

# LA EMPRESA

## ¿Quién es BP?

El Grupo BP ("BP") es uno de los grupos de energía más grandes del mundo. BP tiene operaciones sólidamente establecidas en Europa, Norte y Sudamérica, Asia y África. Las secciones profesionales de BP son: exploración y producción, gas, energía y renovables, y refinamiento y marketing. A través de estas secciones profesionales BP suministra a sus clientes combustible para transporte, energía para dar calor y luz, comercio al por menor y productos petroquímicos para artículos de uso diario.

### Datos estadísticos clave del 2004

Facturación del Grupo	\$285.1 billones (£155.8 billones*)
Resultados pro forma ajustados para artículos especiales	\$16.2 billones (£8.9 billones)
Beneficio del coste de sustitución antes de los artículos excepcionales **	\$14.1 billones (£7.7 billones)
Beneficio de los costes históricos después de los artículos excepcionales	\$15.7 billones (£8.6 billones)
Capital operativo total empleado	\$118.4 billones (£64.7 billones)
Inversión de capital y adquisiciones	\$17.2 billones (£9.4 billones)
Número de empleados	102,900

Por favor, note que las cifras mostradas arriba han sido redondeadas al ciento de millón de dólares/libras más cercano.

\* Las cuentas anuales de BP ahora se expresan en dólares americanos. Las cifras en libras esterlinas en paréntesis están basadas en el siguiente tipo de cambio: £1 por cada \$1,83 dólares para todos los artículos de este folleto.

\*\* BP publica sus resultados en pro forma, además de sus resultados reales (lo definitivos), para posibilitar que los accionistas tengan un mejor conocimiento del rendimiento empresarial junto con el de los competidores. El resultado pro forma es el beneficio del coste de sustitución, sin incluir la amortización adquisitiva (depreciación relacionada con el ajuste de la revalorización de bienes fijos y la amortización de buena voluntad que sigue a las adquisiciones de otras empresas).

El beneficio del coste de sustitución excluye cualquier pérdida o ganancia que haya podido tener lugar en reservas de petróleo y productos crudos, comparando el coste medio de las existencias con el ingreso durante el periodo a tener en cuenta (y no aplicando costes obtenidos al usar el primero en el método FIFO). Por lo tanto refleja cambios más inmediatos en los costes de compra. El beneficio del coste de sustitución no representa una medida de cuentas formal y tampoco está reflejado en el balance general de BP.

Los resultados de la empresa en la Revisión Anual de BP y en el Informe Anual y Cuentas, se refieren a resultados pro forma.

# AVERIGÜE MÁS

BP publica una serie de publicaciones que describe más detalladamente tanto sus operaciones como las de la industria de la energía:

- Revisión Anual de BP
- Informe Anual y Cuentas de BP
- Información Operativa y Financiera de BP
- Informe sobre la Sostenibilidad de BP
- Revisión Estadística de BP sobre la Energía del Mundo
- La Revista BP
- Revista Horizonte
- Revista Fronteras (ciencia, tecnología e ingeniería).

La página web de BP contiene abundante información sobre el grupo y sus negocios así como los últimos comunicados de prensa de la empresa y los discursos que los directores más veteranos han dado sobre temas actuales relacionados con la industria. Se puede acceder a esta página en: [www.bp.com](http://www.bp.com)

El Servicio Educativo de BP (BPES) publica un catálogo de recursos sobre BP y otras empresas de energía, y está enfocado para profesores y estudiantes de edades comprendidas entre los 5 y 19 años. Por favor, contáctenos para pedir su copia gratis.

**Helpline:** +44 (0)870 333 0428

**Email:** [bpes@bp.com](mailto:bpes@bp.com)

**Web:** [www.bp.com/bpes](http://www.bp.com/bpes)

The paper used for this resource meets the strictest environmental standards set by the Nordic Swan Council and is fully recyclable. The pulp used to produce the paper is generated locally and bleached without the use of elemental chlorine.

