific Sustainability         | 1,83%                     |                                                                                                                                                                                                                                      |
|  | ASPI Eurozone Index                            | 2,13%                     | BBVA está incluido en el ASPI Eurozone y en los Ethibel Sustainability Indexes y por primera vez en el 2007 en el Ethibel Excellence Index                                                                                           |
|                                                                                   | Ethibel Sustainability Index Excellence Europe | 1,78%                     |                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                   | Ethibel Sustainability Index Excellence Global | 0,98%                     |                                                                                                                                                                                                                                      |

### Otras agencias de Rating

|                       |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| OEKOM                 |  | BBVA renueva en el 2008 su consideración como PRIME en la comparación con los mejores bancos globales o Best in Class                                                                            |
| INNOVEST              |  | En el 2008, BBVA obtiene la calificación "A" en la categoría de "Global Banks" de Innovest                                                                                                       |
| Management&Excellence |  | BBVA es líder en sostenibilidad, Gobierno Corporativo, y responsabilidad social en los países latinoamericanos en los que tiene mayor presencia (Argentina, Colombia, México, Perú y Venezuela). |

(1) Miden el desempeño de las compañías desde las dimensiones económica, social, ética y medioambiental. La puntuación e incluso la permanencia en los índices bursátiles de sostenibilidad depende de la demostración de progresos constantes en materia de sostenibilidad.

## Premios y reconocimientos 2008

|                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Premio Iniciativa Empresa por promover el espíritu viajero y el descubrimiento geográfico como la Ruta Quetzal                                                                                      | Sociedad Geográfica Española                                                                                                          |
| BBVA Bancomer recibe el distintivo del 2008 de Empresa Socialmente Responsable                                                                                                                      | Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)                                                                                          |
| BBVA entra en el Top 100 de las marcas del <i>ranking</i> Brandz                                                                                                                                    | Millward Brown Optimor                                                                                                                |
| I Premio a la mejor práctica responsable del Club de Excelencia en sostenibilidad                                                                                                                   | Club de excelencia en sostenibilidad                                                                                                  |
| BBVA obtiene el premio Príncipe Felipe a la gestión de marca renombrada                                                                                                                             | Jurado de los Premios Príncipe Felipe a la excelencia empresarial                                                                     |
| BBVA recibe el reconocimiento de la asociación de personas discapacitadas COCEMFE en su labor de mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad.                                       | Confederación Española de Personas con Discapacidad Física y Orgánica (COCEMFE)                                                       |
| BBVA Colombia, BBVA Banco Continental (Perú), BBVA Banco Provincial (Venezuela), y BBVA Banco Francés (Argentina) entre los 10 mejores dentro del <i>ranking</i> de sostenibilidad de Latin Finance | Management & Excellence                                                                                                               |
| Premio Codespa en la categoría de Empresa por el proyecto de Niños Adelante                                                                                                                         | Fundación Codespa-XII Edición de los Premios Codespa                                                                                  |
| XLIII Premio Llotja a la mejor información de sociedades mercantiles a los accionistas y al mercado                                                                                                 | Cámara Oficial de Comercio, industria y navegación de Barcelona                                                                       |
| Finalista del Premio a la Mejor Memoria de Sostenibilidad de empresas españolas                                                                                                                     | Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) e Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE). |

# PROGRESOS 2008 Y OBJETIVOS 2009

## 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

Impulsar mejoras en el ámbito de Cumplimiento Normativo

Formalizar una política de Derechos Humanos

Desarrollo de informes de RC por bancos del Grupo en América Latina

Medición de prioridades y percepciones entre empleados, clientes y opinión pública en España, México, Argentina, Chile, Perú y Colombia

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 comunicación con empleados

Mejorar los canales comunicación con clientes

Facilitar la colaboración de los accionistas y clientes en las líneas de compromiso social del Grupo

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

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

Avanzar en la aplicación de los Principios de Ecuador

Avanzar en la consideración de factores ambientales en el riesgo crediticio • Mejorar la política de financiación del sector de armas

Mejorar el modelo para prevenir el blanqueo de capitales y la financiación de actividades terroristas