© BP p.l.c. 2005



sobre  
BP

Servicios Educativos de BP  
Abril 2005

# Sobre BP

## ¿Sabía usted que ...?

- El 26 de mayo de 1908 la compañía que pasaría a convertirse en la Compañía de Petróleo Anglo-Persa descubrió petróleo
- El logo de BP, el helio, se llama así después del dios del sol de la antigua Grecia
- BP da trabajo a más de 100.000 personas en 100 países de todo el mundo
- BP vende el equivalente de 6,7 millones de barriles de productos refinados cada día
- El término "upstream" se refiere a actividades como la exploración de gas natural y petróleo, desarrollo y producción de campos.
- El término "downstream" se refiere a actividades como la manufactura, abastecimiento y marketing de productos derivados del petróleo y gas.
- En 1998, BP se propuso reducir sus emisiones de carbono a niveles de 1990 para el 2010 – logramos esto en 2001, 9 años antes de lo previsto.
- BP tiene 19.828 estaciones de servicio por el mundo.
- A través de nuestros puntos de venta al por menor, BP atiende a unos 13 millones de clientes cada día.
- Se ha probado que el último aceite limpio de BP, BP Ultimate, reduce emisiones de coche a la vez que mejora su rendimiento.
- El 2004 fue el duodécimo año consecutivo en que BP añadió más reservas de petróleo y gas de las que extrajo según las directrices de GAAP (Proyecto de Apoyo y Asistencia General) en el Reino Unido.
- Durante el 2004, BP ingresó más de \$87 millones en programas de inversión comunitaria por todo el mundo.
- BP Solar es una de las compañías eléctricas solares más grandes del mundo.

# PREGUNTAS Y RESPUESTAS

## BP

**¿Cuándo se estableció BP?**

La empresa que llegó a convertirse en BP fue fundada por William Knox D’Arcy en 1909; en aquel momento se denominaba Empresa Limitada de Petróleo Anglo-Persa y fue la primera en desarrollar las reservas de petróleo de Oriente Medio. En 1917, BP se convirtió en la marca que empezó a comercializar los productos petrolíferos de la empresa y en 1954 el grupo cambió su nombre a British Petroleum (=Petróleo Británico). La empresa pasó a llamarse BP Amoco en 1998 después de fusionarse con Amoco. Después de otro amalgamiento con ARCO, Vastar, ErdoelChemie, y Burmah Castrol, el nombre de BP se adoptó en 2001.

**¿Cuántos accionistas hay en BP?**

Hacia finales del 2004 había 345.581 accionistas con acciones ordinarias de BP y otros 163.397 accionistas con acciones depositadas en fondos americanos. Una acción depositada en un fondo americano (ADS) equivale a seis acciones ordinarias. Uno de los accionistas de ADSs equivale a unos 824.700 accionistas subyacentes. Las ADSs se pueden comprar en los mercados bursátiles norteamericanos. En la actualmente hay más de 1 millón de accionistas del Reino Unido y los Estados Unidos. Un 80% de las acciones ordinarias y las acciones depositadas en fondos americanos pertenecen a instituciones tales como fondos de pensiones y compañías de seguros. Durante más de 20 años, BP ha alentado a sus empleados para que compren acciones en la empresa bajo condiciones favorables, de este modo se les incentiva para que quieran que la empresa tenga éxito.

**¿Cómo decide BP cuánto pagar a los accionistas en dividendos?**

Nuestra política con respecto a los dividendos no ha cambiado. BP tiene una política de dividendos progresiva. El Consejo tiene en cuenta varias consideraciones: las circunstancias actuales del grupo (como el movimiento de efectivo, deudas y ganancias) las ganancias sostenibles previstas para el futuro a un plazo más largo de las condiciones de planificación, y nuestro récord de crecimiento. Los accionistas reciben una proporción de las ganancias de la empresa en forma de dividendos. En 2004, BP pagó 6.038 millones de dólares (3.235 millones de libras) en dividendos.

**¿Qué es la marca BP?**

Las marcas son cada vez más importantes en el actual mercado global; éste es un mercado que cambia rápidamente. Las empresas más grandes del mundo disfrutan todas de un alto nivel de reconocimiento mundial. Lo que hace que nuestra marca destaque es el sólido compromiso que hemos adquirido en los mismos cimientos de BP para contribuir al progreso humano.

El logo “helio” (nombre tomado del dios del sol de la antigua Grecia) simboliza una deslumbrante explosión de verde, blanco y amarillo que representa la energía dinámica en todas sus formas, desde la del petróleo y el gas hasta la solar.

Nuestra marca representa lo que somos y lo que defendemos. La marca BP abarca a toda nuestra gente, los productos que vendemos, las tecnologías que desarrollamos y las relaciones que formamos. Tenemos cuatro valores que sustentan todo lo que hacemos:

- Verde – que demuestra liderazgo en el medio ambiente.
- Progresivo – siempre buscando una estrategia nueva y mejor.
- Rendimiento – estableciendo estándares globales.
- Innovador – llevando a cabo soluciones importantes..

Si quiere saber más sobre BP y sus valores, visite la página web de BP en [www.bp.com/values](http://www.bp.com/values)

## Los negocios de BP

**¿Dónde tiene operaciones BP?**

BP tiene operaciones muy importantes en Europa, Norte y Suramérica, Asia, Australasia, África y Rusia. A finales de 2004, justo menos de la mitad de sus activos fijos estaban en los E.E.U.U., un poco más de un tercio en el Reino Unido y resto de Europa, y los demás repartidos por el mundo.

**¿Cómo está organizado BP?**

En los últimos años BP ha simplificado su organización para evitar duplicación y mejorar la toma de decisiones, y espera continuar con este proceso. Actualmente, las operaciones de grupo se llevan a cabo en las unidades empresariales, donde cada una se centra en un activo o mercado – por ejemplo, una colección de campos petrolíferos del Mar del Norte o el mercado al por menor de Australia. Cada unidad empresarial tiene la responsabilidad de cumplir unos objetivos de rendimiento y tiene un amplio grado de libertad para decidir cómo las llevará a cabo, trabajando bien individualmente bien en grupos estratégicos conocidos con el nombre de Unidades de Rendimiento Estratégico – que tienen que rendir cuentas, a pesar de ser mayormente autónomas, al centro corporativo. En la actualidad las unidades empresariales de BP están agrupadas en tres grandes segmentos operativos:

- Exploración y Producción:** Los intereses “upstream” que BP tiene en la exploración y producción de gas y petróleo.
- Gas, Energía y Renovables:** Las actividades de BP relacionadas con el márketing de gas, su negocio solar y la evaluación y desarrollo de otras formas de energía tales como el hidrógeno y la energía eólica.
- Refinamiento y Márketing:** Las actividades petrolíferas “downstream” de BP, que incluyen la comercialización, transporte marítimo, refinamiento, distribución y márketing del petróleo crudo y sus productos.

## Exploración y producción de petróleo y gas

**¿Dónde produce BP el petróleo y el gas?**

Durante los últimos 90 años BP ha desempeñado un papel importantísimo en el desarrollo de los grandes campos petrolíferos del mundo, primero en el Oriente Medio y más recientemente en Alaska, el Mar del Norte y el Golfo de México.

Hoy en día, BP es uno de los mayores productores de petróleo en los E.E.U.U. y en el Mar del Norte. BP también produce petróleo crudo en Egipto, Canadá, Colombia, Australia, Abu Dhabi en el Golfo Árabe y en otras partes del mundo.