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

Impulsar iniciativas para la conciliación de la vida familiar y laboral

Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados

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

Difundir el Pacto Mundial entre los proveedores

Fomentar proyectos sociales con proveedores

Ampliar las certificaciones ISO 14001 en edificios singulares del Grupo

Reducir los impactos ambientales directos del Grupo

Puesta en marcha del Plan de Marco Acción Social para América Latina

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 personas con discapacidad

**Nueva línea:** Impulsar las actividades de educación, incluyendo la educación financiera

Desarrollar programas de voluntariado corporativo

### ORIENTACIÓN AL CLIENTE

### INCLUSIÓN FINANCIERA



### FINANZAS RESPONSABLES

### OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS RESPONSABLES

### GESTIÓN RESPONSABLE DE RECURSOS HUMANOS

### COMPRAS RESPONSABLES

### GESTIÓN AMBIENTAL Y CAMBIO CLIMÁTICO

### COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

### VOLUNTARIADO CORPORATIVO



## OBJETIVOS 2008

- 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 Estados Unidos
- Impulsar la creación de foros de reputación corporativa en otros países
- Crear el Comité de RRC en México y en los principales países de América del Sur
- Adhesión y participación en compromisos internacionales relevantes
- Avanzar en la difusión de los ODM y desarrollar iniciativas de BBVA que contribuyan a su consecución
- Revisión anual del compromiso en materia de Derechos Humanos a través del Comité de RRC
- Ampliar la realización de informes RC a Argentina, Colombia y Chile
- En el caso de empleados: ampliar la frecuencia del análisis de bienal a anual. La medición en clientes y opinión pública seguirá siendo continua (tracking)
- Establecer un reporting periódico al Comité de Dirección
- Seguir ampliando el perímetro de consulta
- 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
- Proseguir con las mejoras
- Impulsar la interactividad en la Televisión IP y extender su accesibilidad en todo el Grupo
- Acciones de comunicación para informar sobre la política de RC del Grupo a los empleados
- Acciones de comunicación para informar sobre la política de RC del Grupo a los clientes
- Impulsar algún proyecto social con implicación por parte de accionistas y/o clientes
- Mejorar la gestión de reclamaciones. Memoria Corporativa de Reclamaciones para febrero de 2008 y creación de equipos trabajo para el análisis e implantación de las mejoras y propuestas realizadas
- Impulsar los canales no presenciales y mejorar la accesibilidad de las webs a las personas con discapacidad
- Nuevas alianzas de la Fundación Microfinanzas BBVA
- Plan de Bancarización en América Latina 2008-2010. Duplicación de la cartera de créditos, 4 MM de nuevos clientes en México y 3 MM en América del Sur
- Desarrollar modelos de negocio para favorecer la inclusión financiera de las personas inmigrantes
- Definición e implementación del nuevo modelo de gestión para mejorar el cumplimiento de los Principios de Ecuador
- Construcción del mapa de riesgo medioambiental de la cartera del banco en España. Inicio ampliación Ecorating en México • Actualización de la política de financiación del sector de armas y compromiso para su revisión con periodicidad mínima anual
- Proseguir con las mejoras
- Determinar el alcance de ISR en el Plan de Empleo de BBVA
- Desarrollar productos con criterios ambientales
- Desarrollar productos para colectivos con necesidades especiales
- Aplicar la nueva encuesta de clima del Grupo
- Desarrollar periódicamente nuevas iniciativas dentro del Plan Calidad de Vida
- Obtener la Certificación EFR (Empresa Familiarmente Responsable) en España
- Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados
- Definir un plan de formación global en materia de RC
- Inclusión de criterios de RC en todos los cuestionarios de homologación del Grupo
- Difundir el Pacto Mundial a todos los proveedores del Grupo
- Impulsar la contratación a Centros especiales de Empleo en España
- Ampliar las certificaciones ISO 14001 en edificios en México y a otros bancos del Grupo
- Lanzamiento del Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012
- 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
- 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 personas con discapacidad
- Plena implementación del Programa en todos los principales países en los que el Grupo está presente

PROGRESOS 2008

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| • Presentaciones al Consejo de Administración en febrero y mayo                                                                                                                                                                                                                                                                            | 😊    |
| • Elaboración y aprobación del Plan Estratégico de RRC                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 😊    |
| • Creación del departamento de RRC en BBVA Compass (Estados Unidos)                                                                                                                                                                                                                                                                        | 😊    |
| • Objetivo diferido                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 😞    |
| • Creación de los Comité de RRC locales en Argentina, Colombia, Chile, México, Perú y Venezuela • Realización de un total de 10 sesiones                                                                                                                                                                                                   | 😊    |
| • Adhesión a los Principios de Inversión Responsable de Naciones Unidas (GPP y Fondo de Empleo)                                                                                                                                                                                                                                            | 😊    |
| • Campaña de difusión de los tres primeros ODM "2015, un mundo mejor para Joana"                                                                                                                                                                                                                                                           | 😊    |
| • Plan de Acción Social para América Latina • Desarrollo de la red de la Fundación Microfinanzas                                                                                                                                                                                                                                           | 😊    |
| • Aprobación del Estatuto de la Función de Cumplimiento • Aprobación, por parte del Consejo de Administración del Grupo BBVA, de una Política de Conducta en el ámbito de los Mercados de Valores de alcance global                                                                                                                        | N.L. |
| • Revisión en el Comité de RRC de diciembre • Difusión a todos los empleados del Grupo del 60º aniversario de la Declaración Universal de DDHH                                                                                                                                                                                             | 😊    |
| • Lanzamiento curso online                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 😊    |
| • Realización de informes de RC en Argentina, Colombia, Chile, México, Venezuela y Perú (verificado)                                                                                                                                                                                                                                       | 😊    |
| • Realización del estudio a empleados a nivel Grupo con frecuencia anual                                                                                                                                                                                                                                                                   | 😞    |
| • Se ha reportado en 3 ocasiones al Comité de dirección (Plan de acción social Latam, Plan Estratégico y Plan Global de Ecoeficiencia)                                                                                                                                                                                                     | 😊    |
| • Participación en la elaboración de un cuadro de mando integral                                                                                                                                                                                                                                                                           | 😊    |
| • Lanzamiento del proceso de consulta en Estados Unidos                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 😞    |
| • N° de oficinas itinerantes: 83 (78 localidades). Aumento del 67% del n° de visitas (6.023)                                                                                                                                                                                                                                               | 😊    |
| • Creación de la línea de productos: Club Ábaco, exclusiva para accionistas del Banco                                                                                                                                                                                                                                                      | 😊    |
| • Aumento del 19% en el n° de accionistas asistentes a Road Shows (7.720)                                                                                                                                                                                                                                                                  | 😊    |
| • Impulso a la coordinación entre Relación con Inversores y RRC para una mejor respuesta a los inversores y analistas en materia de sostenibilidad                                                                                                                                                                                         | 😊    |
| • Aumento de información de RC en la web de Relación con Inversores e inclusión de un apartado de RC en los Informes Financieros Trimestrales                                                                                                                                                                                              | 😊    |
| • Incorporación de 557 videos (+100%) • 188.803 visitas registradas con 317.823 videos vistos                                                                                                                                                                                                                                              | 😊    |
| • El 18% de las noticias son sobre RRC • Implantación del SAE en Perú                                                                                                                                                                                                                                                                      | 😞    |
| • Creación de la sección "Novedades" en la web de RC (76 noticias publicadas) • Creación del canal de TV IP en la web de RC (16 videos)                                                                                                                                                                                                    | 😊    |
| • Campaña con Unicef para clientes de BBVA Colombia a través de cajeros • Participación de clientes y accionistas en las carreras populares solidarias BBVA                                                                                                                                                                                | 😊    |
| • Mejora de la satisfacción al cliente en Chile y Colombia • Realización de la Memoria Corporativa de Reclamaciones • Implantación de indicadores de Calidad en los bancos de América Latina • Lanzamiento de la campaña “adaptabilidad” con productos y servicios para responder mejor a los clientes ante el entorno de crisis en España | 😞    |
| • 39% de transacciones on-line y 26% a través de cajeros • Lanzamiento de Tú cuentas • Alcance de accesibilidad AA en las Web corporativas de Chile, Perú y Portugal                                                                                                                                                                       | 😊    |