BP es también uno de los mayores investigadores de gas del mundo. Hemos podido probar que existen reservas de más de 40 trillones de pies cúbicos – igual que nuestras reservas de petróleo – y hay muchas más en otras fuentes de gas, pero esto todavía no lo hemos podido probar. Nuestras actividades se extienden por todo el globo, desde Norteamérica hasta Indonesia. El gas aporta importantes beneficios medioambientales tanto a mercados desarrollados como a los que están en vías de desarrollo; cada vez más, el gas se está convirtiendo en el combustible preferido.

### Gas, energía y renovables

**¿Por qué el usar energía más limpia es cada vez más importante para BP?**

Los clientes requieren con más y más frecuencia energía más limpia para controlar el coste y reducir emisiones. Asegurar y abastecer a estos clientes es el propósito principal de las empresas de Gas, Energía y Renovables de BP. BP comercializa energía y servicios relacionados con ésta a grandes industrias y organizaciones comerciales así como a nuestras propias operaciones. Somos líderes en el mercado de gas más grande del mundo, Norteamérica y el Reino Unido. También trabajamos para que nuestros negocios crezcan en los cada vez más competitivos mercados de Europa.

Al hacer llegar gas a los clientes, ponemos en práctica técnicas innovadoras para transportar y comercializar gas natural líquido (LNG). Nuestros últimos tanques de LNG y nuestra creciente flota ofrecen entregas flexibles por todo el mundo. También estamos instalando nuevas tuberías y terminales para importar gas a nuestros clientes de Norteamérica, España, Turquía y las Filipinas. En Asia, fuimos los únicos escogidos para desarrollar la primera terminal LNG en China para importar gas así como las tuberías asociadas, situadas en Guangdong. La importación de gas a China reducirá significoativamente las emisiones de dióxido de carbono y debería mejorar la calidad de vida.

**Energía renovable**

Nuestros negocios renovables están creciendo rápidamente. Solar BP es uno de los productores líderes de células solares fotovoltaicas del mundo con un aumento en las ventas del 38% en 2004. Algunos proyectos muy importantes han incluido la terminación de un proyecto de \$10 millones para dar energía a 1852 colegios en áreas remotas de Brasil y un proyecto de \$3 millones para proveer de energía a sistemas de telecomunicaciones en áreas remotas de Perú, beneficiando a 3 millones de personas. También estamos mejorando nuestros conocimientos en el campo de la energía eólica así como implementando proyectos eólicos en sitios que pertenecen a BP. En el 2002, anunciamos el comienzo de nuestra granja eólica de 22.5 megavatios en la refinería petrolífera de Nerefco en los Países Bajos y la primera venta comercial de electricidad verde a la red eléctrica nacional de Holanda. Con respecto al hidrógeno estamos implementando una serie de proyectos de demostración en Europa para desarrollar un buen entendimiento de las cuestiones asociadas con esta energía alternativa (cuestiones técnicas, de coste y de aceptación de clientes).

## Petroquímicos

**¿Dónde manufactura BP sus Petroquímicos?**

Actualmente, BP tiene plantas que manufacturan petroquímicos por todo el mundo, incluyendo el Reino Unido y la Europa continental, los E.E.U.U., Asia y Suramérica. Cada año BP manufactura más de 30 millones de toneladas.

**¿Dónde puede usted encontrar los productos petroquímicos de BP?**

Productos hechos a partir de petroquímicos forman parte de nuestra vida diaria; piense, por ejemplo, en plásticos como el polietno, que se usa para las bolsas de plástico de la compra y para envasar comida. Otros productos incluyen adhesivos, pinturas, cosméticos, detergentes, farmacéuticos, disolventes y fibras para ropa, como las chaquetas de lana sintética.

Desde abril del 2004, BP ha estado preparando 15 millones de toneladas anuales de empresas de Olefino y Derivados para una futura BP externa, que probablemente se logre a finales del 2005. BP mantendrá las empresas de Aromática y Acetilcos, que serán reubicadas en el segmento de Refinamiento y Márketing.

## Refinamiento

**¿Dónde refina BP su petróleo?**

BP es propietario de, o está interesado en, 24 refinerías de petróleo, de las cuales 5 están en los E.E.U.U., 13 en Europa (incluyendo 2 en el Reino Unido), y 6 en otras partes del mundo. Además, y a través de nuestra empresa conjunta con TNK, tenemos acceso a 5 refinerías rusas. En el 2004, las refinerías de BP procesaron aproximadamente 3 millones de barriles (473 millones de litros) de petróleo crudo cada día.

**¿Cuáles son los principales petrolíferos manufacturados por BP?**

BP refina petróleo crudo para producir gasolina, diesel y lubricantes para usar en coches privados y vehículos comerciales, combustibles para aviones y barcos, y aceite para calentar hogares e industrias. BP también produce gas-petróleo líquido (LPG) que en muchos mercados se usa para calentar y, cada vez más, como combustible para coches.

## MÁRKETING

**¿Cuáles son los principales mercados para los productos de BP?**

BP abastece sus productos a comercios al por menor e industrias en unos 100 países y atiende a casi 13 millones de clientes cada día. La presencia de BP se está haciendo notar cada vez más en Australasia y partes del Extremo Oriente y África; aún así, nuestros mercados principales están en los E.E.U. U. y Europa..

**¿Cómo consigue BP que sus productos lleguen a sus clientes?**

Se utilizan varios métodos para transportar los productos de BP incluyendo tuberías, carretera, vías ferroviarias, el mar, ríos y canales. Una vez el petróleo crudo y el gas natural se han descubierto y extraído a la superficie de la tierra, se llevan a través de tubería o por barco, a terminales de almacenaje, o directamente a refinerías. BP tiene u opera más de 40.000 kilómetros de tuberías, muchas de las cuales están en los E.E.U.U. Por lo que respecta a barcos, nuestra flota está en estos momentos experimentando una renovación y programa de expansión de varios billones de dólares, con 11 tanques nuevos que llegaron el año pasado y otros 30 y pico barcos que se han encargado. Este programa resultará en casi el doble del tamaño de la flota controlada hacia el 2006, así como en un aumento significante en la proporción de cargamento transportado por los modernos barcos de doble casco de BP Shipping.

**¿Cuántas estaciones de servicio tiene BP?**

Hacia finales del 2003, BP tenía aproximadamente 27.800 estaciones de servicio, de las cuales 14.700 estaban en los E.E.U.U., 9500 en Europa, y 3600 por el resto del mundo. Durante el 2001 BP adquirió control operativo de Veba Oil, que es propietaria de Aral, la empresa de combustibles al por menor más grande de Alemania, con una red de 2600 puntos de venta en Alemania y otros 450 en países vecinos. BP comercializa productos por todo el mundo bajo la marca BP. La compañía también comercializa productos en Alemania bajo el nombre de Aral y en partes de E.E.U.U. bajo los nombres Amoco y ARCO. Después de la adquisición de Bruma Castrol por BP, los lubricantes también se empezaron a comercializar bajo el nombre de Castrol.

**¿Cómo selecciona BP los sitios para las estaciones de servicio?**

La situación es importantísima. Las estaciones de servicio deberían estar convenientemente situadas cerca de carreteras principales, en carreteras de circunvalación o en autopistas. Se ha procurado hacer estaciones de servicio más grandes, las cuales están vendiendo un volumen más grande de combustibles y ofreciendo a los clientes una gran gama de otros productos (especialmente comida) y servicios (por ejemplo, acceso al Internet) que a veces suman más de la mitad de los ingresos totales de la estación. BP ha establecido alianzas con compañías como McDonald en los E.E.U.U. y Safeway en el Reino Unido para ampliar su oferta a clientes en lugares donde hay estaciones de servicio.