| • Alianzas en Colombia, Perú, Puerto Rico y Costa Rica • Acuerdo educativos con la OEI y con la UNED • Elaboración del Código de Gobierno Corporativo de la Red de Entidades Microfinancieras                                                                                                                                              | 😊    |
| • América del Sur: Aumento en 400.000 clientes particulares activos y un aumento del 18,1% en el crédito a clientes • Nuevos convenios para ampliar los Corresponsales no bancarios o cajeros corresponsales en Colombia, Perú y Chile • México: Aumento en 500.000 clientes particulares y un aumento del 13,7% en el crédito a clientes  | 😊    |
| • Lanzamiento de nuevos productos • Cuota de mercado en España del 22,5%                                                                                                                                                                                                                                                                   | 😞    |
| • Elaboración por parte de Riesgos del nuevo Manual para la gestión de riesgos sociales y medioambientales en la actividad crediticia del Grupo (financiación de proyectos, ecorating y sector defensa) • El nuevo manual aplica a toda operación de financiación de proyectos con independencia de su importe                             | 😊    |
| • Se ha potenciado el Modelo de Gestión del Riesgo de Blanqueo de Capitales mediante la adaptación de las políticas y procedimientos a los cambios normativos, incorporando las mejores prácticas internacionales en estas materias y perfeccionando los sistemas de monitorización ya existentes.                                         | 😊    |
| • Aprobación para la gestión de la totalidad del Plan de Empleo de BBVA en España con criterios ISR (1.900 millones de euros y 41.100 partícipes)                                                                                                                                                                                          | 😊    |
| • Emisión del primer ETF sobre el nuevo índice FTSE4Good Ibex                                                                                                                                                                                                                                                                              | 😊    |
| • Comercialización de más de 1 millón de toneladas de CO2 • Lanzamiento consultoría medioambiental para pymes en España                                                                                                                                                                                                                    | 😊    |
| • Línea con la Corporación Interamericana de Inversiones para promocionar la eficiencia energética entre las pymes de América Latina                                                                                                                                                                                                       | 😊    |
| • Lanzamiento de la Ayuda Vivienda dentro del Plan Familias para favorecer el acceso al crédito hipotecario a jóvenes con menos recursos (1.351 créditos por valor de 163,18 millones de euros) • Nueva edición del Préstamo Nacimiento                                                                                                    | 😊    |
| • Realización de la nueva encuesta de Clima del Grupo que refleja una mejora del 6%                                                                                                                                                                                                                                                        | 😞    |
| • Se han desarrollado numerosas iniciativas en Gestión del Tiempo, Igualdad de Oportunidades, Proyectos Personales y Familiares, etc.                                                                                                                                                                                                      | 😊    |
| • Obtención de certificado de EFR en España                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 😊    |
| • En diciembre de 2008 se adoptó la decisión de aplicar durante el año 2009 un tipo de referencia más beneficioso que el fijado en los acuerdos sociales de BBVA España en las modalidades de préstamo social y crédito vario a los empleados                                                                                              | 😞    |
| • Aprobación del Plan de Formación de RC del Grupo                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 😊    |
| • Inclusión de criterios de RC en España, Argentina, Colombia, Perú, Puerto Rico y México                                                                                                                                                                                                                                                  | 😞    |
| • Difusión a los proveedores de Argentina (180), Colombia (694), México (140), Perú (34), Puerto Rico (87), Venezuela (211) y Estados Unidos (100)                                                                                                                                                                                         | 😞    |
| • Contratación a Centros Especiales de Empleo por valor de 479.390 euros                                                                                                                                                                                                                                                                   | 😞    |
| • Certificación ISO 14.001 en 5 edificios (3 en España y dos en México) • Impacto en 9.080 empleados                                                                                                                                                                                                                                       | 😊    |
| • Lanzamiento del Plan Global de Ecoeficiencia 2008-2012. Mejoras en ecoeficiencia en 2008: reducción del consumo de papel por empleado -4% y ampliación del alcance                                                                                                                                                                       | 😊    |
| • Ampliación de los recursos. Aumento del presupuesto a una cifra equivalente al 1% del beneficio neto en América del Sur y México, lo que ha significado pasar de 20 millones de euros a 29,6 millones de euros • Aumento del n° de becados de 18.000 a 47.000                                                                            | 😊    |
| • Primera convocatoria de los Premios BBVA Frontera del conocimiento dotados con 3,2 millones de euros                                                                                                                                                                                                                                     | N.A. |
| • Utilización de la metodología LBG                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 😊    |
| • Avances en la elaboración del Plan de Acción Social en España                                                                                                                                                                                                                                                                            | 😞    |
| • Lanzamiento del Plan Integra y convocatoria del Premio Integra en España • Acuerdo marco en España con Fundación ONCE, CONCENFE, FEAPS y FEACEM                                                                                                                                                                                          | 😊    |
| • Lanzamiento del programa de educación financiera en México con impacto en 7.000 personas                                                                                                                                                                                                                                                 | N.A. |
| • Desarrollo de planes de voluntariado en todos los principales países con la participación de 3.617 voluntarios                                                                                                                                                                                                                           | 😊    |