## BP y la salud, la seguridad y el medioambiente (SSM)

**¿Cuál es la política SSM de BP?**

Toda la gente que trabaja para BP es responsable de mantener un estándar adecuado de SSM. El conseguir un buen nivel de SSM así como de salud y seguridad para todos los que trabajan en BP, son factores críticos para el éxito de nuestras empresas. Las metas de BP están claramente estipuladas – nada de accidentes, ningún daño a gente ni al medioambiente. La política de BP es la de continuar disminuyendo el impacto de nuestras operaciones en el medioambiente y la salud con la reducción de desperdicios, emisiones y descargas así como usar la energía de forma efectiva. BP se propone hacer productos de calidad que puedan ser usados por los clientes con seguridad.

Además, BP:

- Consulta con, escucha a y responde abiertamente a sus clientes, empleados, vecinos, grupos de interés público y aquellos que trabajan para nosotros.
- Trabaja con otros (socios, abastecedores, competidores y reguladores) para subir el estándar de nuestra industria.
- Informa abiertamente sobre el rendimiento del grupo, ya sea éste bueno o malo.
- Reconoce a aquellos que contribuyen a una mejora de SSM.

Los planes de negocios de BP incluyen metas de SSM que se puedan medir; todos se comprometen a cumplir estas metas.

Hay más información sobre SSM en BP en: [www.bp.com/hse](http://www.bp.com/hse)

## El Medio Ambiente

**¿Cuál es la actitud de BP con respecto al cambio climático?**

BP fue la primera empresa importante de energía en constatar públicamente que los riesgos del cambio climático eran serios y cree firmemente que la industria debería ir a la cabeza a la hora de encontrar soluciones prácticas y de coste efectivo. En septiembre de 1998 nos propusimos la meta de, para el 2010, reducir nuestras emisiones de gases invernadero en un 10% por debajo de los niveles de 1990; esto ya lo conseguimos a finales del 2001 – y en el proceso creamos unos \$650 millones en valor. Esto nos enseñó dos lecciones importantes: primero, que al hacer algo positivo con respecto al cambio climático, un gran entusiasmo motiva a nuestra gente; y segundo, que el mejorar la eficacia de la energía y reducir las emisiones tiene mucho sentido desde un punto de vista empresarial. En el futuro nuestro nuevo compromiso es el de mantener las emisiones de gases invernadero al nivel actual hasta el 2012 a pesar de haber constantes planes ambiciosos de crecimiento. Nuestro propósito es lograr esto a través de mejoras en la eficacia de la energía interna y en la utilización de mecanismos mercantiles flexibles. Un buen ejemplo es la comercialización de emisiones. Si una “moneda común” se pudiera crear, sería más fácil valorar de forma universal los esfuerzos realizados para reducir las emisiones. BP ha encabezado el uso de la comercialización de emisiones, primero a través de nuestro innovador sistema para comercializar emisiones internas (ETS) y, recientemente, con nuestra participación en el ETS del Reino Unido. A partir del 2005, muchas de nuestras instalaciones en Europa entrarán a forma parte del ETS de la Comunidad Europea. Continuaremos avanzando los conocimientos ya adquiridos durante el período que el sistema para comercializar emisiones internas ha estado en marcha; también participaremos, según vayan creándose, en los adecuados marcos de comercialización de emisiones externas. Enfrentarse al problema del cambio climático es uno de los mayores retos de la sociedad actual. No hay una solución simple y una única empresa no puede solucionar este tema por sí sola. Mientras continuamos progresando en BP, necesitamos la ayuda conjunta de nuestros socios en la industria, la comunidad académica y los gobiernos para abordar este desafío global. En noviembre del 2003, el Jefe Ejecutivo del Grupo BP, John Browne, expuso nuestras últimas ideas. Nuestra nueva meta, explicó, refleja un creciente consenso científico “que, para evitar un impacto serio en las sociedades o el medio ambiente, la sociedad debería planear la estabilización en la atmósfera de las concentraciones de dióxido de carbono (CO2) en unas 500 – 550 partes por millón”.

A largo plazo, BP cree que nuevas fuentes de energía pueden hacer una contribución viable y la empresa ve las energías solar, eólica y de hidrógeno como las que ofrecen oportunidades empresariales significantes. Sin embargo, el mundo continuará dependiendo de energía derivada de combustibles fósiles, el petróleo y el gas natural en un futuro predecible, y BP está comprometida a reducir el impacto medioambiental de estos combustibles. Para más información, consulte: [www.bp.com/climatechange](http://www.bp.com/climatechange).

### Inversión social

**¿Qué factores gobiernan las relaciones que BP tiene con la sociedad?**

BP cree que todas nuestras actividades deberían producir beneficios económicos y mayores oportunidades para todos los que se ven afectados por nuestras empresas; también ha emitido una serie de normas empresariales que se han convertido en la base en la que se apoyan para llevar a cabo sus negocios. Estas normas se centran en la conducta ética, los empleados, las relaciones, SSM, así como el control y las finanzas. Se espera que todo aquel que trabaja para BP cumpla con los compromisos estipulados en estas normas. Hay información sobre las normas empresariales de BP en la sección de Normas y Directrices en: [www.bp.com/policies](http://www.bp.com/policies).

**¿Qué quiere decir BP cuando habla de “rendimiento social”?**

Para BP nuestro rendimiento social es una medida del progreso que hacemos hacia nuestros compromisos con las normas empresariales, especialmente en lo que respecta a la conducta ética, los empleados y las relaciones. El rendimiento social tiene que ver con cómo BP cumple estas normas; el impacto de nuestras operaciones en las personas y el medio ambiente y nuestra contribución general a la sociedad. Una parte es el apoyo que BP ofrece al crecimiento y desarrollo sostenible de las comunidades en las que operamos. Por el mundo BP está involucrada en la renovación urbana y en programas de regeneración económica, patrocinio de las arte, seguridad en la carretera y campañas sobre la salud, programas de conservación y medioambientales, proyectos de alfabetización de adultos y otras iniciativas para animar a los empleados a que contribuyan. Todos los años BP informa sobre su sostenibilidad. El último informe se puede ver y descargar en: [www.bp.com/sustainabilityreport](http://www.bp.com/sustainabilityreport).

**¿Cuáles son las normas de BP sobre la diversidad y la inclusión?**

BP cree firmemente en que la creación de una fuerza de trabajo diversa y un ambiente laboral inclusivo son vitales para nuestro éxito a largo plazo. La meta del grupo es crear una cultura a la cual gente de todo el mundo quiera pertenecer y contribuir; donde a todos los empleados se les trate con dignidad y respeto, y sean capaces de tener éxito por mérito propio, indistintamente de género y cultura.

**¿Por qué trabaja BP en el campo de la educación?**

BP cree que la educación es la clave del futuro – no sólo para los negocios, sino también para la sociedad en general. Estamos involucrados en el mundo educativo porque:

- Queremos mejorar relaciones y desarrollar un entendimiento con la comunidad – con estudiantes, profesores y padres.
- Queremos trabajar de una forma más cercana con personas clave en el mundo de la educación; por ejemplo: con el gobierno o con agencias de enlace empresarial/educativo.
- Necesitamos desempeñar un papel en el desarrollo del talento del futuro.

BP continúa apoyando a la educación con dos programas que hace ya mucho tiempo que van en marcha:

- Servicio Educativoal de BP - [www.bp.com/bpes](http://www.bp.com/bpes)
- Enlace escolar de BP - [www.bp.com/schoolslink](http://www.bp.com/schoolslink)

En el 2004, BP se convirtió en el mayor patrocinador de una importante exposición en el Museo de Ciencias llamada “Energía – repostando el futuro”. Para más información consulte [www.bp.com/energyproject](http://www.bp.com/energyproject).