OBJETIVOS PARA 2009

- Reportar regularmente al Consejo de Administración en pleno y a la Comisión de Riesgos del Consejo de Administración
- Fomentar y participar en iniciativas de impulso de la RRC junto con otras compañías e instituciones
- Crear el Comité de RRC en España, Estados Unidos, Panamá, Paraguay, Puerto Rico y Uruguay • Realizar un total de 25 sesiones de Comités de RRC locales
- Adhesión y participación en compromisos internacionales relevantes
- Avanzar en la difusión de los ODM y desarrollar iniciativas de BBVA que contribuyan a su consecución
- Proseguir con los avances
- Verificar informes RC en Argentina, Colombia, Chile, México, Perú y Venezuela • Realizar informe de RC en Estados Unidos
- Empleados: Evaluar y establecer planes de acción para mejora de los indicadores
- Clientes y opinión pública: ampliar el perímetro de análisis a Venezuela y Estados Unidos
- Establecer un reporting periódico al Comité de Dirección
- Seguir ampliando el perímetro de consulta
- Proseguir con los avances • Comercialización de la Tarjeta Ábaco
- Creación de una web específica para el Club Ábaco con ampliación de la gama de productos de valor añadido para el accionista.
- Ampliar acciones de comunicación a accionistas e inversores en el ámbito internacional con especial atención a México y Estados Unidos
- Distribuir la información relativa al Informe de RC cuando se publique a través de mailing a inversores y accionistas de BBVA
- Creación de una revista digital semanal y de una hemeroteca digital con noticias relevantes del Grupo
- Ampliar la sección de "Acción Social" en la revista trimestral para empleados a "Responsabilidad y Reputación Corporativas" • Implantación del SAE en Colombia y Venezuela
- Aumento del 25% en el nº de videos producidos y difundidos en la web de RC
- Impulsar algún proyecto social con implicación por parte de accionistas y/o clientes
- Definir e implantar un nuevo procedimiento para fortalecer la transparencia y claridad de las campañas publicitarias del Grupo
- Impulsar el uso de los canales no presenciales • Ampliar a otras webs del Grupo la accesibilidad AA
- Lanzamiento de la plataforma tecnológica para la red de entidades microfinancieras • Nuevas alianzas y presencia operativa en Chile y posiblemente en Argentina y Brasil
- Primeras co-inversiones con agencias multilaterales • Desarrollo de programas de formación en microfinanzas
- Plan de Bancarización en América Latina 2007-2010. Duplicación de la cartera de créditos, 4 MM de nuevos clientes en Mexico y 3 MM en América del Sur. • Ampliación de los canales de distribución alternativos • Poner a disposición de segmentos con menores recursos el uso de tarjetas de crédito de manera responsable a través de la "Tarjeta Prepagada"
- Consolidación de los logros de 2008
- Aprobación e implementación en todo el Grupo del nuevo Manual para la gestión de riesgos sociales y medioambientales en la actividad crediticio
- Iniciar la implicación de Auditoría Interna en la verificación de la aplicación del manual de gestión de riesgo medioambiental y social en materia de financiaciones y garantías en febrero de 2009 • Lanzamiento Ecorating en México, Perú, Chile y Colombia
- Proseguir con las mejoras
- Realización del primer rating de sostenibilidad sobre el Plan de Empleo BBVA en España • Participar en los foros de fomento de la ISR en España
- Desarrollar productos con criterios ambientales
- Desarrollar productos para colectivos con necesidades especiales
- Desarrollar nuevas iniciativas del Plan de Calidad de vida
- Obtener la Certificación EFR en México y Chile
- Desarrollar otras iniciativas de mejora profesional y personal de los empleados
- Desarrollo del Plan de Formación de RC del Grupo
- Aplicación de la encuesta de satisfacción de proveedores en México, Argentina, Chile, Colombia, Perú y Venezuela
- Política de Compras sostenibles
- Impulsar la contratación a Centros especiales de Empleo en España
- Aumentar el alcance en el número de empleados siguiendo los objetivos del Plan Global de Ecoeficiencia (PGE)
- Avanzar en los objetivos concretos establecidos en el PGE
- Consolidar el 1% en México y en América del Sur • Aumentar el nº de beneficiarios del Programa de becas Niños Adelante
- Evaluación del impacto social generado con el Programa de becas Niños Adelante
- Lanzamiento del Plan de Acción Social en España con el foco de la educación financiera
- Impulso de líneas de trabajo para la sensibilización y promoción de la integración laboral de las personas con discapacidad en España
- Impulso de programas de educación financiera
- Aumentar en un 33% el número de voluntarios

## 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://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](http://www.fundeu.es)).

### fundéu BBVA

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



“Las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) asociadas a la edición de este informe han sido compensadas mediante proyectos de reducción de emisiones de GEI a través de CeroCO2. [www.ceroco2.org](http://www.ceroco2.org)”

Diseño: Eugenio G. Cabanillas

Fotografía del Presidente: Chema Conesa

Edición: ELBA Grupo de Comunicación, S.L.

Impresión: Gráficas Enar, S.A.

